



Le Diagnostic Stratégique : Votre Carte de Navigation vers le Succès



Maîtriser l'analyse **SWOT** pour réussir vos examens et en entreprise.





On est là pour **vous** guider.



Le SWOT. Ce mot peut sembler un peu technique, un peu intimidant au premier abord. C'est tout à fait normal de ressentir ça.



Notre objectif aujourd'hui est simple : vous montrer que cet outil est non seulement logique, mais incroyablement puissant. C'est l'un des premiers instruments que vous utiliserez en tant que futur manager ou entrepreneur.



Pensez à nous comme deux capitaines expérimentés qui partagent leurs secrets de navigation. On va dédramatiser tout ça ensemble.



Toute grande aventure commence par un **plan**.

Imaginez : vous êtes le capitaine d'un navire, sur le point de partir pour un long voyage.
Que faites-vous avant de lever l'ancre ?

1. Vous inspectez votre navire : Est-il solide ? A-t-il un bon moteur ?
(Analyse INTERNE)

2. Vous consultez la carte et la météo :
Le vent est-il favorable ?
Une tempête se prépare-t-elle à l'horizon ?
(Analyse EXTERNE)



Le SWOT, c'est votre carte de navigation.

Cette double analyse, c'est précisément ce que fait l'outil SWOT. Il vous donne une vision claire et honnête de la situation pour prendre les meilleures décisions.

Analyse Externe

(L'Océan & la Météo)



Analyse Interne (Votre Navire)



Étape 1 : Analyser votre navire (l'Interne)

On commence par regarder ce qui dépend directement de vous, de votre entreprise.
Vos ressources, vos compétences, votre réputation.

Analyse Externe (L'Océan & la Météo)



Analyse Interne (Votre Navire)

Forces Les atouts de votre navire. Ce qui le rend performant. <i>(Ex: Un bon moteur, un équipage expérimenté)</i>	
Faiblesses Les points à améliorer, les fuites à réparer. <i>(Ex: Des voiles usées, une coque fragile)</i>	

Étape 2 : Scruter l'horizon (l'Externe)

Maintenant, levons la tête et regardons l'environnement. Le marché, les concurrents, les tendances...
Des éléments que vous ne contrôlez pas, mais qui peuvent vous propulser ou vous freiner.

Analyse Interne (Votre Navire)



Forces

Les vents et resiruaries.
(Ex: Un nouveau faiblereses)



Faiblesses

Les crroins ou connenrents.
(Ex: Des pirates ou un iceberg)

Analyse Externe (L'Océan & la Météo)



Opportunités

Les vents favorables à saisir.
(Ex: Un nouveau courant qui accélère le voyage)



Menaces

Les tempêtes ou les récifs à éviter.
(Ex: Des pirates ou un iceberg)

Votre carte de navigation est complète.



Forces

Le diagnostic SWOT croise l'analyse interne (forces et faiblesses) et l'analyse externe.



Opportunités

Le diagnostic SWOT croise l'analyse interne (forces et faiblesses) et l'analyse externe (opportunités).



Faiblesses

Le diagnostic SWOT croise l'analyse interne (forces et faiblesses) et l'analyse externe.



