

Le Diagnostic Stratégique : Devenez le Médecin de l'Entreprise.



Notre guide pour maîtriser l'analyse complète et assurer la réussite de vos futurs projets.

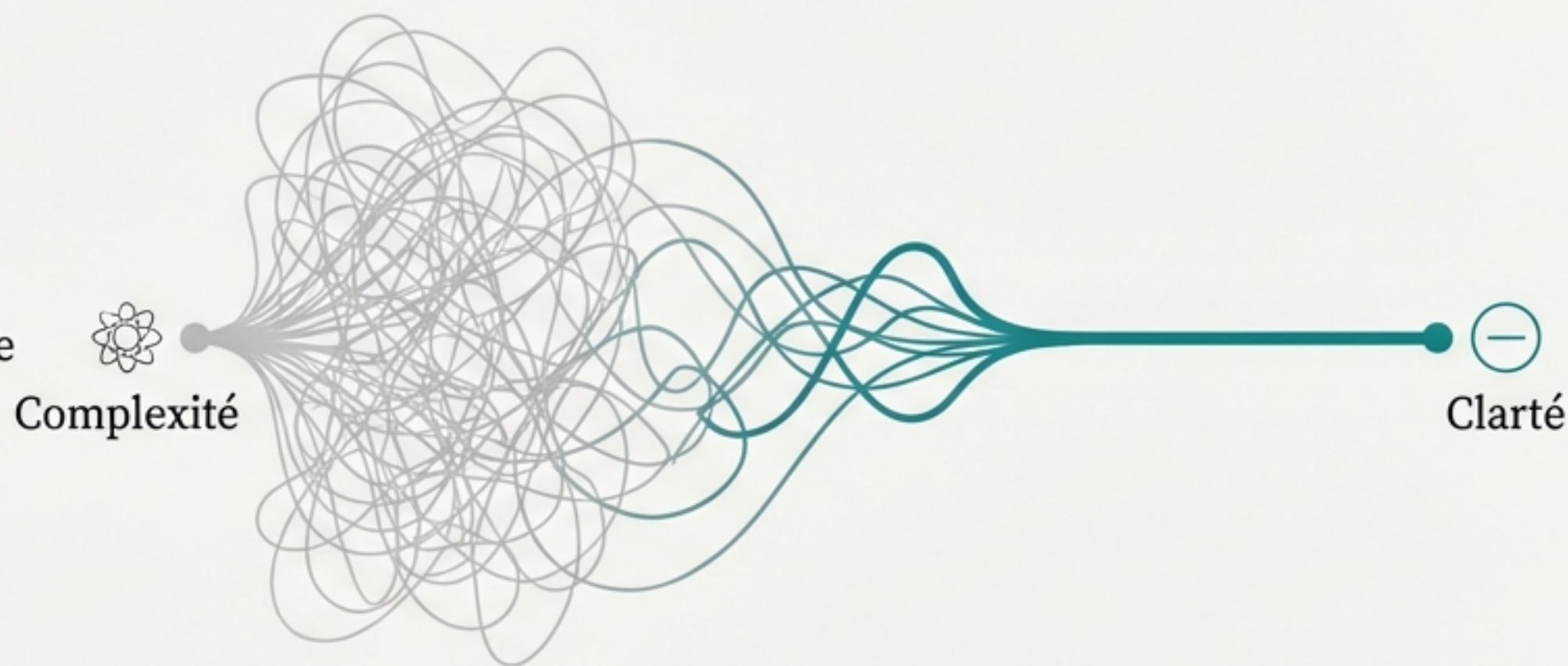
Un cours proposé par vos mentors pédagogiques.

Une compétence qui peut faire peur, faire peur, mais qui est stratégique votre meilleur atout.

On sait que le terme 'diagnostic stratégique' peut sembler intimidant. Beaucoup d'outils, beaucoup d'étapes... on peut vite s'y perdre.

