


I'm not robot  reCAPTCHA

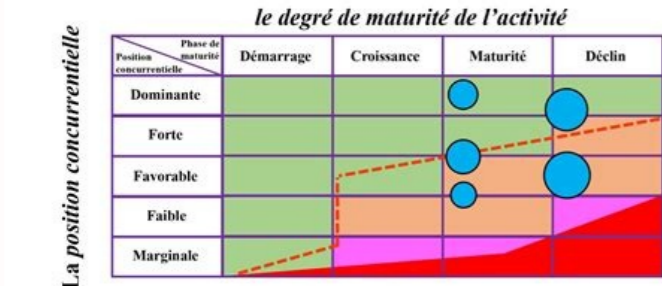
**I'm not robot!**

## Exercice corrigé matrice swot

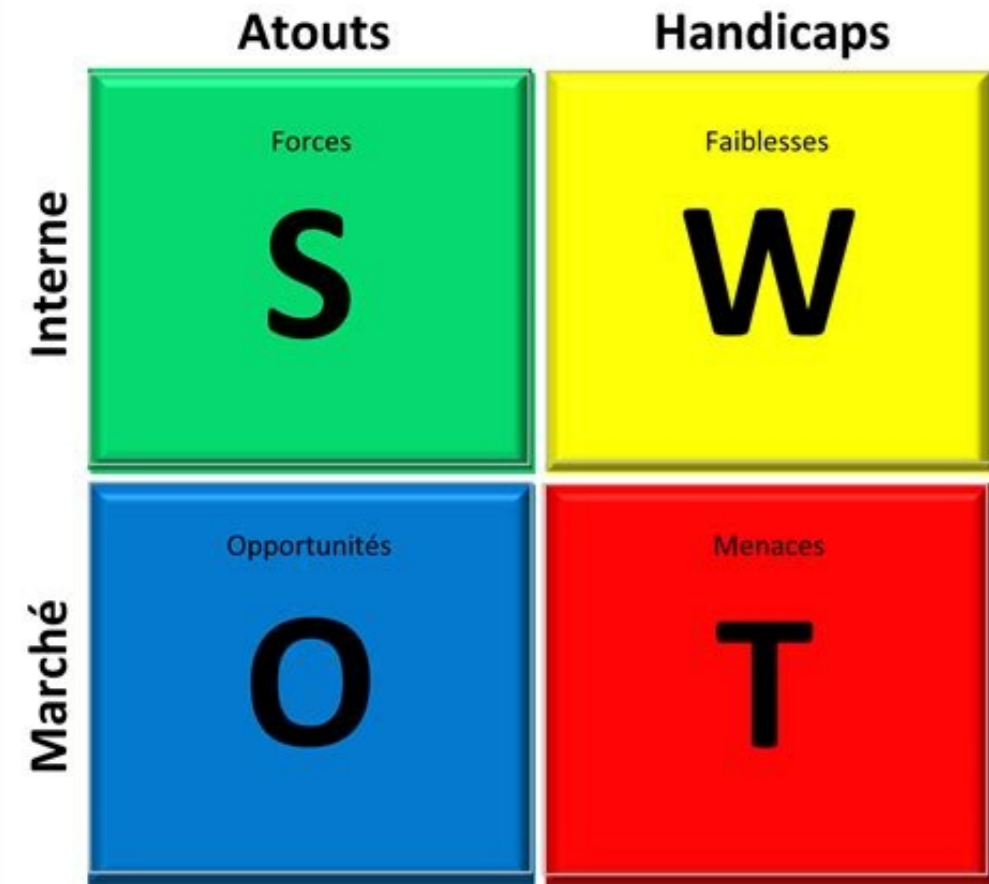
### Swot matrix example. Exercice matrix example. Swot matrix explained. Swot matrix explanation.

