

Vérification stratégique

Afin de pouvoir décider si une alliance satisfera vos objectifs stratégiques, il faut vous livrer à une analyse minutieuse de la situation actuelle. Voici une analyse des forces, des faiblesses, des possibilités et des menaces qui peut vous aider à déterminer la position actuelle de votre entreprise dans chacun de ses secteurs d'activités.

Analyse des marchés

1. a. Quelle est votre situation actuelle sur le marché? examinez le cycle de vie du produit, votre part du marché, le prix du produit, la qualité, la stratégie commerciale, la compétence en recherche de marchés, les brevets, les licences et les accords.

b. Quelles sont les tendances actuelles de l'industrie? Comment s'y adapte votre entreprise?

2. Que font vos concurrents directs et indirects? (prix, qualité, originalité).

3. a. Quelles sont vos possibilités de marché?

b. Qu'aimeriez-vous faire?

4. Quel est le degré d'efficacité de votre distributeur et de votre réseau de service et devez-vous y apporter des améliorations?

5. a. Quelle est la souplesse de la structure interne de votre société?

b. Quels changements pouvez-vous y apporter? (production, personnel, formation, équipement).

6. Quelles sont vos stratégies de promotion et de commercialisation? Comment jugez-vous leurs performances?

Innovation

1. Quelle évaluation faites-vous de la situation actuelle de votre entreprise en R et D?

a. Avez-vous obtenu des succès récents?

b. Ces succès étaient-ils commerciaux?

c. Quelles sont vos capacités intra-muros?

d. Que font vos concurrents en matière de recherche de produits, de procédés et en mimétisme technologique?

2. Votre personnel est-il innovateur, compétent, fiable et productif?

3. Quels brevets détenez-vous et que couvrent-ils?