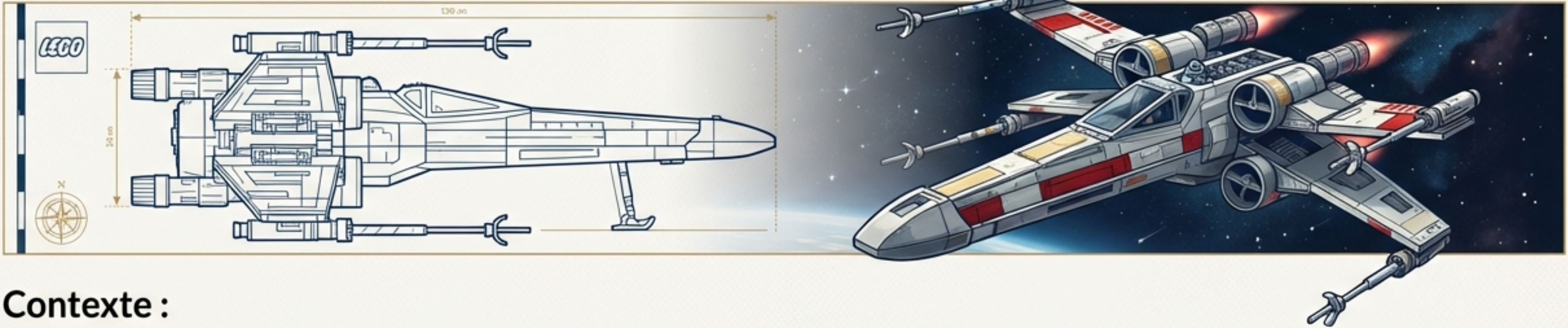
Menaces

Le diagnostic SWOT croise l'analyse interne (forces et faiblesses) et externes menaces.

À retenir

Le diagnostic SWOT croise l'analyse interne (forces et faiblesses) et l'analyse externe (opportunités et menaces).

Journal de Bord #1 : Comment LEGO a évité le naufrage.



Contexte :

Contexte : Au début des années 2000, LEGO faisait face à une tempête : l'entreprise était en difficulté financière face à la concurrence des jeux électroniques.

Analyse SWOT :



Force (Navire) :

Une marque forte, une qualité de produit inégalée.



Menace (Tempête) :

L'essor des jeux électroniques qui captivait les enfants.

La Manœuvre Stratégique :

LEGO a utilisé ses forces pour contrer la menace en se recentrant sur son cœur de métier (la brique) tout en innovant avec des licences de films (*Star Wars*) et en développant sa propre stratégie numérique (jeux vidéo, films).

Journal de Bord #2 : Amazon, de petite barque à super-tanker



Contexte : Dans les années 1990, Amazon n'était qu'une librairie en ligne parmi d'autres.

Analyse SWOT :



Opportunité (Vent Favorable) : Le boom d'Internet et du e-commerce.



Faiblesse (Fuite) : Manque de notoriété face aux géants de la librairie physique.

La Manœuvre Stratégique : Amazon a misé à fond sur l'opportunité d'Internet, en s'appuyant sur la vision de son fondateur et sa capacité à innover dans la logistique (ses Forces) pour compenser sa faiblesse initiale.

Même à petite échelle, la carte est essentielle.

Cet outil n'est pas réservé aux géants ! Il est précieux pour n'importe quel projet.

Exemple : L'artisan boulanger du quartier



Force (Navire) :
Sa recette de famille unique.



Faiblesse (Fuite) :
Une capacité de production limitée.



Opportunité (Vent Favorable) :
L'intérêt croissant des consommateurs pour les produits locaux.



Menace (Tempête) :
L'ouverture d'un supermarché avec une boulangerie industrielle à proximité.



Conseil de Mentor : L'erreur de navigation à ne JAMAIS commettre.

Je sais que ça peut faire peur au début, mais une fois qu'on a compris, c'est très logique. Voici le piège classique à l'examen : confondre ce qui est DANS le bateau et ce qui est DEHORS.



INTERNE (Vous contrôlez)

Ces contrôles :
Vos produits, votre équipe, votre réputation,
vos finances. C'est l'état de votre navire.