Les utilisateurs familiarisés avec le concept de la planification stratégique et ses outils, connaissent bien l'analyse SWOT et son importance. Il s'agit d'une méthodologie facile à utiliser pour étudier l'environnement aussi bien extérieur qu'intérieur de votre entreprise. Elle permet de délivrer certaines réponses aux responsables pour les aider dans leur élaboration de stratégies. En fait, il s'agit d'un tableau SWOT, comportant 2 lignes et 2 colonnes. Dans ce post, vous découvrirez l'origine et les concepts derrière l'analyse SWOT, avec des exemples pratiques d'utilisation. Profitez-en ! Voir également un autre outil de planification stratégique important : Utilisez la Matrice d'Ansoff et déterminez des stratégies de croissance de votre entreprise Alors, que signifie SWOT ? Avant d'aller de parcourir l'analyse SWOT et ses exemples, il est important de mieux comprendre son origine et sa signification. Et c'est facile de comprendre ce qu'est l'analyse SWOT, voyez : Le terme SWOT est un acronyme des mots Strengths, Weaknesses, Opportunities et Threats qui signifient respectivement : Forces, Faiblesses, Opportunités et Menaces. L'analyse SWOT est un système de détail relativement simple qui vise à positionner ou vérifier la position stratégique d'une entreprise dans son domaine d'activité. Ainsi, en raison de son énorme simplicité et de sa portée méthodologique, l'analyse SWOT d'une entreprise peut être utilisée pour effectuer tout type d'étude de scénario ou d'environnement. Cela va de la création d'une petite entreprise à la gestion d'une multinationale.

Mais pour comprendre comment mettre en pratique l'Analyse SWOT, intéressons-nous à son concept et à ce que représente chaque mot qui compose son nom. Pour ce faire, nous allons présenter la matrice SWOT à l'aide d'exemples pratiques. Ainsi, nous apporterons ci-dessous quelques exemples et astuces sur la façon d'effectuer une analyse SWOT d'une entreprise : Avant de continuer, consultez notre éditeur de processus BPMN et créez votre compte totalement gratuitement. Cliquez ici pour connaître HEFLO. Analyse SWOT, des exemples de questions pour développer chaque caractéristique.



L'exercice de créer votre Analyse SWOT avec des exemples consiste à énumérer le plus grand nombre possible de propositions pour chaque caractéristique. Examinons point par point. Analyse SWOT : exemple d'étude d'un environnement intérieur. Tout d'abord, avant de présenter une matrice SWOT avec des exemples, il faut nécessairement comprendre les concepts d'environnements intérieurs et extérieurs. Nous allons commencer par l'environnement intérieur. Il s'agit de celui sur lequel les dirigeants d'une entreprise ont le contrôle. Par exemple : des employés qualifiés. Si l'entreprise ne dispose pas d'employés qualifiés, la direction peut instituer un programme soutenu de formation et d'évolution de son personnel pour changer cette situation. Un autre exemple : l'emplacement. Si une entreprise trouve que son emplacement est inapproprié, elle peut essayer de déménager. Autrement dit : elle a le contrôle sur cela. Il se peut par ailleurs qu'elle ne dispose pas suffisamment de capital. Il existe des moyens pour lever des capitaux ou pour élaborer un plan d'action pour tenter d'améliorer cette situation. En conclusion : l'environnement interne est composé de tous les éléments et facteurs sur lesquels l'entreprise peut exercer sa volonté de les changer de quelque manière que ce soit. Ces facteurs et éléments peuvent être les forces ou les faiblesses de votre entreprise. Vous le comprendrez mieux, avec la mise en place de notre analyse SWOT et, à partir d'exemples d'une entreprise donnée. Les Forces d'une entreprise Les forces d'une entreprise se déterminent par les avantages qu'elle détient par rapport à ses concurrents : ses compétences les plus fortes. Pour les définir, répondez à quelques questions liées à cet exemple d'Analyse SWOT : Quelles sont vos meilleures activités ? Quelles sont vos meilleures ressources ? Quel est votre plus grand avantage compétitif ? Quel est le niveau d'engagement de vos clients ? Les forces peuvent également être des éléments internes qui apportent des avantages à une société.



