

L'esprit de conquête est fondamental dans l'ambiance d'une entreprise. Xavier FONTANET		
Xavier FONTANET	COURS DE STRATEGIE	version : 1 date : 09/2018 page : 1 / 1 auteur : gg
BFM TV	La stratégie, c'est aussi de la psychologie	Cours 12

(1 mn) Nous avons commencé le cours par un peu de technique :

- La compréhension de la part de marché
- La stratégie financière

Mais l'un des éléments fondamentaux, c'est la psychologie.

Il faut avoir le sens du temps et de l'humilité :

- Lorsque le marché croît vite, il faut foncer pour prendre des parts de marché
- Lorsque le marché se calme, il faut savoir moins bouger
- L'orgueil est un très gros défaut et fait faire de grosses bêtises en stratégie

(2 mn) Prenons un marché fluide qui croît de 15 % l'an.

	Année 1	Année 5		
Leader A	60	80	Croissance du leader A	5 %
Suiveur B	40	120	Croissance du suiveur B	25 %
Taille du marché	100	200	Croissance du marché	15 %

Une croissance de 15 % l'an, c'est un doublement en cinq ans.

Le leader peut roupiller car il continue à croître. Le suiveur a pris 60 % du marché.

S'il ne regarde pas l'extérieur, il peut roupiller. Quand on ne voit pas l'extérieur, c'est qu'on crâne !

(3 mn) Prenons un marché visqueux qui croît de 5 % l'an.

	Année 1	Année 5		
Leader A	60	52	Croissance du leader A	- 5 %
Suiveur B	40	78	Croissance du suiveur B	15 %
Taille du marché	100	130	Croissance du marché	5 %

B est ambitieux, et veut prendre 60 % du marché. Pour cela, il oblige A à perdre des parts de marché.

A voit alors B arriver, et va réagir, et le gros peut casser le petit.

(4 mn) A 15 % de croissance, le marché est fluide, à 5 % de croissance, le marché est visqueux.

Quand le marché bouge vite, les parts de marché bougent vite.

Quand le marché croît peu, les parts de marché ne bougent pas. C'est très difficile de faire sa place.

Le sens du temps, c'est savoir quand frapper : Il faut frapper quand le marché croît à toute vitesse.

Si vous tapez quand le marché croît peu, ça fait du dégât pour peu de résultat, pour rien !

(5 mn) L'art de la stratégie, c'est de voir quand ça bouge. Il y a trois grandes familles : (Exemple Bénéteau)

- Changements de technologie Bateau bois -> plastique de 90/10 à 10/90 en dix ans
- Changements dans la distribution La distribution est passée des villes aux ports
- Internationalisation Bénéteau est allé prospecter à l'étranger, le leader pas.

(7 mn) Ça bouge dans tous les métiers. Voyons quelques exemples de leaders qui ont disparu :

Mittal a mangé Arcelor leader mondial de l'acier.

Dell a mangé IBM, Nokia a mangé Apple, Cisco a mangé Alcatel, Toyota a mangé GM

(8 mn) Le petit flatte le gros, le gros lutte contre l'arrogance.

Petite entreprise : Confiance Simplicité Flexibilité Terrain Initiative Doutes

Grosse entreprise : Arrogance Complexité Rigidité Siège Bureaucratie Certitudes

L'humilité doit croître avec le carré de la part de marché.

Pour écouter ce cours <https://strathena.fr/> **LE COURS** Chapitre 3 Psychologie et stratégie

Ou <https://strathena.fr/chapitre-3/>

Ou <https://bfmbusiness.bfmtv.com/mediaplayer/video/bfm-strategie-la-strategie-c-est-aussi-de-la-psychologie-2402-1039943.html>