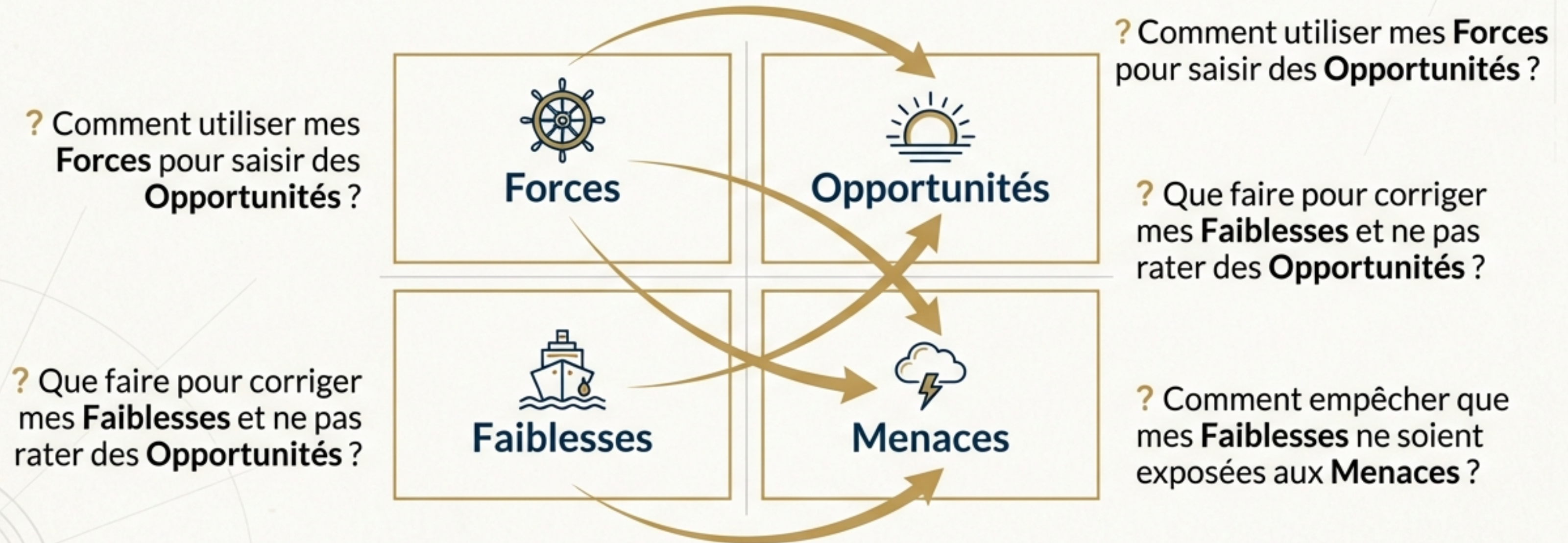


EXTERNE (Vous subissez / en profitez)

Ces informations :
Le marché, les concurrents, la loi, les tendances
économiques. C'est la météo et l'océan.

Du diagnostic à l'action : on fixe le cap

Le SWOT n'est pas une fin en soi. C'est le point de départ de votre stratégie. Le but est de croiser les analyses pour définir des actions.



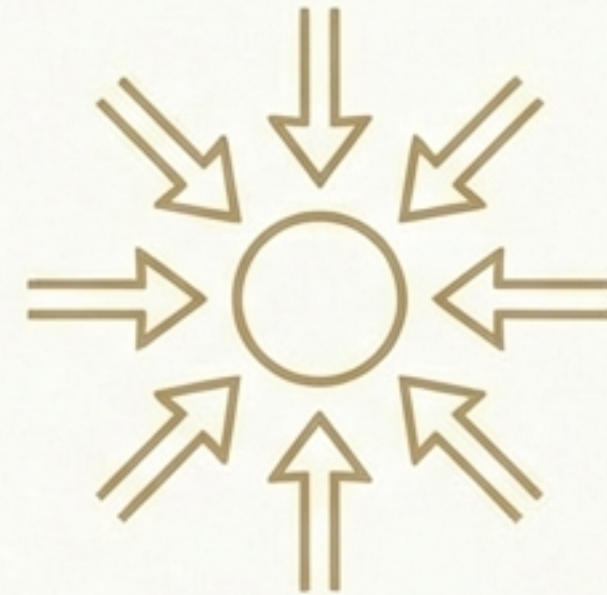
Pour les explorateurs : aller plus loin.

Le SWOT est votre instrument principal. Pour affiner votre analyse de l'environnement externe (Opportunités et Menaces), deux autres outils sont très utiles :



L'analyse PESTEL

Pour cartographier les grandes tendances de fond (Politique, Économique, Sociologique, etc.).



La matrice des 5 forces de Porter

Pour analyser l'intensité de la concurrence dans votre secteur.

Vous avez la barre en main.

Maîtriser le SWOT, c'est savoir poser les bonnes questions. C'est une compétence qui fera la différence, à l'examen comme dans votre future carrière.

Savoir présenter un SWOT clair et pertinent en réunion, c'est montrer que vous avez une vision stratégique. C'est se faire remarquer positivement.

Vous ne mémorisez pas une théorie, vous apprenez à piloter. Et ça, c'est un atout immense pour votre avenir.



Votre boussole pour l'avenir.

N'oubliez pas : chaque effort que vous faites aujourd'hui construit la réussite de votre voyage de demain.

Continuez à être curieux, à poser des questions, et à tracer votre propre route.

Nous sommes là pour vous accompagner.