On peut aussi dire que ce sont des éléments qu'elle contrôle et pour lesquels elle peut décider de les conserver ou pas. Quelques exemples : L'unité de votre équipe Un certain montant d'actifs (immobilier, équipement moderne, etc.) Emplacement privilégié Relations stratégiques Modèle de facturation Les Faiblesses d'une entreprise Les faiblesses sont des compétences qui interfèrent ou entravent l'entreprise d'une manière ou d'une autre. Il est très important d'être sincère à ce stade de l'analyse. Les faiblesses peuvent être identifiées dans votre analyse SWOT grâce à ces exemples de questions : La main-d'œuvre est-elle formée ? Y a-t-il des lacunes en matière de formation ?



Pourquoi la concurrence a-t-elle été choisie ? Pourquoi mon engagement ne fonctionne-t-il pas ? Les faiblesses constatées doivent être examinées et observées isolément, afin de résoudre les problèmes qu'elles causent. Si les faiblesses ne peuvent être corrigées à court terme, alors, idéalement, des méthodes devraient être étudiées pour minimiser leurs effets ou essayer de les contourner afin qu'elles deviennent des forces pertinentes pour l'entreprise. Autres exemples de faiblesses à analyser : Produit hautement périssable Matière première insuffisante Équipe démotivée Technologie obsolète Processus de livraison déficitaire Consultez cette liste de contrôle d'après le livre de Kotler, 2000. Elle montre les forces et les faiblesses avec des exemples de ce qu'il faut découvrir à leur sujet dans votre entreprise : Analyse SWOT: exemple d'étude de l'environnement externe Maintenant, si l'environnement interne est celui qui peut être contrôlé, l'environnement externe est représenté par les facteurs sur lesquels l'entreprise ne peut pas intervenir. Ces facteurs peuvent se traduire par des opportunités ou des menaces. Par exemple : si le taux de change est à la hausse, il n'y a aucun moyen pour l'entreprise de changer ce scénario. De même, si une sécheresse aboutit à une certaine pénurie de la matière première utilisée par l'entreprise, il n'y aura aucun moyen d'inverser cette situation. Dans les exemples ci-dessus, la hausse du taux de change peut être une opportunité pour une entreprise exportatrice. Dans le cas d'une entreprise importatrice, la hausse d'une autre monnaie est une menace. De même, une sécheresse est une menace pour l'entreprise qui dépend de la matière première affectée par ce phénomène climatique. D'autres exemples vont vous aider à encore mieux comprendre la partie suivante de l'analyse SWOT. Menaces commerciales Contrairement aux opportunités, les menaces sont des forces externes qui influencent négativement l'entreprise et doivent être traitées avec beaucoup de prudence. En effet, elles peuvent nuire non seulement à la planification stratégique de l'entreprise, mais aussi directement à ses résultats.

Exemples de menaces dans votre analyse SWOT : Nouveaux concurrents Baisse d'employés qualifiés dans le secteur Modification des lois et des paramètres réglementaires Informatisation et automatisation des processus.



