

SUPPORT DE COURS - NIVEAU BTS

Du PESTEL au SWOT :

Transformer l'information en stratégie

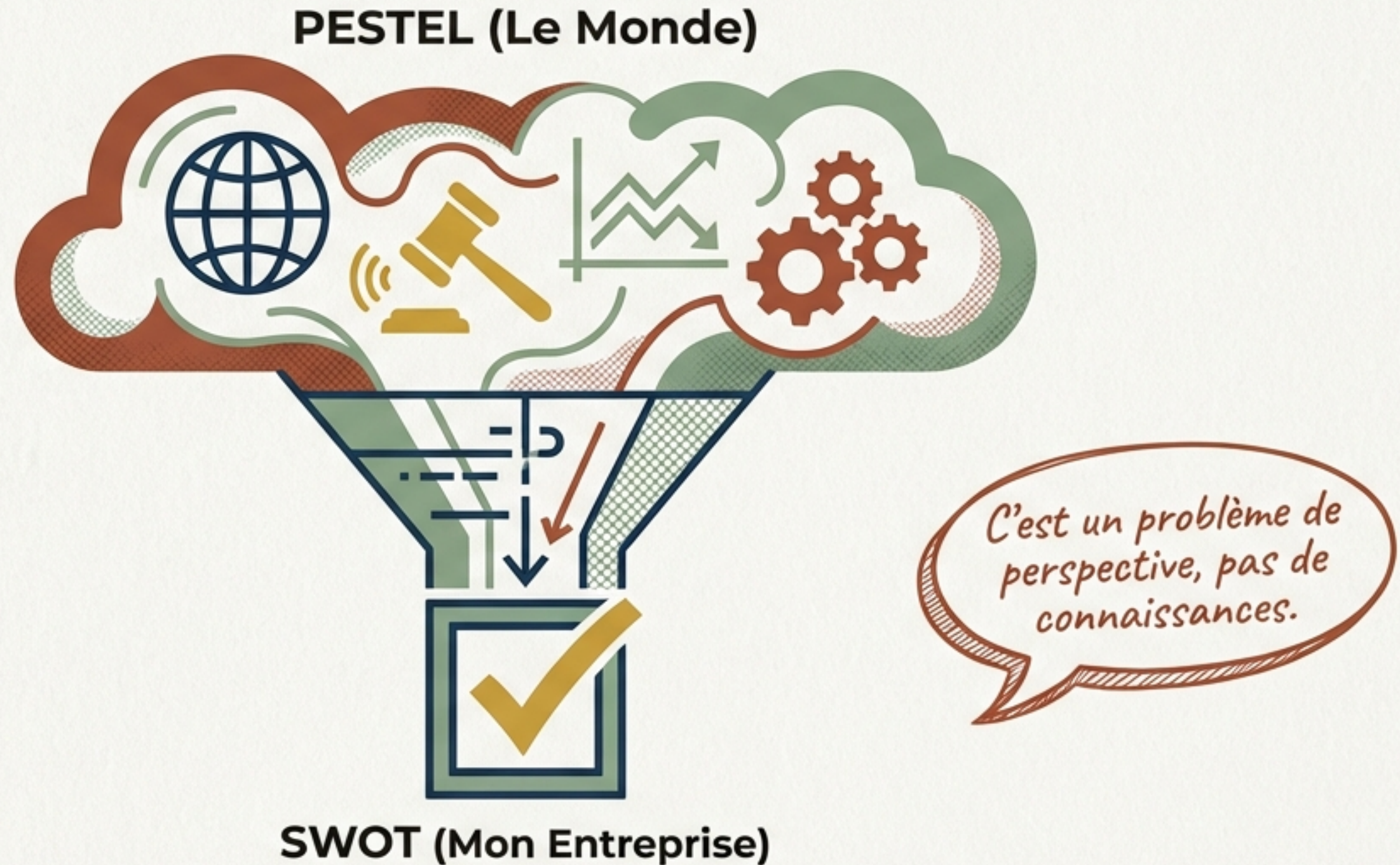
Bienvenue dans l'Atelier des Mentors.

