

QUESTION 13– Quelles sont les modalités de développement des entreprises ?

1. Maîtriser les maillons de la chaîne de valeur

A. La valeur d'un produit

La valeur d'un produit représente le prix qu'un client est prêt à payer pour l'obtenir.

La valeur d'un produit est liée à l'image perçue par le client ; elle peut provenir de plusieurs facteurs :

- la qualité du produit,
- le lieu de fabrication,
- la notoriété de la marque,
- la rareté du produit,
- le caractère difficilement imitable du produit.

L'innovation permet de créer de la valeur car elle procure une exclusivité à l'entreprise et permet d'attirer les clients à la recherche de nouveauté.

B. La chaîne de valeur

La chaîne de valeur est un concept qui a pour but d'identifier au sein de l'entreprise les activités qui créent de la valeur pour le client. Les activités qui créent de la valeur sont appelées « activités de base » ou « activités principales » ; elles permettent à l'entreprise de se différencier de la concurrence. Les autres activités, dites « activités de support », viennent en appui des activités principales.



C. Stratégie d'intégration et stratégie d'externalisation

La stratégie d'externalisation consiste pour une entreprise à confier la réalisation d'une ou plusieurs activités à une autre entreprise. Au contraire, la stratégie d'intégration consiste à réaliser soi-même, en interne, ses activités. Les activités principales qui créent de la valeur doivent être conservées par l'entreprise. Les activités de support peuvent être externalisées, ce qui permettra à l'entreprise de se concentrer sur ce qui crée de la valeur aux yeux de ses clients.

2. Repérer et analyser les modalités de développement

Le développement d'une entreprise se mesure généralement par l'accroissement de ses capacités de production, de la taille de ses locaux ou de ses effectifs.

Pour se développer, l'entreprise peut choisir entre la croissance interne, la croissance externe, le partenariat ou l'internationalisation.

A. La croissance interne

La croissance interne consiste pour l'entreprise à accroître ses activités en construisant ou agrandissant des locaux, en achetant de nouveaux outils, en embauchant de nouveaux salariés.

La croissance interne permet à l'entreprise de garder son indépendance et de conserver la maîtrise et l'exclusivité des activités créatrices de valeur.

Par contre, ce mode de développement est plus long à mettre en place car il nécessite de tout créer ou construire.



B. La croissance externe

La croissance externe consiste à se développer en rachetant une ou des entreprises existantes.

Ce mode de croissance rapide permet de bénéficier du savoir-faire et des capacités de production de l'entreprise rachetée et d'accéder à ses marchés.

La croissance externe peut se heurter à des réticences chez les salariés (licenciements, changement de style de management...) et à des différences de cultures entre les différentes entreprises.

C. Le partenariat

Le partenariat (également appelé croissance conjointe) consiste à s'associer avec une autre entreprise afin de partager des ressources et de réduire certains coûts (conception, fabrication, distribution...).

D. L'internationalisation

L'internationalisation consiste pour une entreprise à s'implanter sur des marchés étrangers. L'internationalisation permet de trouver de nouveaux débouchés et d'accroître les ventes de l'entreprise. Elle permet également de bénéficier d'une main-d'œuvre moins chère ou plus qualifiée.

L'internationalisation peut se réaliser sous différentes modalités : croissance interne, croissance externe, partenariat.

3. Évaluer le degré de transparence

A. La transparence

La transparence consiste à transmettre des informations aux parties prenantes dans le but d'établir une relation de confiance

Pour créer de la valeur aux yeux des clients, l'entreprise doit communiquer sur son savoir-faire, la qualité de ses produits, les technologies utilisées, les innovations...



B. Le respect du secret

Pour préserver l'exclusivité de ses produits, source de valeur pour les clients, l'entreprise doit garder secrètes certaines informations, par exemple ne pas divulguer ses secrets de fabrication et protéger ses innovations par des brevets.

Le dépôt d'un brevet permet de protéger une invention et accorde un monopole d'exploitation à l'entreprise qui le possède. L'entreprise se protège ainsi de la contrefaçon et garde le caractère exclusif de son innovation.



Question 13 : Quelles sont les modalités de développement des entreprises ?