Mettre en évidence les atouts sur lesquels l'organisation peut capitaliser.

Repérer les points faibles à améliorer ou à contourner.

Comprendre l'environnement externe

Identifier les **opportunités** (nouvelles tendances, marchés émergents).

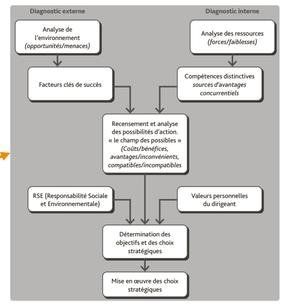
Anticiper les **menaces** (nouvelles réglementations, concurrents agressifs).

Soutenir des décisions éclairées

Sans diagnostic, les choix stratégiques seraient basés sur des intuitions ou des hypothèses non validées. En apportant une vision claire et structurée de la situation, le diagnostic réduit les risques liés à des décisions mal informées.

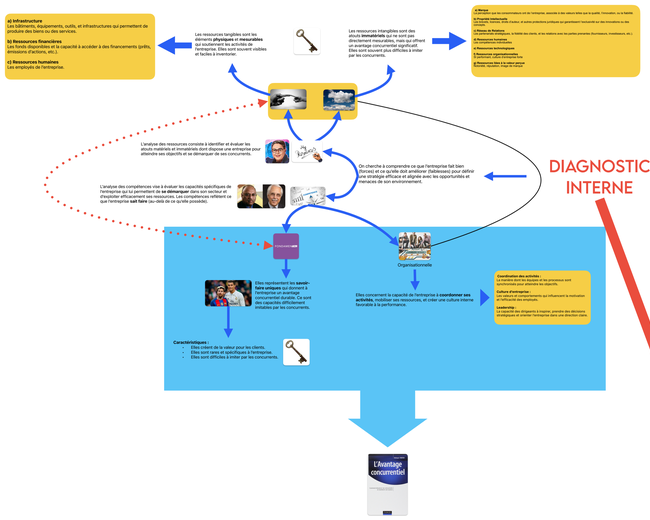
Le diagnostic stratégique est comme le GPS d'un voyage. Il vous aide à savoir où vous êtes (analyse interne), à comprendre la route à venir (analyse externe) et à choisir le chemin le plus rapide et sûr pour atteindre votre destination (les choix stratégiques).

MISE EN PLACE DE LA DÉMARCHE STRATÉGIQUE



Comment Faire ?

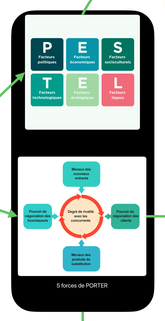
DIAGNOSTIC INTERNE



DIAGNOSTIC EXTERNE

1- **Le macro-environnement** : Vue d'ensemble globale, lointaine.

2- **Le micro-environnement** : Les acteurs directement liés à l'entreprise.



Politique : Politiques publiques, stabilité gouvernementale, fiscalité, régulations.

Économique : Croissance économique, taux d'intérêt, chômage, inflation.

Socioculturel : Évolution des modes de vie, attentes des consommateurs, démographie.

Technologique : Innovations, R&D, technologies émergentes.

Environnemental : Réglementations écologiques, changements climatiques.

Légal : Lois sectorielles, droit du travail, protection des données.

Politique :
- **Opportunité** : Les gouvernements dans de nombreux pays encouragent les véhicules électriques (VE) avec des subventions, des crédits d'impôt et des réglementations plus strictes sur les émissions de CO_2.
- **Menace** : Les tensions géopolitiques (ex. : Chine-USA) peuvent affecter l'approvisionnement en composants ou l'accès aux marchés étrangers.

Économique :
- **Opportunité** : La baisse des coûts des batteries lithium-ion permet à Tesla de réduire ses coûts de production.
- **Menace** : Les fluctuations des prix des matières premières comme le lithium et le cobalt augmentent l'incertitude des coûts.

Socioculturel :
- **Opportunité** : L'intérêt croissant des consommateurs pour les solutions durables et les technologies innovantes.
- **Menace** : Certains consommateurs restent réticents à adopter les VE en raison des limitations perçues, comme l'autonomie ou l'accès à des stations de recharge.