Bonjour. Si vous êtes ici, c'est que vous maîtrisez l'analyse PESTEL, mais que le passage au SWOT vous semble encore flou. C'est normal.

Passer de l'observation "macro" à la stratégie "micro" est l'étape la plus délicate. Nous sommes là pour vous donner le déclic qui rendra tout cela logique.



Pourquoi cette étape semble-t-elle difficile au début ?



Vous avez récolté des tonnes d'informations sur l'environnement politique, économique ou social. C'est très bien. Mais face à votre copie, vous bloquez : 'Est-ce une opportunité ou une menace ?'. Ne vous inquiétez pas. Une fois que vous aurez compris le mécanisme que nous allons voir, vous ne verrez plus l'actualité de la même façon.

La leçon d'humilité de Kodak



1975 : L'Invention (Le Facteur)

Kodak invente le premier appareil numérique.

2012 : La Faillite (L'Impact)

L'innovation devient leur pire menace.

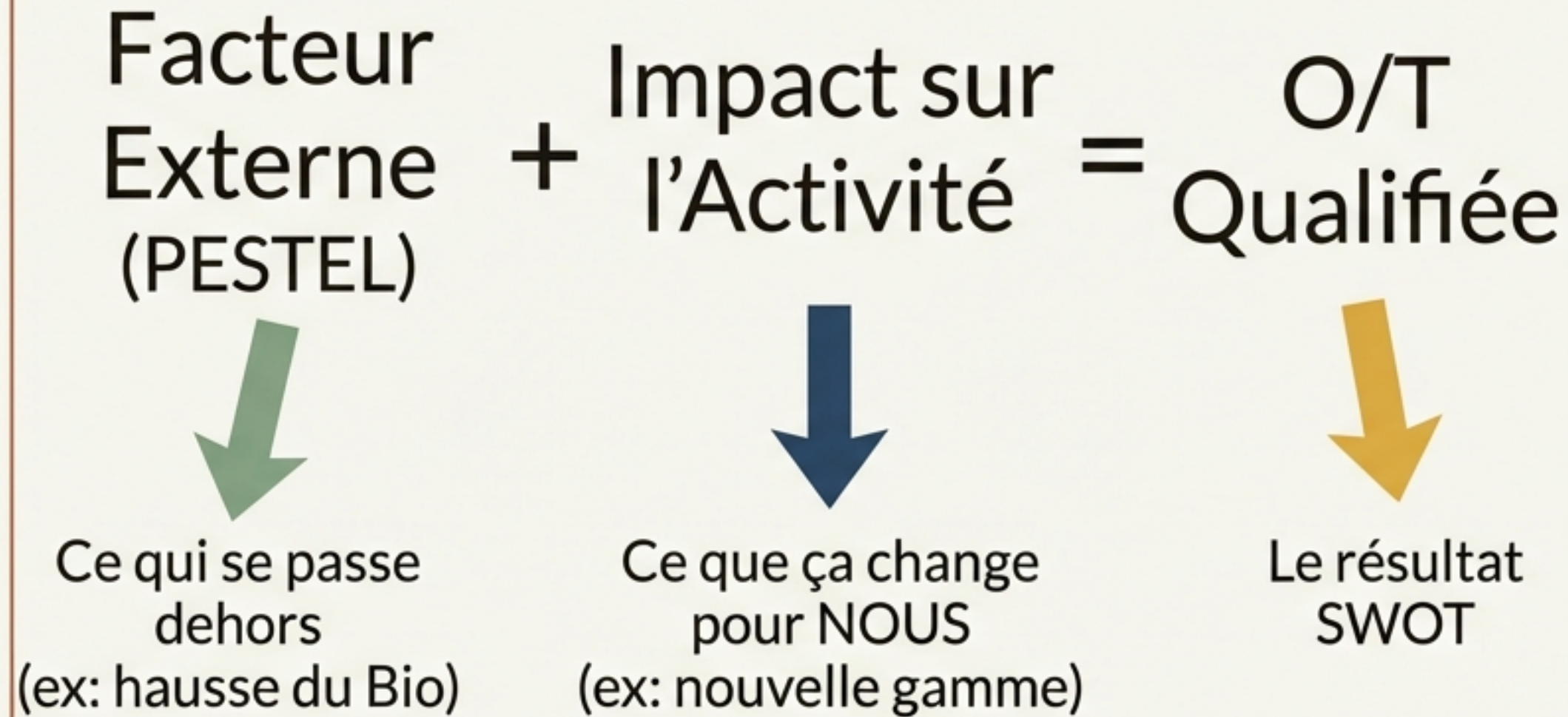
Avoir l'information ne suffit pas. Ils avaient la technologie (le Facteur). Mais ils n'ont pas su analyser l'impact sur leur modèle économique basé sur la pellicule. Résultat : ce qui aurait dû être leur plus grande opportunité est devenu la menace qui a causé leur faillite. **Analyser, c'est survivre.**

