

Adopter une démarche d'analyse stratégique permet d'éviter un certain nombre de pièges qui guettent les porteurs de projet et les dirigeants d'entreprise.

Il est d'autant plus essentiel, dans une période très bouleversée, de savoir où l'on va, d'évaluer les risques auxquels nous pouvons ou nous sommes confrontés. C'est pourquoi, il nous faut mener une analyse stratégique rigoureuse. Cette démarche repose sur deux temps d'analyse.

### **L'analyse environnementale ou analyse externe pour :**

- Identifier les opportunités de l'environnement, ses menaces, liées notamment aux évolutions de la société, aux transformations politiques, réglementaires...
- Analyser les stratégies et positionnements des concurrents et repérer les règles du jeu concurrentiel
- Evaluer les rapports de force avec les clients, les fournisseurs, les partenaires
- Conclure sur l'opportunité du marché et l'intérêt qu'il peut susciter auprès de potentiels nouveaux entrants.

### **L'analyse de l'entreprise, du projet ou analyse interne pour :**

- Evaluer la force de l'entreprise, du projet, les compétences, les savoir-faire, les ressources, les actifs...
- Identifier les sources de création de valeur et présenter la rentabilité du ou des projets proposés.

La conclusion de l'analyse doit porter sur l'identification justifiée d'avantages par rapport à la concurrence / à l'environnement et la maîtrise de facteurs clés de succès pour l'entreprise actuelle ou à venir / le porteur de projet. Elle permet ainsi de voir si l'entreprise / le porteur de projet peut créer ou modifier les règles du jeu.

### **→ QUELQUES QUESTIONS À SE POSER :**

- Quelles sont les sources de différenciation possibles ?
- Comment les clients/usagers peuvent-ils percevoir l'offre de l'entreprise / du porteur de projet ?
- Comment les concurrents peuvent-ils réagir ?
- Comment organiser l'activité ?
- Comment réagir aux actions des concurrents ?
- Quelles sont les voies de croissance ?
- Comment assurer le développement ?
- Comment fidéliser les clients / les usagers ?
- Comment faire adhérer les salariés au projet de l'entreprise ?
- Quels moyens le dirigeant / le porteur de projet a-t-il pour lancer la ou les activités ?