



# ADVYANE

INSTIGATEUR DE CHANGEMENT ET DE NOVATION

## DOMAINE DE L'OFFRE : CONSEIL

CATEGORIE: Diagnostic d'entreprise

Type: ETUDE EXTERNE

OFFRE n° 1EE1 – 01/02/2015

🔍 DIAGNOSTIC D'ENTREPRISE

📈 DÉVELOPPEMENT & PERFORMANCE

🔧 CRÉATION D'ACTIVITÉ

🕒 MISE EN PLACE DU CONTRÔLE INTERNE

**Avoir une vision globale et comparative des acteurs de son environnement et de ses concurrents**



## ■ DESCRIPTION DE L'OFFRE

1. Compréhension du **cadre de référence fondamental** de l'entreprise et ses enjeux
2. Etude globale des **tendances du secteur**
3. Etude de l'**environnement** (*les acteurs et les évolutions*) – *Méthode P.E.S.T.E-* et de la **filière** (*métiers*)
4. Etude **clients** actuels, perdus, potentiels et **segmentation** (*Méthode TRI Axe d'ABELL*)
5. Définition **des domaines d'activité stratégique** (*DAS*) selon les couples produits/clients
6. Etude globale du marché de chaque DAS:
  - Tendances globales et intensité concurrentielle (*Modèle PORTER*)
  - Etude globale des offres sur le marché et des fournisseurs
  - Identification des concurrents directs et indirects (*identité, composition, métiers, part de marché...*) et prescripteurs.
  - Identification globale des opportunités et menaces de chaque marché
  - Recensement et priorisation des facteurs clés de succès (*FCS*)
7. Etude des concurrents : Marketing MIX
  - Analyse du positionnement des concurrents directs et indirects de chaque DAS : leur positionnement sur le marché à savoir faire différenciateur/banalisé, leur compétences distinctives, leur niveau de maîtrise des FCS du marché, leur compétitivité, leur éventuelle stratégie à venir, leur intérêt stratégique au DAS...
  - Analyse comparative des concurrents de chaque DAS : segments clients, attributs et valeur ajoutée de leurs produits et offres, prix, modèle de distribution, marketing, actions de commercialisation...
8. Audit global et rapide de l'entreprise :
  - Découvrir ses activités et son organisation
  - Analyser succinctement sa chaîne de valeur à capitaliser (*modèle PORTER*)
  - Identifier ses compétences distinctives par DAS ;
  - Connaître ses atouts et points faibles
9. Synthèse comparative du positionnement stratégique de l'entreprise et ses axes d'orientation :
  - Evaluation de la compétitivité de l'entreprise et scoring comparatif avec les principaux concurrents
  - Positionnement des DAS actuels de l'entreprise dans la matrice *MAC KINSEY / BCG* (*selon axe attractivité du marché, et axe compétitivité de l'entreprise*)
  - Positionnement comparatif des DAS de la société avec ceux d'une sélection de concurrents
  - Estimation et comparaison de l'évolution dans le temps de la pérennité des avantages distinctifs de la société et des principaux concurrents
  - Synthèse des points clés nécessitant une réflexion stratégique plus approfondie et recommandations simples sur les grands axes stratégiques possibles

## ■ CETTE OFFRE NE PREVOIT PAS

- L'étude des nouveaux DAS possibles
- La projection du portefeuille d'activités
- Le prévisionnel financier
- Le diagnostic complet de l'entreprise
- Les scénarios de développement possibles
- Les plans d'actions

## ■ LES + ET LES - DE L'OFFRE

### LES PLUS:

- Une analyse concrète de son environnement et de ses concurrents
- Des constats « immédiats » permettant de se poser les bonnes questions et initier une réflexion stratégique prospective.
- La connaissance de ses points forts et faibles, de ses compétences distinctives sur lesquelles l'entreprise doit capitaliser
- Une maîtrise de son budget : l'entreprise peut décider ensuite de compléter la démarche par une étude plus complète ou un audit thématique

### LES MOINS :

- Un diagnostic limité au périmètre d'activités actuelles. Pas de vision prospective.
- La définition des DAS limitée aux offres et clients connus exclusivement de l'entreprise.
- Les axes d'orientation recommandés sont succincts et généralistes.

## ■ A QUI EST DESTINEE CETTE OFFRE

TPE, PME, Association d'au moins 3 ans d'existence avec une activité B to B ou des clients professionnels et ayant besoin de faire un point sur leur positionnement et actualiser leur visibilité vis-à-vis de leur concurrence.

## ■ MOYENS POUR REALISER CETTE PRESTATION

Le client doit fournir au consultant ADVYANE :

- Etudes de marché officielles et statistiques détaillées **fournies ou commandées par lui.**
- Documents, bases de données et toute information formelle ou informelle concernant l'entreprise, ses activités, son organisation, sa gouvernance...
- Coordonnées, RDV clients actuels, perdus et prospects ; RDV fournisseurs. RDV concurrents;
- Coordonnées des salariés de l'entreprise et des contacts clés internes.

Ce que réalise le consultant ADVYANE :

- Interviews clients, fournisseurs, concurrents, salariés de l'entreprise.
- Visites concurrents et salons ; Visite d'entreprises.
- Recherche et analyse d'informations globales: articles journaux spécialisés, réseaux, bases de données gratuites ou payantes...
- Analyse, utilisation et adaptation éventuelle au besoin de méthodes et modèles reconnus.