L'Analogie du Vent : Tout est une question de contexte



Imaginez que le vent se lève. Est-ce une bonne ou une mauvaise nouvelle ? Pour le cultivateur de blé, c'est une Menace. Pour le producteur éolien, c'est une Opportunité. **La leçon** : Le vent (le facteur externe) est neutre. C'est votre situation spécifique qui le transforme.

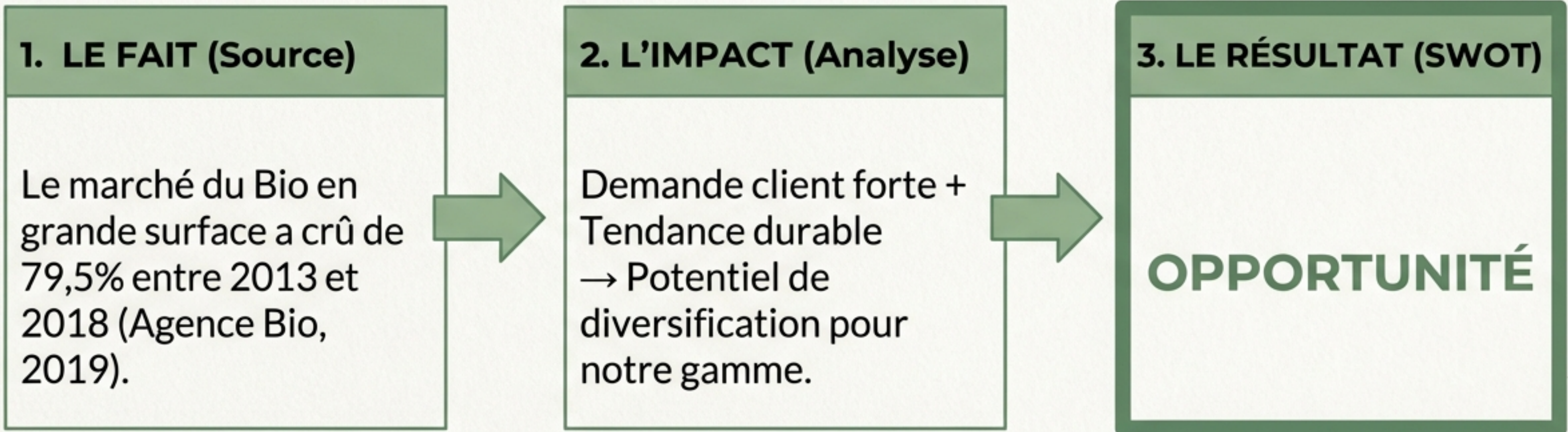
La Formule Magique pour l'examen



*Sans l'impact,
votre analyse
ne vaut rien !*

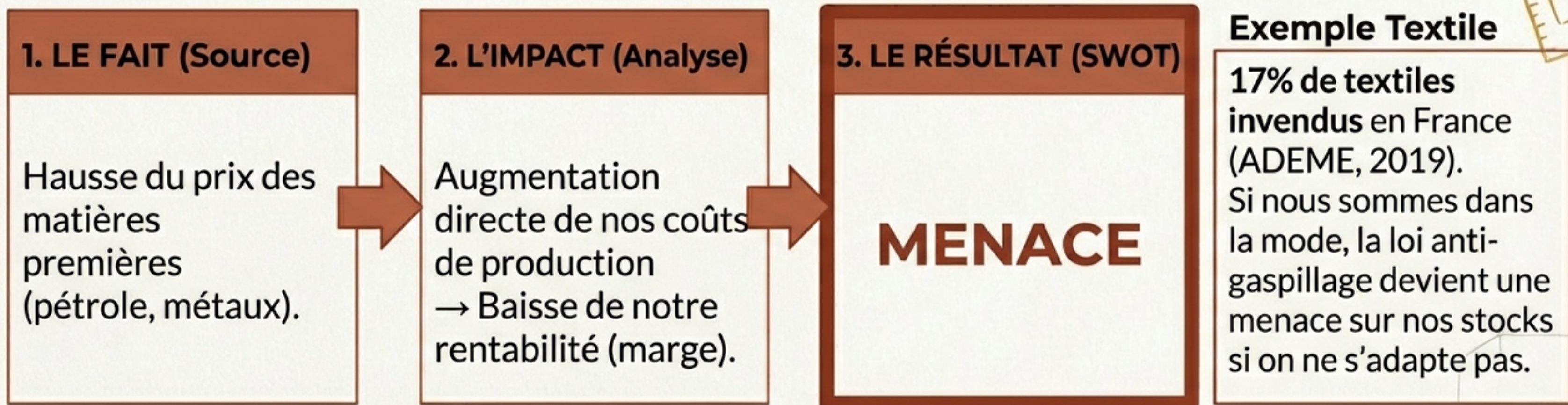
C'est la seule formule à retenir pour réussir cette épreuve. **L'impact** est le pont indispensable entre la théorie et la stratégie.

Cas Pratique 1 : Identifier une Opportunité



Voyez la mécanique ? Le chiffre seul est une statistique. Relié à notre gamme de produits, il devient une raison d'agir.

Cas Pratique 2 : Identifier une Menace



Voyez la mécanique ? Le chiffre seul est une statistique. Relié à notre gamme de produits, il devient une raison d'agir.

L'erreur que font 80% des étudiants

Le Catalogue (À Éviter)

- Il pleut.
- Les gens vieillissent.
- Le bio monte.

Ceci est un constat météo, pas une analyse stratégique.

L'Analyse Stratégique (La Cible)

Le correcteur ne veut pas savoir qu'il pleut. Il veut savoir si nous devons vendre des parapluies.

Expliquez toujours l'impact sur l'entreprise.

Ne listez jamais un fait sans expliquer en une phrase pourquoi il touche l'entreprise.

La Relativité : L'exemple des plateformes de livraison

Le Facteur : Émergence d'Uber Eats et Deliveroo

Le Petit Restaurant



OPPORTUNITÉ

Accès immédiat à des milliers de clients sans investir dans une flotte.

La Pizzeria Traditionnelle



MENACE

Nouvelle concurrence agressive et perte de marge via les commissions.

*Le même événement a deux visages.
Votre rôle est de définir lequel regarde votre entreprise.*

Traduire la démographie en business



Le Constat (PESTEL - Social)

Vieillissement de la population française.