Ne vous inquiétez pas. Notre objectif aujourd'hui est simple : vous montrer que c'est une démarche logique, presque intuitive, et surtout, passionnante.

Je sais que ça peut faire peur au début, mais c'est très logique une fois qu'on a compris. C'est LA compétence qui vous distinguera en entreprise et qui vous donnera envie de réussir.



Pour commencer, pensez comme un médecin.

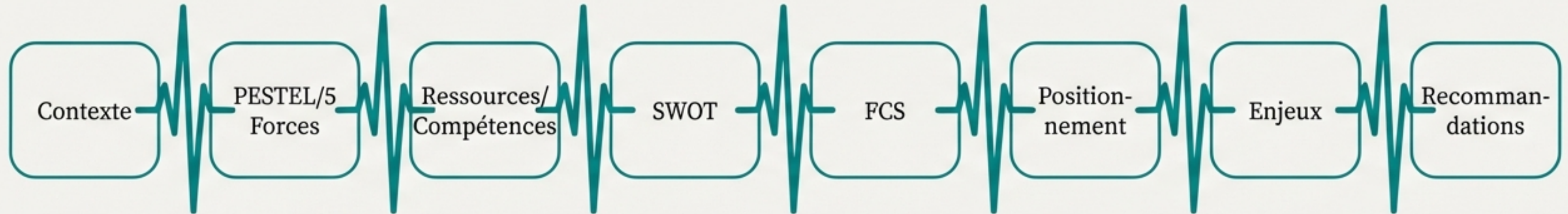
Un bon stratège, comme un bon médecin, ne se contente pas de prendre la température. Il combine toutes les informations — antécédents, examen clinique, analyses — pour comprendre la “maladie” dans sa globalité. C’est seulement après ce diagnostic complet qu’il peut proposer le bon traitement.

Pour une entreprise, c’est la même chose : on rassemble tout pour comprendre sa “santé” globale avant de proposer la meilleure “cure”. C’est cette rigueur qui sauve des entreprises.



La méthode du diagnostic complet : votre feuille de route.

Voici les étapes de notre 'consultation'. Chaque étape est essentielle et s'appuie sur la précédente.



