

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	Définir le terrain de jeu de la segmentation	Cours 13

(1 mn) Dans la stratégie, nous avons trois pierres angulaires :

- La valeur part de marché
- Une finance au service de la stratégie
- La segmentation

(2 mn) Qu'est-ce que la segmentation ?

- Un champ concurrentiel indépendant
- Des savoir-faire techniques et commerciaux
- Un leader identifié qui gagne bien sa vie

S'il n'y a pas un ensemble cohérent entre : un territoire, des savoir-faire et des concurrents, c'est qu'on a mal défini sa segmentation.

(3mn) Un organigramme économique

Construisons d'abord à la place de l'organigramme organisationnel classique, un organigramme « économique », en filières, avec :

Effet d'expérience en haut de l'organigramme : R & D (Recherche et Développement) et Usines (l'amont)
Part de marché local, par pays, en dessous : Filiale pays A, filiale pays B, etc... (L'aval)

(4mn) Des savoir-faire techniques et commerciaux

En général, l'effet des savoir-faire de l'amont est : global, mondial.
Les bases d'expérience du commerce sont les parts de marché locales : pays par pays.

(6mn) Les types de valeurs ajoutées

L'entreprise orientée produit a un effet d'expérience mondial, Ex : papeterie
L'entreprise orientée commerce a des parts de marché locales. Ex : Cosmétique
Beaucoup d'entreprise sont intermédiaires.

(9mn) Un champ géographique qui évolue... ...par exemple dans l'automobile :

1880 à 1914 Par pays : Panhard, Mercedes, Fiat, Jaguar, Volvo
1945 à 1973 par continent : General Motors, Volkswagen, Toyota
2018 à 2050 Mondial : Renault, Volkswagen, Toyota

(11mn) Chaque segment a son cycle de vie

Au début du cycle :	forte croissance	Led	5 ans	Smartphone	5 ans
Au milieu du cycle :	Plateau	Filament, Tube fluo	150 ans	Portable	35 ans
En fin de cycle :	décroissance	Bougie	5 000 ans	Fixe, Morse	150 ans

(12 mn) La segmentation : définir son terrain de jeu

Contre qui on se bat ? Quels sont les leviers ? Géographie ? Ça croît, c'est stable, ça décroît ?

L'art stratégie, c'est l'art de raisonner long terme.

Pour écouter ce cours aller sur le site <https://strathena.fr/>

Onglet LE COURS

Cliquer sur Chapitre 4 Bien définir le terrain de jeu

Ou <https://strathena.fr/chapitre-4/>

<https://bfmbusiness.bfmtv.com/> Replay BFM Stratégie

Ou <https://bfmbusiness.bfmtv.com/mediaplayer/video/bfm-strategie-comment-definir-le-terrain-de-jeu-de-la-segmentation-1703-1048495.html>