Inovez dans votre manière de gérer et offrez-vous un énorme avantage concurrentiel : apprenez ce qu'est le BPM et ce qu'est un processus métier. Les menaces peuvent également signifier des craintes émises par la direction de l'entreprise. Des moyens de les atténuer devraient être envisagés dans une certaine mesure. Autres exemples : Arrivée sur le marché d'un concurrent beaucoup plus important Piratage des produits Pénurie de main-d'œuvre Catastrophes naturelles / guerres Vol de technologie et du savoir faire fondamental. Opportunités à saisir Ce sont des forces externes qui influencent positivement l'entreprise. Il n'y a aucun contrôle sur ces forces, car elles peuvent se produire de différentes manières, cependant, des recherches ou une planification sont à effectuer de manière à prévoir au minimum l'apparition de ces faits. Comme par exemple : Changements dans la politique économique du gouvernement ; Modification d'un impôt ou d'une taxe quelconque ; Investissements externes ; Meilleures opportunités de prêts, baisse des taux d'intérêts. Les opportunités sont liées aux souhaits des managers. Bien qu'elles soient hors du contrôle de l'entreprise, il doit y avoir un minimum de préparation au cas où elles se présenteraient. Autre exemple : Une certaine mode sporadique qui fait exploser la demande de votre produit ; La concurrence a besoin de votre aide ; L'accès à une nouvelle technologie est rendu possible ; Un produit complémentaire au vôtre est lancé. Il existe un acronyme appelé PESTEL qui résume les principaux éléments qu'un bon exemple d'analyse SWOT devrait prendre en compte, consultez : Exemple de matrice SWOT prête Cette analyse avec la matrice SWOT et ses exemples de questions et de réflexions doit être développée et interprétée afin que vous puissiez réunir les principaux composants qui agissent comme des éléments de l'analyse externe et interne. Le diagnostic doit être fiable et basé sur la planification à moyen et long terme de l'organisation. Il s'agit d'une méthode de gestion apte à aider l'entreprise dans plusieurs aspects, principalement dans la prise de décision. Mais comment mettre en corrélation l'environnement interne avec l'externe? les forces et les faiblesses avec des opportunités et des menaces ? Pour ce faire, vous devez répondre à 4 questions. 4 questions de l'analyse SWOT : exemple pratique : Comment mes forces peuvent-elles me défendre contre les menaces ?

	Interne	Externe
Bon	Forces	Opportunités
Mauvais	Faiblesses	Menaces

De quelle manière mes forces peuvent-elles améliorer les opportunités ? Comment mes faiblesses peuvent-elles entraver mes opportunités ? Comment mes faiblesses peuvent-elles rendre les menaces encore plus grandes ? En corrélant ces réponses, vous pourriez tirer des conclusions et esquisser des plans d'action basés sur l'analyse SWOT. Consultez cette infographie qui vous aidera à faire l'analyse SWOT et remplissez simplement les espaces : Si vous ne savez toujours pas comment utiliser le tableau SWOT, examinons un exemple pratique d'analyse SWOT d'une entreprise. Exemple de matrice SWOT prête Nous avons procédé à une analyse SWOT en prenant comme exemple une entreprise qui produit des chaussures en cuir. Ses forces : Situation privilégiée : à proximité d'un port dédié à l'exportation, de plusieurs centres commerciaux et proche de fournisseurs de cuir.