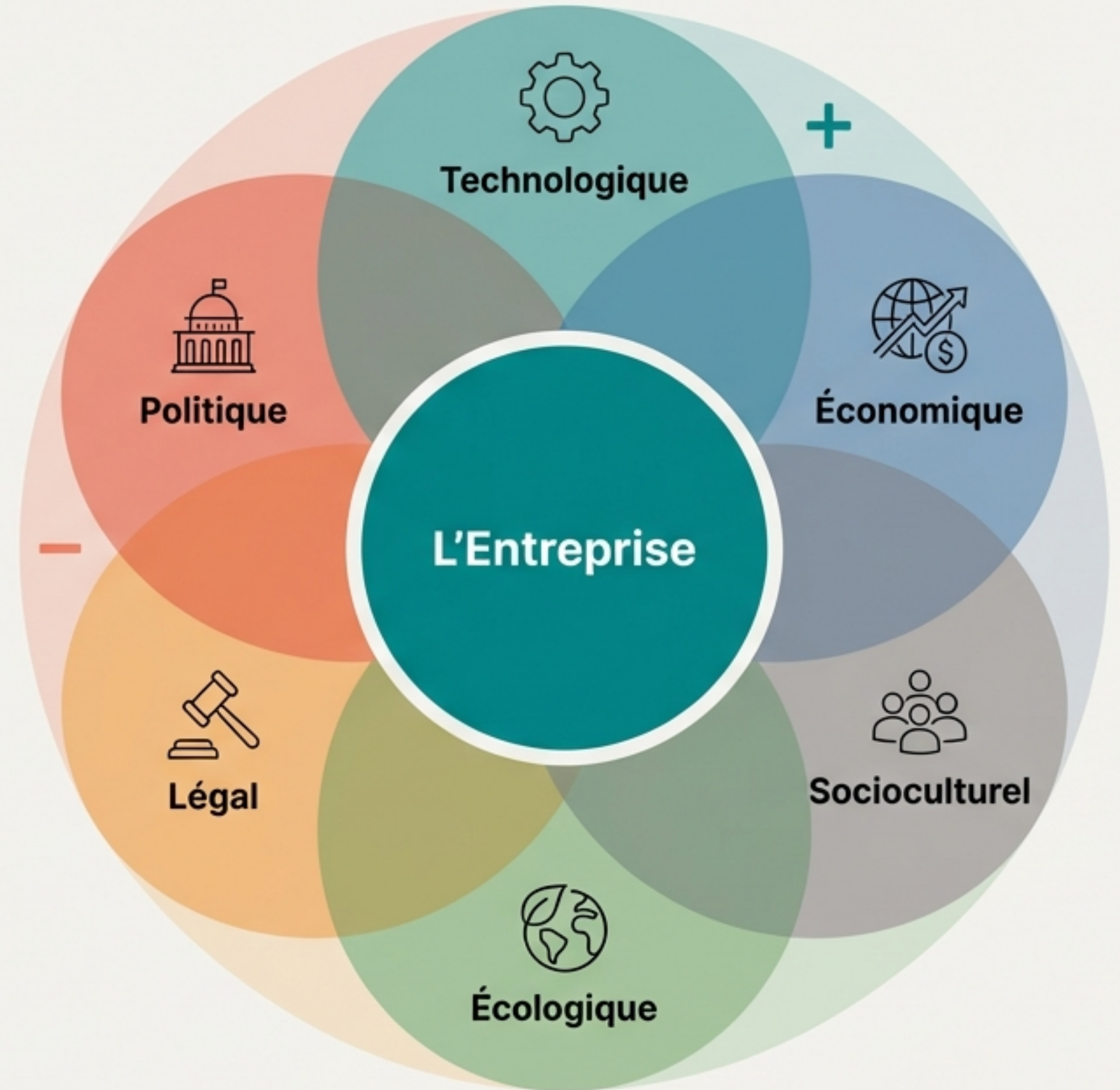
Le piège à éviter

L'erreur la plus fréquente ? Appliquer ces outils mécaniquement, comme une simple liste de courses, sans jamais les relier. Votre rôle de 'médecin' est de faire les liens, de raconter l'histoire cohérente de la santé de l'entreprise.

Étape 1. L'examen externe : comprendre l'environnement du patient.

