

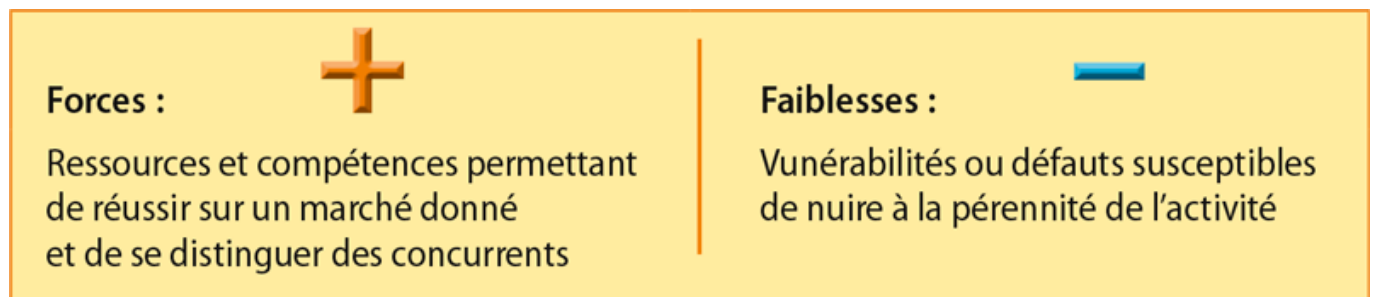
Chapitre 06

Le diagnostic stratégique interne ?

II. Élaborer le diagnostic interne et identifier les compétences distinctives ?

Document 5 : Le diagnostic interne : connaître son potentiel

Le diagnostic interne permet de mettre en évidence les forces et faiblesses d'une organisation au regard de ses moyens d'action : ses ressources et compétences.



Il permet à une organisation d'effectuer ses choix stratégiques sur la base de ses forces et de développer ses avantages.

Document 6 : La production artisanale de Marius Fabre

Du fait de son procédé de production ancestral, l'outil de production de Marius Fabre n'a guère évolué. La mécanisation est peu poussée et les techniques de production ne sont pas compétitives. Le temps de fabrication est de 14 jours, ce qui est peu rentable comparé aux savonneries industrielles. Par ailleurs, le savon de Marseille ne bénéficiant pas d'appellation protégée, n'importe qui peut le fabriquer n'importe comment et l'appeler « savon de Marseille ». Le diplôme de maître-savonnier n'existant pas, il nécessite une transmission interne longue sur une dizaine d'années.

- 1) Réalisez le diagnostic interne de la savonnerie Marius Fabre en distinguant, parmi les ressources et compétences suivantes, celles qui représentent une force ou une faiblesse.
- 2) Que révèle ce diagnostic sur la savonnerie Marius Fabre ?
- 3) Quelle est l'utilité pour une entreprise de réaliser un diagnostic interne ?
- 4) À quelles conditions une ressource peut-elle constituer une force ?
- 5) Quels éléments caractérisent une compétence distinctive ?

Document 7 : Mettre en évidence les compétences d'une entreprise

Le défi du Slip français : élaborer l'intégralité de ses collections en France

Du tricotage des fils aux élastiques et jusqu'à la confection des étuis d'emballage, Le Slip français cherche à mobiliser les meilleurs savoir-faire artisanaux français. Pour autant, l'entreprise ne possède pas d'usine. La

fabrication est externalisée, c'est-à-dire proposée à des entreprises sous-traitantes qui produisent pour son compte. Forte de son succès, elle développe des partenariats partout sur le territoire. Ainsi, l'entreprise, initialement spécialisée dans le slip pour homme, a aujourd'hui étendu sa gamme en proposant une collection femme, des charentaises, des chaussettes, des marinières... Les approvisionnements en coton sont tous certifiés OEKO-TEX®, ce qui garantit l'absence de produits toxiques pour le corps et l'environnement. L'entreprise a obtenu pour la deuxième fois consécutive le label « *Happy at work* », qui évalue l'épanouissement des salariés dans leur entreprise. Son principal vecteur de vente est Internet, ce qui lui permet de réaliser des économies de distribution. De plus, l'entreprise maîtrise bien les réseaux sociaux et a largement fait son succès en créant le *buzz*, par des campagnes de communication au ton humoristique et décalé.

- 6) Quelle est la finalité de l'entreprise Le Slip français ?
- 7) Identifiez les compétences de l'entreprise Le Slip français.
- 8) Parmi les compétences identifiées, distinguez celles qui lui permettent de réaliser sa finalité.

Document 8 : Repérer les forces et faiblesses d'un établissement public

Les forces et faiblesses de l'AP-HM

L'expertise des équipes est reconnue au niveau mondial. Elles sont également leaders dans de nombreux domaines (pédiatrie et médecine néonatale, infectiologie, neurosciences et neurochirurgie, génétique...). Les équipes médicales réalisent régulièrement des premières européennes et mondiales. Toutefois, l'AP-HM présente une situation financière préoccupante et un état de vétusté globale des principaux bâtiments (hôpital de La Timone et hôpital Nord). Ces bâtiments sont très loin des standards actuels de prise en charge des patients (pas de douche dans les chambres, pas assez de chambres individuelles...). Or, avec un déficit structurel de 51,3 millions d'euros chaque année et une dette de 1 milliard, l'AP-HM n'est plus en mesure de procéder aux investissements nécessaires pour se moderniser. Aussi, l'AP-HM s'est engagée auprès de l'État à mettre en œuvre un contrat de retour à l'équilibre financier.

Activité	Absentéisme
<ul style="list-style-type: none"> • 13 000 personnels non médicaux, 2 000 médecins • 3 400 lits et places répartis sur 4 sites • Par an : 125 000 entrées, 70 000 interventions, 125 000 entrées, 5 500 naissances, 228 000 urgences • + de 600 000 appels au SAMU • 1 285 programmes de recherche en cours 	<p>Le taux d'absentéisme est nettement supérieur à la moyenne nationale : 9,6 % à l'AP-HM contre 7,85 % en moyenne nationale. Ainsi, au quotidien, l'AP-HM compte 1 200 personnes absentes. Si son taux d'absentéisme était équivalent à la moyenne nationale de 7,85 %, 200 personnes en plus seraient présentes dans les services chaque jour.</p>

- 9) Concevez un tableau vous permettant de recensez les forces et faiblesses de l'AP-HM.