Des employés hautement qualifiés : les employés ont une vaste expérience dans la fabrication de chaussures en cuir, ce qui confère à ces dernières une haute qualité. Par ailleurs, bien qu'elle soit majoritairement utilisée par des organisations (petites entreprises, organisations à but non lucratif ou encore grandes entreprises). L'analyse SWOT peut être utilisée tout en gardant une longueur d'avance sur les tendances du marché. L'analyse SWOT combinée à l'analyse de la concurrence peut aider les entreprises à identifier les avantages et les faiblesses par rapport à leurs concurrents, ainsi qu'à découvrir les opportunités de marché qui peuvent être exploitées et les menaces qui doivent être évitées. Téléchargez notre modèle gratuit d'analyse de la concurrence pour comprendre les segments de marché, les clients cibles et les stratégies de positionnement de vos concurrents. Modèle gratuit d'analyse concurrentielle Que veut dire SWOT ? Pour faire simple, SWOT est l'acronyme des mots anglais strengths, weaknesses, opportunities et threats (en français : forces, faiblesses, opportunités et menaces). Il est important d'examiner chacun de ces facteurs pour planifier correctement la croissance de votre entreprise. C'est là que l'analyse entre en jeu. L'analyse de ces quatre facteurs vous donnera une vision plus large de votre situation et de la manière dont vous pouvez passer à l'étape suivante. Intéressons-nous maintenant plus en détail à chacun de ces termes et à la manière dont ils peuvent vous aider à identifier des pistes d'amélioration. Strengths (Forces) Les forces font référence aux initiatives internes qui obtiennent de bons résultats. L'analyse de ce facteur peut notamment impliquer une comparaison à d'autres initiatives ou à un avantage concurrentiel externe. Ainsi, vous comprendrez ce qui fonctionne déjà et pourrez ensuite utiliser les techniques que vous savez efficaces (vos forces) dans d'autres domaines qui pourraient en avoir besoin, comme l'amélioration de l'efficacité de votre équipe. Pour analyser les forces de votre entreprise, commencez par vous poser les questions suivantes : Quels sont nos points forts ? En quoi notre entreprise se démarque-t-elle ? Quels aspects de notre entreprise notre public cible apprécie-t-il ? Voici un exemple de force pour vous aider à démarrer : Service client : notre service client est exceptionnel comparé à nos concurrents, avec un score NPS de 90. Weaknesses (faiblesses) Les faiblesses de l'entreprise font référence aux initiatives internes moins performantes. Nous vous conseillons d'analyser vos forces avant vos faiblesses afin de définir une base de référence pour vos réussites et vos échecs. L'identification des faiblesses internes constitue un point de départ pour l'amélioration de ces projets. De la même manière que pour l'examen des forces, vous pouvez poser différentes questions pour commencer à identifier vos faiblesses : Quelles initiatives sont moins performantes et pourquoi ? Sur quels points nous améliorer ? Quelles ressources pour de meilleurs résultats ? Voici un exemple de faiblesse : Visibilité e-commerce : notre site Web souffre d'une faible visibilité en raison d'un budget marketing limité, et la baisse des ventes via notre application mobile se poursuit. Opportunités (opportunités) Les opportunités sont le résultat de vos forces et faiblesses actuelles,