Technologique :
- **Opportunité** : Tesla est leader dans l'innovation technologique, avec des avancées dans l'autonomie des véhicules et l'intégration de logiciels (ex. : pilote automatique).
- **Menace** : La concurrence s'intensifie avec d'autres entreprises investissant massivement dans la recherche sur les VE et l'IA.

Environnemental :
- **Opportunité** : La transition vers une économie bas-carbone favorise les VE par rapport aux voitures thermiques.
- **Menace** : L'empreinte environnementale de l'extraction des matériaux pour les batteries (comme le lithium) attire des critiques.

Légal :
- **Opportunité** : Des lois favorisant les VE, comme l'interdiction des voitures thermiques dans certains pays à partir de 2035.
- **Menace** : Tesla doit respecter différentes réglementations dans chaque pays, ce qui complique sa chaîne de production et de distribution.

Cette matrice aide à déterminer si un secteur est attractif ou non. Les cinq forces sont :
1. **Rivalité entre concurrents** : Intensité de la concurrence sur le marché.
2. **Pouvoir de négociation des clients** : Influence sur les prix et les conditions.
3. **Pouvoir de négociation des fournisseurs** : Influence sur les coûts et les ressources.
4. **Menace des nouveaux entrants** : Facilité ou difficulté à entrer sur le marché.
5. **Menace des produits de substitution** : Alternatives qui pourraient remplacer votre offre.

1. Rivalité entre concurrents : Forte
- **Pourquoi ?** Nombreux concurrents (Volkswagen, Ford, startups comme Rivian) investissent massivement dans les VE.
- **Atout Tesla** : Avance technologique, forte image de marque et réseau de superchargeurs

2. Pouvoir de négociation des clients : Modéré
- **Pourquoi ?** Les clients ont de plus en plus d'alternatives abordables, mais Tesla reste différenciée grâce à sa technologie et sa fidélité de marque.

3. Pouvoir de négociation des fournisseurs : Fort
- **Pourquoi ?** Dépendance aux matières premières critiques (lithium, nickel) et volatilité des coûts.
- **Atout Tesla** : Investissements dans les Gigafactories et sa chaîne d'approvisionnement.

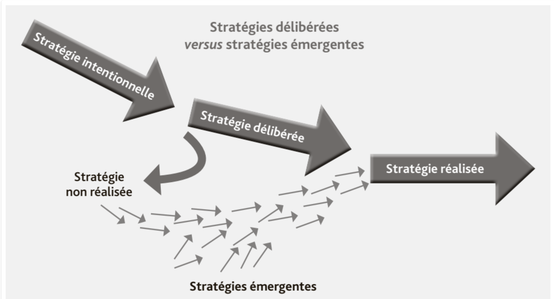
4. Menace des nouveaux entrants : Modérée
- **Pourquoi ?** Barrières à l'entrée élevées (R&D, infrastructure), mais subventions facilitent l'arrivée de startups.
- **Atout Tesla** : Écosystème intégré et positionnement de leader.

5. Menace des produits de substitution : Faible
- **Pourquoi ?** Alternatives comme les véhicules thermiques et hydrogène peu compétitives face aux VE.
- **Atout Tesla** : Croissance rapide de la demande pour les VE.

Les **Facteurs Clés de Succès (FCS)** sont les éléments essentiels qu'une entreprise doit maîtriser pour réussir dans un secteur d'activité. Ils incluent des aspects tels que **compétences, ressources,** et **capacités** qu'il est indispensable de développer pour satisfaire les attentes des clients, surmonter les pressions concurrentielles et s'adapter aux contraintes structurelles.

Exemple : L'industrie automobile
- **Facteur** : Les réglementations sur les émissions de CO_2 (écologique et légal) et l'adoption des véhicules électriques (technologique et socioculturel) sont des tendances majeures.
- **Facteur** : L'intensité concurrentielle est élevée avec l'arrivée de nouveaux entrants comme Tesla (nouveaux acteurs) et la pression des substituts (véhicules électriques ou transports partagés).
- **FCS** : Investir dans l'innovation pour les batteries électriques, maîtriser les coûts de production, et répondre aux attentes des consommateurs en matière de durabilité.

MATRICE SWOT

	Utile pour atteindre l'objectif	Néfaste pour atteindre l'objectif
Origine interne (attributs de l'organisation)	S Forces	W Faiblesses
Origine externe (attributs de l'environnement)	O Opportunités	T Menaces

Mintzberg