



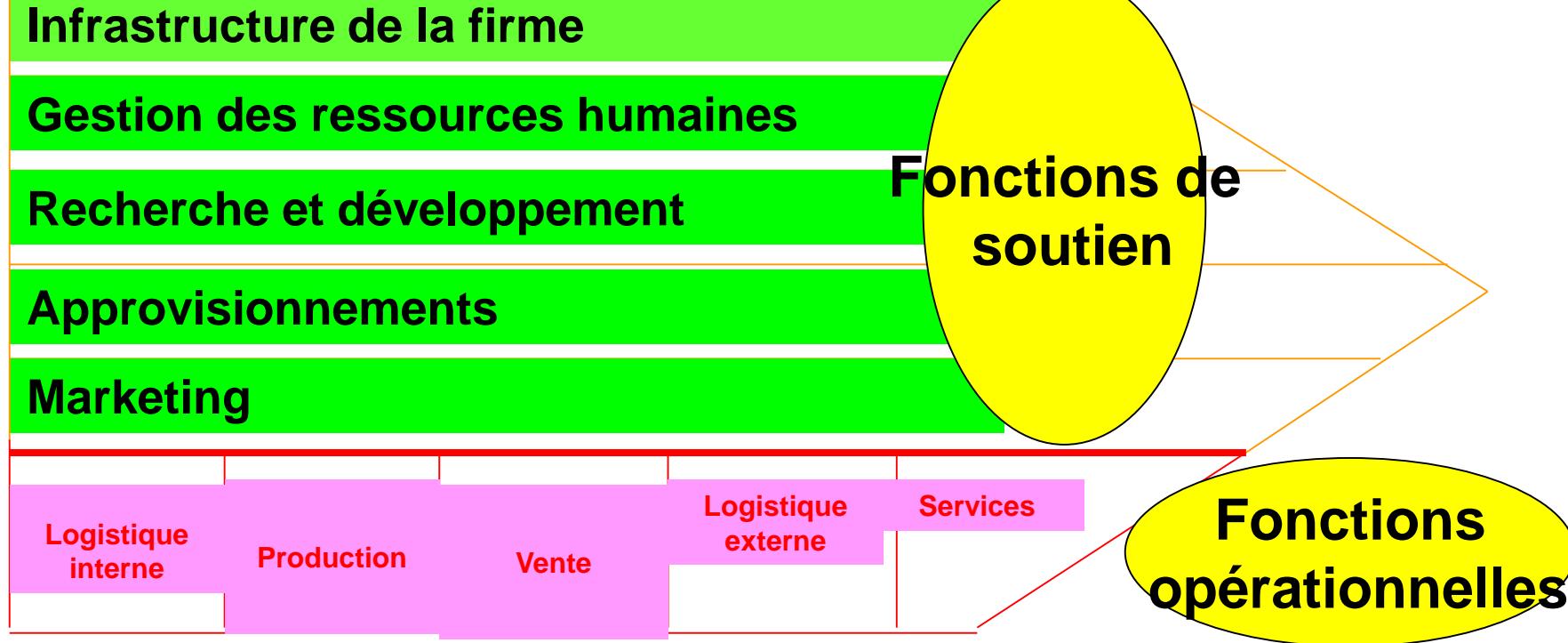
Sud de France Développement

La chaîne de valeur

Pierre LE MAITRE
9 Février 2016

La chaîne de valeur ou la recherche de la différenciation

La chaîne de valeur



- Comment fonctionne cette chaîne (coûts, valeur...) ?
Quelle valeur délivre-t-on au client (avantage concurrentiel unique) ?
Quelle perception en a le client ?
Quelles compétences (facteurs-clés de succès) faut-il maîtriser pour optimiser la performance ?
Comment procèdent les concurrents ?
Comment modifier cette chaîne ? Où réside notre avantage concurrentiel différenciateur ?

La chaîne de valeur ou la recherche de la différenciation

- **L'approche de la chaîne de valeur**
 - **L'approche de la chaîne de valeur – Les activités principales**
 - **La logistique interne** : activités logistiques (amont) de réception, de stockage et de manutention interne
 - **La production** : transformation des matières et sous-ensembles en produits finis
 - **La logistique externe** : activités de livraison des biens et services au client
 - **La commercialisation (marketing) et la vente** : moyens et méthodes utilisées pour faire connaître l'offre de l'entreprise, la faire apprécier et déclencher l'achat
 - **Les services** : activités associées à l'offre principale (formation, maintenance...)

La chaîne de valeur ou la recherche de la différenciation

- **L'approche de la chaîne de valeur**

- **Les activités de soutien**

- **Les approvisionnements** : activités liées aux achats de matière, de marchandises, de fournitures diverses, mais également de moyens de production
- **Le développement technologique** : concerne aussi bien les systèmes d'information que la R&D, la gestion des connaissances...
- **La gestion des ressources humaines** : ensemble des activités de recrutement, rémunération, motivation, formation, gestion de carrière...
- **L'infrastructure de la firme** : direction générale et autres fonctions communément appelées "support", telles la comptabilité, le juridique...

La chaîne de valeur ou la recherche de la différenciation

- **L'approche de la chaîne de valeur**

- **Utilité stratégique ?**

- La chaîne de valeur est la décomposition chronologique de toutes les activités nécessaires pour aboutir à l'offre du produit
 - Ces activités sont reliées non seulement entre elles mais également aux activités des fournisseurs, aux réseaux et aux clients de l'entreprise
 - Chacune des activités peut constituer une force ou une faiblesse, en apportant ou en n'apportant pas de valeur au client
 - Cet outil s'intéresse à une question fondamentale de la performance d'une entreprise : **comment la valeur est-elle créée ?**