L'Application Business

Pour une entreprise de **Services à la personne** ou un **EHPAD**, ce n'est pas juste une statistique.

L'Impact (SWOT)

Garantie de demande croissante pour les 20 prochaines années = Sécurisation du chiffre d'affaires futur.

Les tendances lourdes sont souvent les meilleures sources d'opportunités stratégiques.

Faire parler les chiffres dans votre copie

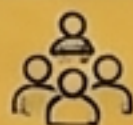


L'Argument d'Autorité

+79,5%

(Agence Bio)

- Prouve que l'opportunité de marché est réelle et massive.



L'Argument Social

24% des Français

Consultent un ostéopathe
(SFDO/Ipsos)

- Prouve que la pratique se démocratise (Opportunité pour une école).



L'Argument Légal

17% d'invendus

Textiles (ADEME)

- Justifie une stratégie de recyclage pour éviter les sanctions (Menace transformée).

La Checklist de la Réussite



1. Ai-je identifié la source ?

(Est-ce politique ?
Économique ? Social ?)



2. Ai-je précisé l'impact ?

(Coûts, ventes, image,
législation)

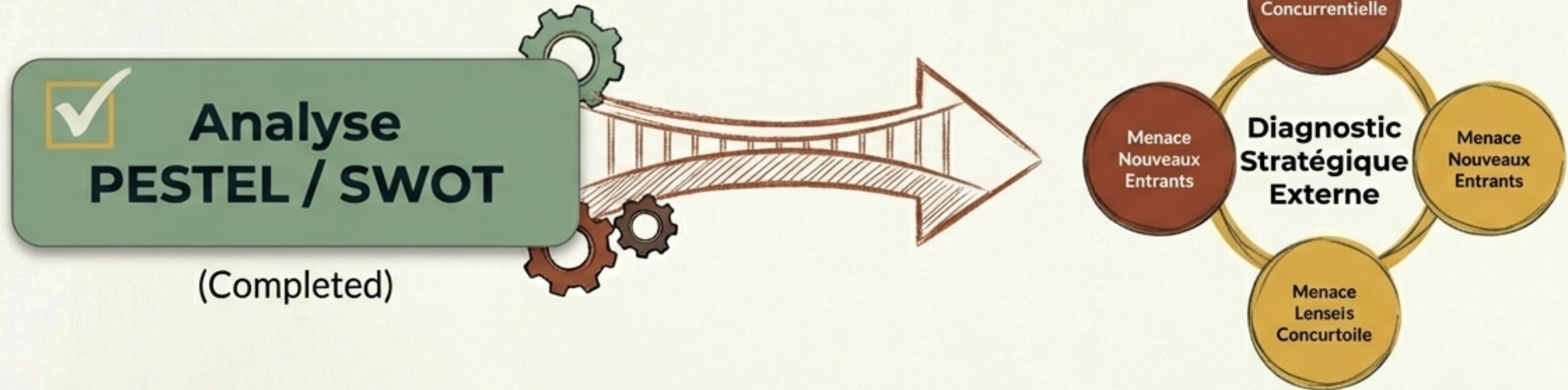


3. Ai-je tranché ?

(Est-ce clairement favorable
ou défavorable pour MON
entreprise ?)

Si vous répondez
OUI à ces trois
questions, vous
avez les points.

Et après ? Vers les 5 forces de Porter



Ce travail de qualification O/T est la fondation. Il prépare le terrain pour le diagnostic stratégique externe. C'est grâce à ces éléments que vous pourrez ensuite évaluer l'intensité concurrentielle avec le modèle de Porter. **Vous construisez les bases solides de votre recommandation finale.**

À vous de jouer !



La stratégie n'est pas de la divination, c'est de la logique appliquée. Vous avez maintenant les clés pour décoder n'importe quel dossier. Faites confiance à votre bon sens, appliquez la formule "Facteur + Impact", et tout se passera bien.

Bon courage pour l'examen, on croit en vous.