ainsi que de toute initiative externe qui vous placera dans une position concurrentielle plus forte. Il peut s'agir de faiblesses que vous aimeriez améliorer ou de domaines qui n'auraient pas été identifiés lors des deux premières phases de votre analyse. Comme il existe de nombreux façons de trouver des opportunités, il peut être utile de se poser les questions suivantes avant de commencer :Quelles ressources pouvons-nous utiliser pour corriger nos faiblesses ?Des aspects du marché non couverts par nos services ?Quels sont nos objectifs cette année ?Voici un exemple d'opportunité d'après les forces et faiblesses précédentes : Campagne marketing : diffusion de campagnes publicitaires sur YouTube, Facebook et Instagram pour une meilleure visibilité de la boutique en ligne.Threats (menaces)Les menaces font référence aux domaines susceptibles d'entraîner des problèmes. Elles diffèrent des faiblesses, car elles sont externes et généralement hors de votre contrôle. Il peut s'agir de tout type d'événement : d'une pandémie à un changement dans le paysage concurrentiel. Voici quelques questions que vous pouvez vous poser pour identifier les menaces externes:Quelles évolutions du secteur sont-elles sources de préoccupation ?Quelles tendances de marché se dessinent à l'avenir ?Sur quels points nos concurrents obtiennent-ils de meilleurs résultats que nous ?Voici un exemple de menace qui pourrait contribuer à la vulnérabilité de votre entreprise face aux problèmes : Nouveau concurrent : une nouvelle boutique en ligne concurrente ouvre ses portes le mois prochain, et pourrait nous faire perdre des clients. [A lire] Calendrier 2023 : voici comment faire votre planning annuelExemple d'analyse SWOTL'une des façons les plus courantes de procéder à une analyse SWOT consiste à représenter visuellement les forces, les faiblesses, les opportunités et les menaces. Ce format, que l'on désigne sous le nom de « matrice SWOT », s'organise généralement en quatre carrés accolés qui en forment un plus grand.La matrice SWOT est idéale pour recueillir des informations et documenter les questions qui vous ont amené à prendre vos décisions. Elle sera non seulement pratique pour s'y référer par la suite, mais également pour visualiser les tendances qui en ressortent.Voici un exemple de SWOT pour vous aider à créer votre propre matrice : Lorsqu'elle est utilisée correctement et efficacement, votre matrice peut constituer un excellent outil d'évaluation des forces et faiblesses de votre organisation. Une fois votre matrice créée, vous pouvez vous concentrer sur la manière de mettre en œuvre les opportunités ainsi identifiées.[A lire] Qu'est ce que la matrice BCG? Définition, exemples et conseilsL'analyse SWOT peut être réalisée de différentes manières. Alors que certaines équipes aiment se réunir et rassembler leurs idées sur un tableau, d'autres préfèrent créer une matrice SWOT formelle. Peu importe le type d'analyse SWOT que vous choisissez de réaliser, faire preuve de créativité dans votre processus de planification permet de faire jaillir de nouvelles idées et d'aboutir à des solutions plus innovantes.Vous pouvez facilement créer un modèle d'analyse SWOT en utilisant les fonctionnalités de gestion de projet d'Asana. Il suffit de créer une liste de tâches pour chaque élément de l'analyse SWOT (forces, faiblesses, opportunités, menaces), puis utiliser des étiquettes ou des filtres pour les organiser et les suivre. Vous pouvez également utiliser des commentaires pour discuter de chaque élément et faire des notes pour les futurs suivis.Créer des listes de tâches avec AsanaIl existe plusieurs moyens de s'assurer que votre analyse SWOT est complète et correctement réalisée. Certaines de ces astuces impliquent de réunir votre équipe de manière à favoriser le travail d'équipe, de vous préparer en amont pour utiliser le temps judicieusement et de faire preuve de créativité dans le choix des idées. Examinons maintenant de plus près quelques conseils pour vous aider à démarrer.Conseil n° 1 : effectuer les diagnostic internes Les facteurs internes sont les forces et les faiblesses qui découlent des processus internes. Les problématiques associées ont tendance à être plus faciles à résoudre (si vous en avez les moyens), car vous avez davantage de contrôle sur le résultat. Voici quelques pistes d'amélioration à creuser lorsque vous observez des facteurs internes:Rencontrez les parties prenantes du service dans le but d'élaborer un business plan axé sur l'amélioration de votre situation actuelle.Recherchez et implémentez de nouveaux outils, comme un outil de gestion de projet, qui simplifieront ces processus pour vous.La manière dont vous allez résoudre les facteurs internes dépendra du type de problème. Une combinaison des deux pourrait même être envisagée dans le cadre d'un plan d'amélioration complexe. Conseil n° 2 : évaluer les facteurs externesLes facteurs externes découlent de processus qui échappent à votre contrôle. Il s'agit des concurrents, des tendances du marché et de tout ce qui peut affecter votre organisation de l'extérieur.Les facteurs externes sont plus difficiles à résoudre, car vous ne pouvez pas en contrôler directement le résultat. Ce que vous pouvez faire est d'adapter vos propres processus de manière à atténuer les effets des facteurs externes négatifs. Vous pouvez tenter de résoudre ces problèmes en :Concurrençant les acteurs du marché.Anticipant les futures tendances du marchéMême