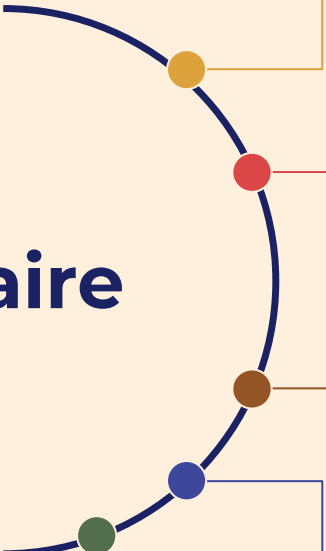




Diagnostic Externe d'entreprise

Carmen - Cécil  D - Nicolas

Sommaire



01

Présentation Diagnostic Externe

02

Méthode PORTER

03

Méthode PESTEL

04

Conclusion

05

Annexe

Effectuer un diagnostic externe permet d'analyser l'environnement de l'entreprise et ainsi évaluer les menaces et les opportunités qu'elle peut rencontrer mais également mettre en évidence les facteurs clés de succès. Pour cela, on utilise différentes méthodes (cette présentation se limitera aux deux premières et principales) :

L'analyse de l'environnement global par la méthode PESTEL.

Le diagnostic des forces concurrentielles par la méthode PORTER.

Les cartes stratégiques (analyse des groupes stratégiques) depuis la méthode PORTER.

Les outils d'analyse et de connaissance du marché (études de marché, habitudes de consommation, etc...)

INTRO

Méthode PORTER

La Méthode PORTER est une méthode d'analyse de marché prenant en considération divers facteurs sur lesquels une entreprise peut agir pour optimiser son avantage concurrentiel.

Michael Porter a créé un outil permettant de voir si l'environnement proche de l'entreprise est menaçant ou pas. Plus la concurrence est intense, plus l'environnement sera qualifié de menaçant. Le diagnostic stratégique doit permettre de cerner la position de l'entreprise par rapport à ces forces, à cette pression concurrentielle. Si l'entreprise arrive, grâce à la différenciation de ses produits ou à son avantage coût, à maîtriser ces forces plus efficacement que ses concurrents, son avantage concurrentiel est garanti.



Pour apprécier l'intensité concurrentielle, PORTER procède à l'analyse de 5 forces concurrentielles en présence.

Il ne se limite pas à étudier la concurrence actuelle, il élargit à 4 autres forces.

Les forces qui agissent sur la position concurrentielle sont :