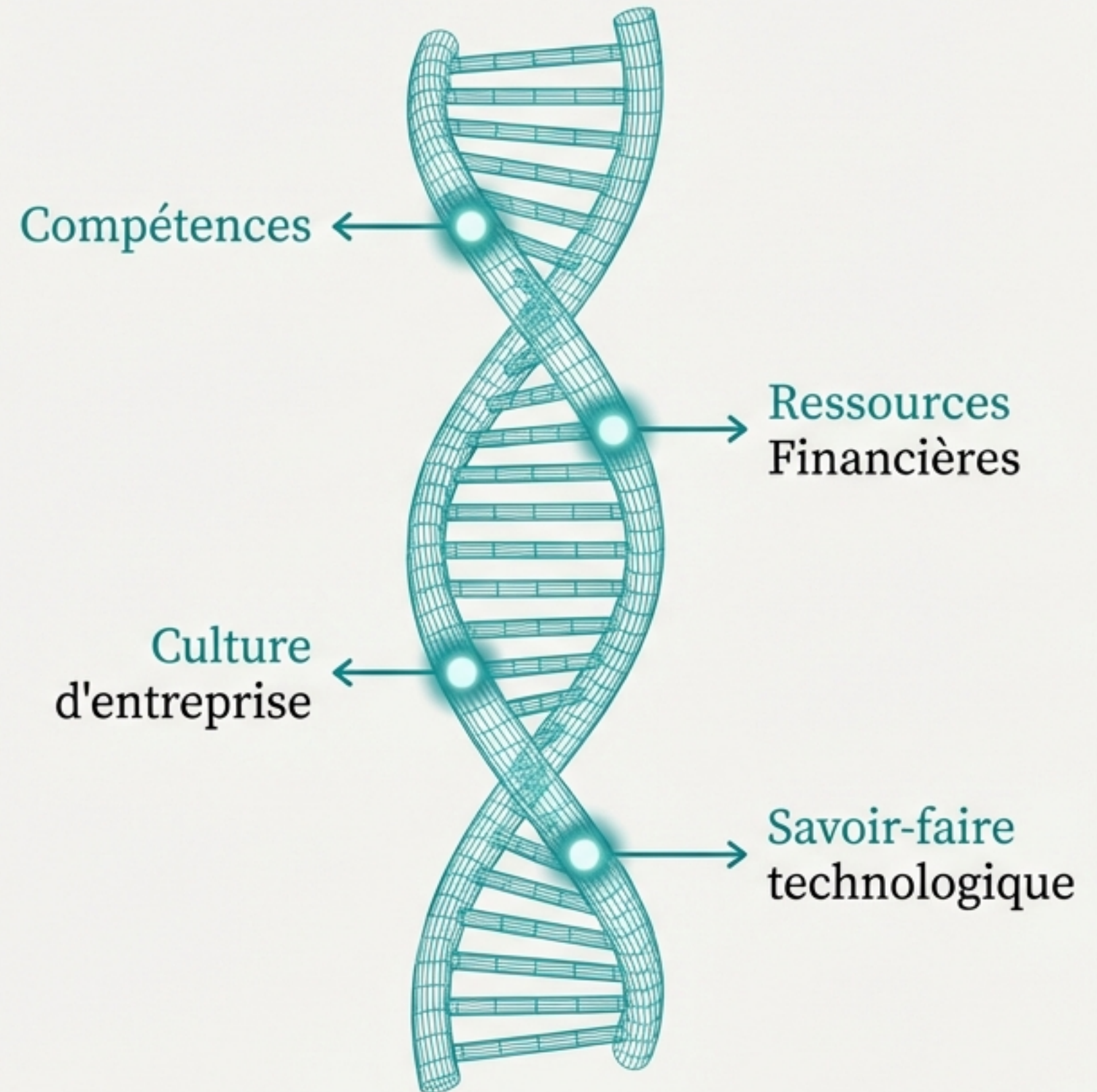
Avant même d'ausculter le patient, on s'intéresse à son mode de vie, à son environnement. Est-ce un environnement favorable ou hostile ? Y a-t-il des "allergies" ou des menaces (une nouvelle réglementation, un concurrent agressif) ? Ou au contraire, des "vitamines", des opportunités à saisir (une nouvelle technologie, un marché en croissance) ?

C'est le rôle des analyses PESTEL et des 5 Forces de Porter de nous éclairer sur ce contexte.



