

Table des matières

Remerciements	5
Sommaire	7
Avertissement	9
Introduction générale	11
CHAPITRE 1	
Analyse sectorielle	15
A. Les conditions de bases	15
1. L'OFFRE	15
a. <i>Les caractéristiques du produit</i>	15
b. <i>La technologie</i>	16
c. <i>Les caractéristiques du processus de production</i>	16
d. <i>La dynamique de l'offre</i>	16
2. LA DEMANDE	16
a. <i>Identification des acheteurs et de leurs comportements</i>	16
b. <i>Le marché</i>	17
c. <i>Le cadre réglementaire</i>	17
B. La concurrence	18
1. LA STRUCTURE DE L'INDUSTRIE	18
2. LES FORCES CONCURRENTIELLES	18
3. LES BARRIÈRES À L'ENTRÉE	19
C. Les stratégies des acteurs	19
1. LES STRATÉGIES DES FIRMES	19
2. LES STRATÉGIES DES ÉTATS	20
3. FACTEURS CLÉ DE SUCCÈS	20
D. Les performances des acteurs	21

CHAPITRE 2

Examen d'ensemble de la situation de l'entreprise	23
A. Identité de l'entreprise	23
1. LE MÉTIER	23
2. LES OUTILS DE TRAVAIL	23
3. LES COMPÉTENCES	24
4. LE PROFIL DU DIRIGEANT	24
5. LES PROPRIÉTAIRES DE L'ENTREPRISE	24
6. L'EFFECTIF	24
7. L'ORGANIGRAMME	25
8. LE CHIFFRE D'AFFAIRES	25
B. Diagnostic financier	26
1. ANALYSE DE L'ACTIVITÉ ET DE LA PERFORMANCE	26
a. Analyse du chiffre d'affaires	27
b. La marge commerciale et le taux de marge	28
c. La valeur ajoutée et taux de variation de la valeur ajoutée	29
d. Le taux d'intégration	29
e. L'excédent brut d'exploitation	30
f. Le résultat d'exploitation	30
g. Le résultat courant avant impôts = résultat financier	31
h. Le résultat exceptionnel	31
i. Le résultat net de l'exercice	32
j. La capacité d'autofinancement	32
2. ANALYSE DE LA STRUCTURE FINANCIÈRE ET DE L'ÉQUILIBRE FINANCIER	33
a. L'actif du bilan	33
b. Le passif du bilan	34
c. Le Fonds de roulement	35
d. Le Besoin en fonds de roulement	35
e. Trésorerie	36
f. Endettement et Solvabilité	37
g. Solvabilité et solidité	37
h. Rentabilité financière	38
i. La Rentabilité Economique	39
C. Diagnostic marketing	39
1. DU MARKETING MIX A 4P	40
a. Product (Produit)	40
b. Price (Prix)	41
c. Place (distribution)	41
d. Promotion (Commercialisation)	41

2. AU MARKETING MIX
 - a. People (Gens)
 - b. Process (Procédu
 - c. Physical evidence

D. Diagnostic des ressou

1. DIMENSION STRAT
 - a. Politique de recru
 - b. Politique de rému
 - c. Politique de forme
2. DIMENSION OPÉ
 - a. Pilotage
 - b. Moyens
 - c. Dysfonctionnem

E. Diagnostic des achats

1. PERFORMANCE
 - a. Coûts des achats
 - b. Qualité des ach
 - c. Délais des ach
 - d. Sécurité et part
2. MESURE DES PE
 - a. Mesure de l'effic
 - b. Mesure de l'effic
 - c. Mesure des perf

F. Diagnostic organisat

1. L'ORGANISATIO
2. LA STRUCTURE
3. LA PRISE DE DÉC

CHAPITRE 3

Diagnostic stratégi**A. L'analyse interne de**

1. ANALYSE DU M
2. LA MATRICE SW

B. L'analyse externe de

2.	AU MARKETING MIX DES SERVICES A 7P	42
	a. <i>People (Gens)</i>	42
	b. <i>Process (Procédures)</i>	42
	c. <i>Physical evidence (preuve à l'appui)</i>	42
D.	Diagnostic des ressources humaines	43
1.	DIMENSION STRATÉGIQUES	43
	a. <i>Politique de recrutement</i>	43
	b. <i>Politique de rémunération et de motivation</i>	43
	c. <i>Politique de formation</i>	44
2.	DIMENSION OPÉRATIONNELLE	44
	a. <i>Pilotage</i>	45
	b. <i>Moyens</i>	45
	c. <i>Dysfonctionnements et coûts cachés</i>	45
E.	Diagnostic des achats	47
1.	PERFORMANCE INDUSTRIELLE DE LA FONCTION ACHAT	48
	a. <i>Coûts des achats</i>	48
	b. <i>Qualité des achats</i>	48
	c. <i>Délais des achats</i>	48
	d. <i>Sécurité et partenariat</i>	48
2.	MESURE DES PERFORMANCES DE LA FONCTION ACHAT	48
	a. <i>Mesure de l'efficacité</i>	48
	b. <i>Mesure de l'efficience</i>	49
	c. <i>Mesure des performances comparées</i>	50
F.	Diagnostic organisationnel	50
1.	L'ORGANISATION	50
2.	LA STRUCTURE	51
3.	LA PRISE DE DÉCISION	51
CHAPITRE 3		
	Diagnostic stratégique	53
A.	L'analyse interne de l'entreprise	53
1.	ANALYSE DU MÉTIER DE L'ENTREPRISE	53
2.	LA MATRICE SWOT (FORCES/FAIBLESSES)	54
B.	L'analyse externe de l'environnement de la société	55

1. ENVIRONNEMENT	55
2. LA MATRICE SWOT (OPPORTUNITÉS/MENACES)	56
C. Analyse du portefeuille d'activité	57
D. Les facteurs clés de succès	59
E. Les 5 forces de Porter	60
F. La veille stratégique	61
CHAPITRE 4	
Recommandations et solutions stratégiques	63
A. Politique Générale d'Entreprise (P.G.E.)	63
B. Actions stratégiques menés au long de l'exercice 2015	64
1. AU NIVEAU DE LA QUALITÉ	64
2. AU NIVEAU DES RESSOURCES HUMAINES	65
3. AU NIVEAU DU MARKETING	65
4. AU NIVEAU DE LA FONCTION ACHAT	66
C. Recommandations d'actions stratégiques	67
1. AU NIVEAU DE LA FONCTION ACHAT	67
2. AU NIVEAU DES RESSOURCES HUMAINES	68
3. AU NIVEAU STRATÉGIQUE	68
<i>a. - Différentiation et repositionnement du DAS 1 : Boulangerie.</i>	<i>68</i>
<i>b. - Développement et repositionnement du DAS 2 : Bar.</i>	<i>69</i>
<i>c. - Développement et repositionnement du DAS 3 : Restaurant.</i>	<i>70</i>
<i>d. - Développement et renforcement du DAS 4 : Bowling et salle de jeux ..</i>	<i>70</i>
<i>e. - Développement et expansion du DAS 5 : Évènementiel.</i>	<i>70</i>
Conclusion générale	73
Table des annexes	75
Liste des tableaux	79
Bibliographie	81
Table des matières	83