si vous ne pouvez pas contrôler un environnement externe, vous pouvez tout à fait contrôler la façon dont votre entreprise réagit.Imaginons, par exemple, que vous cherchez à répondre à une tendance du marché. Un concurrent lance sur le marché un nouveau produit plus performant que le vôtre. Même si vous ne pouvez pas faire disparaître ce produit, vous pouvez faire en sorte de lancer un produit encore meilleur pour atténuer toute baisse des ventes. Autrement, vous pouvez essayer d'anticiper les tendances du marché pour être prêt le moment venu.Conseil n° 3 : la collaboration est la clé de la réussiteC'est peut-être un vieil adage, mais le travail en équipe s'avère particulièrement efficace pour trouver des idées nouvelles et innovantes. Invitez plusieurs membres de l'équipe provenant de divers services. Ainsi, les idées de chaque partie de l'entreprise seront représentées. Faites attention au nombre de personnes que vous invitez : un trop grand nombre de participants pourrait entraîner un manque de concentration ou de participation. Limitez-vous à une dizaine de collègues, l'effectif idéal pour une séance de brainstorming productive.Conseil n° 4 : faire preuve de créativitéPour générer des idées créatives, vous devez d'abord les encourager, c'est-à-dire imaginer des moyens amusants de trouver des opportunités. Vous pouvez, par exemple, choisir au hasard des idées anonymes, présenter des exemples clairement inadapts ou organiser des activités de cohésion d'équipe pour motiver votre équipe.Conseil n° 5 : classer les idéesFini de jouer, il est temps de procéder au classement des meilleures opportunités. Cette tâche peut être réalisée en équipe ou avec un groupe plus restreint de dirigeants. La meilleure façon de procéder est de discuter de chaque idée, puis de la classer sur une échelle de 1 à 10. Une fois que vous vous êtes mis d'accord sur vos meilleures idées en fonction des capacités de l'équipe et de l'impact global, vous pouvez entreprendre leur mise en œuvre en commençant par rédiger un business case.Quels sont les avantages de l'analyse SWOT?L'analyse SWOT peut vous aider à améliorer vos processus et à planifier votre croissance. Bien que celle-ci se rapproche de l'analyse de la concurrence, vous noterez qu'elle évalue aussi bien les facteurs internes qu'externes. En analysant les principaux domaines autour de ces opportunités et menaces, vous disposerez des informations nécessaires pour assurer la réussite de votre équipe.L'analyse SWOT n'est pas uniquement utile aux organisations. Avec une analyse SWOT personnelle, vous pouvez examiner les aspects de votre vie qui pourraient être améliorés, de votre style de leadership à vos capacités de communication. Quelle que soit la manière dont vous choisissez de l'utiliser, elle vous sera utile pour les trois raisons suivantes :1. Identifier les champs d'opportunitésL'un des principaux avantages d'une analyse SWOT est de déterminer les opportunités de croissance. C'est un excellent point de départ pour les startups et les équipes qui savent qu'elles veulent s'améliorer, mais ne savent pas exactement comment s'y prendre.Les opportunités peuvent provenir de nombreuses sources différentes, par exemple d'éléments externes comme la diversification de vos produits pour obtenir un avantage concurrentiel ou de facteurs internes tels que l'amélioration des processus de votre équipe. Dans tous les cas, c'est en saisissant ces opportunités que vous pourrez développer votre équipe.2. Identifier les axes d'améliorationL'amélioration des projets en cours est un autre moyen infaillible de poursuivre sa croissance. L'identification des faiblesses et des menaces lors d'une analyse SWOT peut ouvrir la voie à une meilleure stratégie commerciale.En fin de compte, apprendre de ses erreurs est le meilleur moyen d'exceller. Une fois que vous avez les résultats de votre analyse SWOT, vous pouvez travailler avec les membres de votre équipe pour réfléchir à un plan d'action. Cela implique d'utiliser les techniques que vous savez efficaces et de vous appuyer sur les forces de votre entreprise.Créer un modèle de plan d'action3. Identifier les aspects à risqueQue vous ayez ou non mis en place un registre des risques, il reste indispensable d'identifier les risques avant qu'ils ne deviennent une source de préoccupation. Une analyse SWOT peut vous aider à garder le contrôle de tout élément exploitable, susceptible de jouer un rôle dans votre processus de prise de décision en matière de risques.Il peut s'avérer utile d'associer votre analyse SWOT à une analyse PESTEL qui examine les solutions externes telles que les facteurs politiques, économiques, sociaux et technologiques, qui peuvent tous vous aider à identifier les risques en amont.[A lire] Analysez votre environnement concurrentiel avec les 5 forces de PorterDéfinir sa stratégie d'entreprise avec l'analyse SWOTUne analyse SWOT est une technique efficace pour identifier les principales forces, faiblesses, opportunités et menaces. Faire le point sur votre situation actuelle et sur vos objectifs vous permettra de développer à la fois votre équipe et votre entreprise. En utilisant Asana pour réaliser votre analyse SWOT, vous pouvez facilement impliquer votre équipe dans le processus et assurer une collaboration transparente. Tirez le meilleur parti de vos forces, surmontez vos faiblesses, saisissez les opportunités et faites face aux menaces ensemble !Améliorer la collaboration d'équipe avec Asana