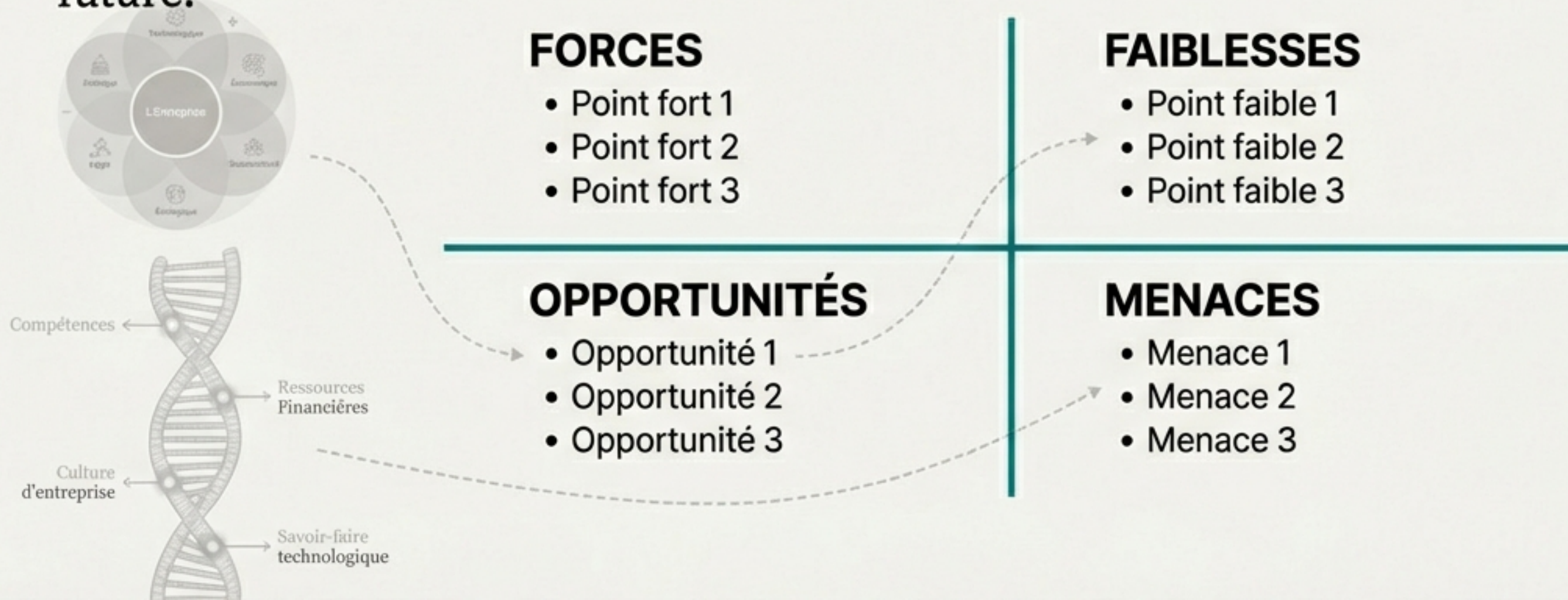
Étape 2. L'examen interne : le bilan de santé complet.

Maintenant, on se concentre sur le patient lui-même. Quels sont ses 'muscles', ses forces (des brevets, une équipe talentueuse, une marque forte) ? A-t-il des 'fragilités', des faiblesses (une technologie vieillissante, une mauvaise situation financière) ? C'est le moment d'être lucide et objectif pour évaluer ses ressources et ses compétences clés. C'est ici que votre talent d'analyse fera toute la différence.



Étape 3. La synthèse : le moment de poser le diagnostic (SWOT).

Le SWOT n'est pas une simple matrice à remplir. C'est le moment crucial où le médecin rassemble tous les résultats des examens (externes et internes) sur son bureau. C'est la synthèse qui révèle la situation globale. En croisant les informations, on confirme la 'bonne santé' de l'entreprise ou on nomme précisément sa 'maladie'. C'est la base de toute prescription future.



Quand le diagnostic est mauvais, le patient est en danger.



Cas Clinique : Kodak

Symptômes: Émergence de la photographie numérique.

Diagnostic Erroné: “Fièvre passagère, notre modèle argentique est robuste.” (Malgré l’invention de l’appareil numérique en interne dès 1975).

Résultat: Incapacité à se réinventer. Dépôt de bilan en 2012.



Cas Clinique : Swissair

Symptômes: Marché aérien très compétitif.

Diagnostic Erroné: “Besoin de vitamines, achetons des concurrents.” (Stratégie “Hunter” d’expansion agressive).

