

# MARKETING STRATEGIQUE



**LES STRATEGIES EN FONCTION**

**DE L 'ETAT DU SECTEUR**

**J.lou POIGNOT**

# SECTEUR EN CROISSANCE

- Incertitude technologique
  - Incertitude stratégique
  - Coûts initiaux élevés
- Stés embryonnaires fragiles
  - Clients en 1er achat
  - Horizon temporel court

# SECTEUR EN CROISSANCE

## FREINS A LA CROISSANCE (1)

- Approvisionnement en Mat. 1ères
- Augmentation coût des Mat. 1ères
  - Absence d'infrastructure
  - Absence de normalisation

# SECTEUR EN CROISSANCE

## FREINS A LA CROISSANCE (2)

- Crainte des consommateurs
  - Fluctuation de la qualité
- Coûts de production élevés
- Réactions concurrentielles

# SECTEUR EN CROISSANCE

## IMPLICATIONS STRATEGIQUES

**Adaptation à la concurrence**

**Lutte contre les obstacles à la mobilité:**

- **difficultés d'accès aux distributeurs**
- **difficultés d'accès aux mat. 1ères**
- **irrégularité de la production**
- **disponibilité de la MO**

# SECTEUR EN CROISSANCE

## STRATEGIES POSSIBLES

✘ L'une des 3 fondamentales en particulier:

- gestion par les coûts
- différenciation

✘ Stratégie de croissance:

- interne
- externe (amont/aval)

# SECTEUR MATURE

## CARACTERISTIQUES

- Accentuation de la concurrence
  - Renouvellement des achats
- Développement de la gestion des coûts
  - Gestion de la production
  - Evolution de la distribution

# SECTEUR MATURE

## IMPLICATIONS STRATEGIQUES

- Analyses des coûts
- Rationalisation des produits
  - Fixation optimum des prix
  - Elargissement du potentiel
- Engagement à l'international

# SECTEUR MATURE

## LES RISQUES DE LA MATURITE

- Piège à liquidité
  - Vue à court terme sur le profit
- Focalisation de l'entreprise sur le prix
- Focalisation sur les nouveaux produits
  - Négligence des anciens produits
    - Surcapacité de production

# SECTEUR MATURE

## LES STRATEGIES POSSIBLES

- Gestion par les coûts
  - Différenciation +++
- Diversification géographique
  - Diversification horizontale

# LES OBSTACLES A L'ENTREE

- La gestion des coûts de production \*
  - La différenciation de l'offre
  - Les besoins en capitaux \*
- Les coûts de transfert de technologie
- L'accès au marché (distribution et clients)
  - Brevets, licences, accès aux mat. 1ères, encombrement géographique du marché, réglementation, main d'œuvre...

# SECTEUR EN DECLIN

## LES CAUSES DU DECLIN

- L 'évolution de la technologie
- La démographie de la demande
- L 'évolution des besoins

# SECTEUR EN DECLIN

## LES PIEGES D 'UN SECTEUR EN DECLIN

- Ne pas se rendre compte du déclin
- La guerre concurrentielle à outrance
- Une récolte des fruits sans réelle force

# SECTEUR EN DECLIN

## LES OBSTACLES A LA SORTIE

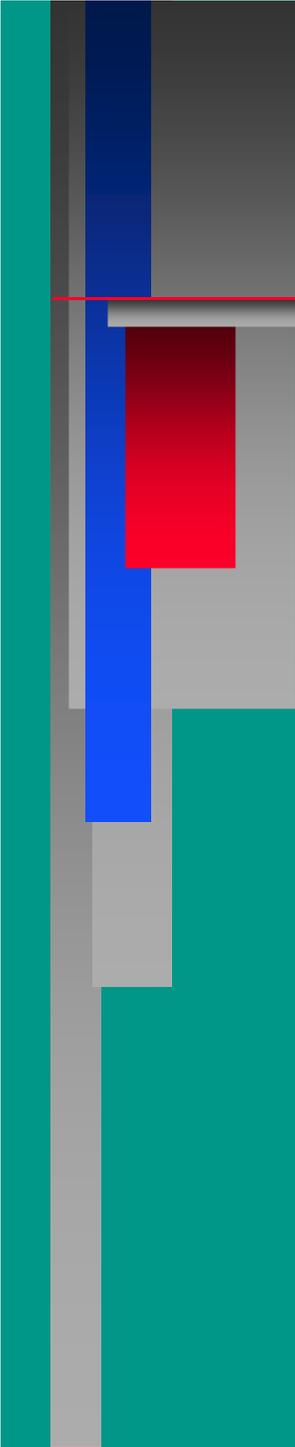
4 niveaux:

- Economiques
- Stratégiques
  - Affectifs
- Réglementaires

# SECTEUR EN DECLIN

## FACTEURS ECONOMIQUES

- Actifs ou outil de production très spécialisés
- Coûts indirects élevés



# SECTEUR EN DECLIN

## FACTEURS STRATEGIQUES

**Inter-relations fortes avec d'autres activités**

**(production, logistique, distribution...)**

# SECTEUR EN DECLIN

## FACTEURS AFFECTIFS

- Histoire, culture de l'entreprise
- Crainte, orgueil des dirigeants

# SECTEUR EN DECLIN

## FACTEURS REGLEMENTAIRES

- Réglementations relatives aux licenciements
- Impacts socio-économiques régionaux ou nationaux

# SECTEUR EN DECLIN

## CONSEQUENCES

**Si les obstacles à la sortie sont trop élevés, les entreprises restent sur le secteur et sont amenées à des tactiques extrêmes voir erratiques pour écouler leur production**

# SECTEUR EN DECLIN

- *DOMINATION* → *Rechercher une position dominante*
- *SECTEUR RESERVE* → *Créer ou défendre une position dans un segment cible*
- *RECOLTE* → *Tirer avantage de ses forces*
- *DESINVESTISSEMENT RAPIDE* → *Liquider l'activité au plus tôt*

# SECTEUR EN DECLIN

## LA DOMINATION:

Rester seule sur le marché

### Tactiques:

- Actions commerciales et MKG
  - Rachat de PdM
  - Eviction des concurrents
- Actions fortes de communication

# SECTEUR EN DECLIN

## CREATION D 'UN SECTEUR RESERVE

- « Prise de possession » d 'un segment  
(+/- stratégie de niche)
- Actions vers les concurrents les incitant à  
la sortie  
(abaissement des barrières à la sortie)

# SECTEUR EN DECLIN

## RECOLTE DES FRUITS MURS

- Réduction/arrêt des investissements
- Réduction des budgets Pub/COM et actions MKG
  - Optimisation de la gamme
- Réduction des circuits de la distribution
  - Ralentissement des performances
    - Augmentation des prix

*... Liquidation contrôlée de l'entreprise*

# SECTEUR EN DECLIN

## DESINVESTISSEMENT RAPIDE

- Vente précoce de l'entreprise
- Cession des actifs et de l'outil de production à un tiers

**\* Attention aux barrières à la sortie ! \***