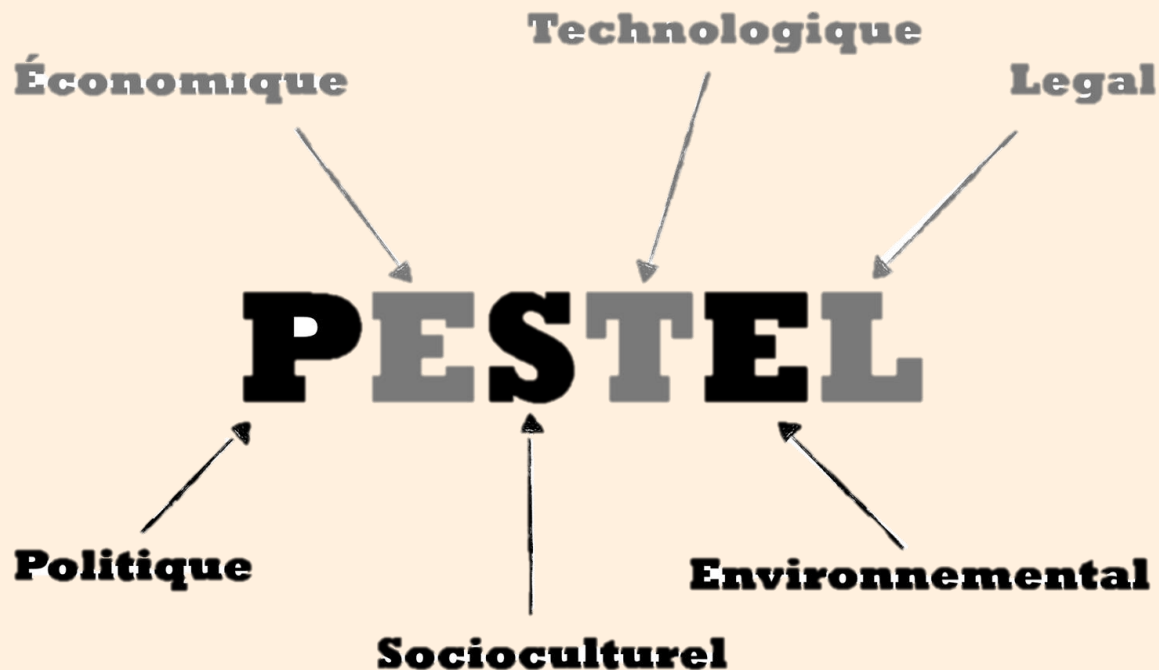


Méthode PESTEL

un cadre ou un outil
utilisé pour **analyser et**
surveiller les facteurs
macro-
environnementaux*

qui peuvent avoir un
impact profond sur les
performances d'une
organisation

établir les facteurs externes qui
pourraient avoir un impact sur
les décisions prises à l'intérieur
de l'organisation 

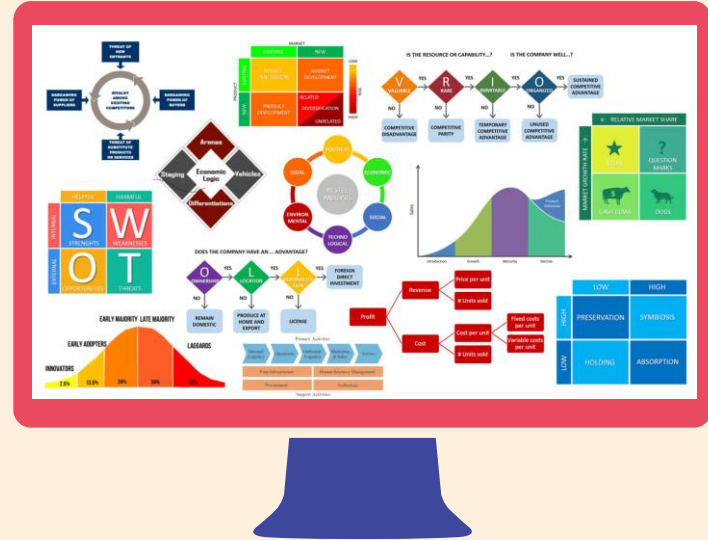


* Macro-environnement : l'environnement général au sein duquel l'entreprise évolue.

En conclusion,

C'est une étape incontournable avant toute mise en place de stratégie au sein de l'entreprise. Elle est complémentaire au **diagnostic interne** mais se consacre à l'analyse de son environnement externe.

Effectuer un **diagnostic externe** d'une entreprise est le meilleur moyen de déterminer quel sera la meilleure **stratégie globale** à adopter concernant le futur développement de l'entreprise.



ANNEXE



Analyse des forces de Porter :

<http://www.analyse-sectorielle.fr/2015/01/forces-de-porter-sur-lindustrie-automobile/>

https://fr.wikipedia.org/wiki/Cinq_forces_de_Porter#:~:text=Il%20a%20%C3%A9t%C3%A9%20%C3%A9labor%C3%A9%20en,la%20m%C3%A9thode%20d'analyse%20S.W.O.T.

<https://www.scribbr.fr/methodologie/modele-des-forces-de-porter/>

Analyse Pestel :

<https://www.business-to-you.com/scanning-the-environment-pestel-analysis/>