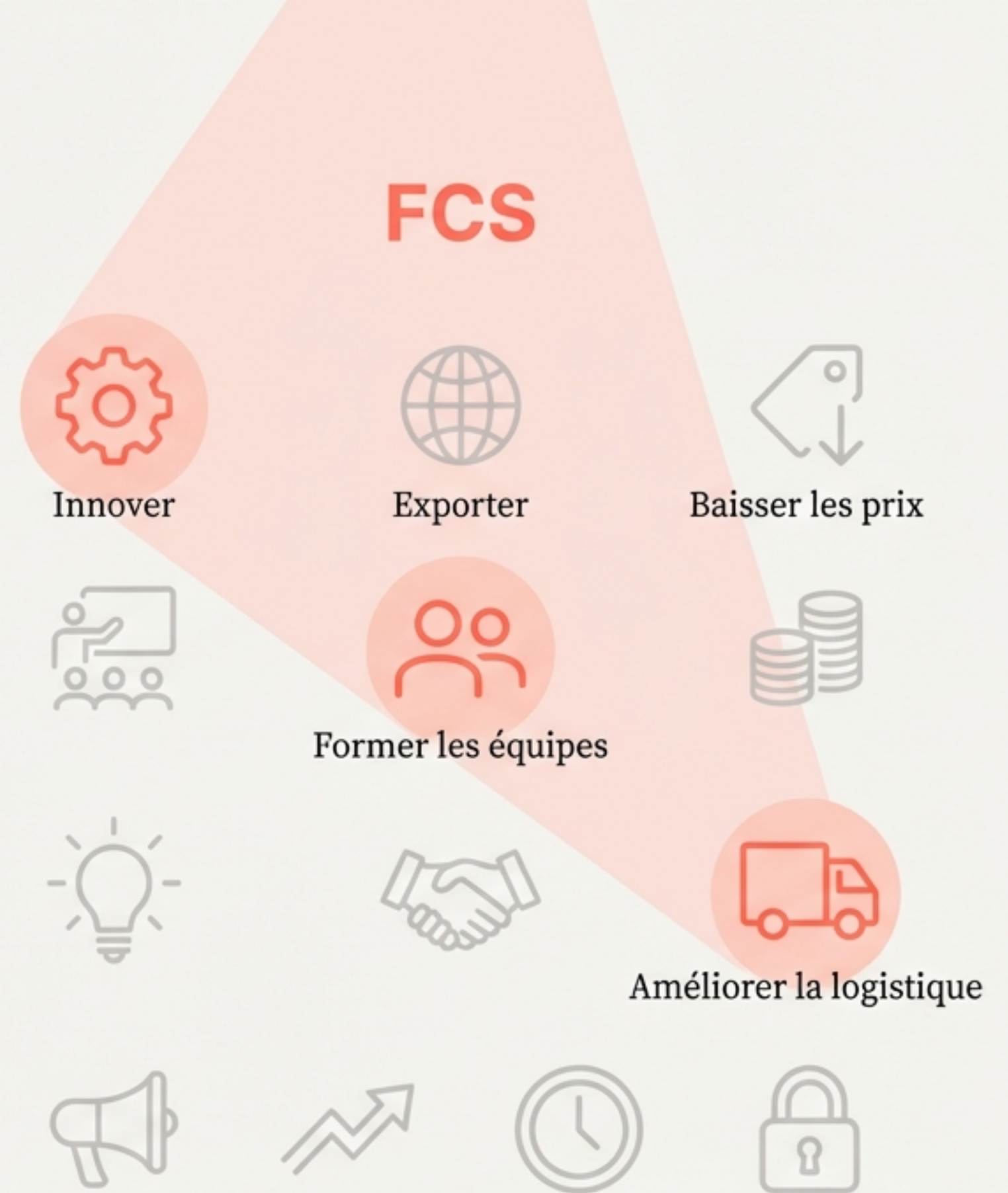
Résultat: Indigestion financière sévère. Faillite en 2001.

Étape 4. La prescription : isoler les **facteurs clés de “guérison”** (FCS).

Une fois le diagnostic posé, un bon médecin ne traite pas tout en même temps. Il se concentre sur l'essentiel, sur ce qui aura le plus d'impact.

Les Facteurs Clés de Succès (FCS), ce sont les 2 ou 3 leviers vitaux qui vont assurer la “guérison” ou la performance de l'entreprise sur son marché. Ce sont les batailles qu'il faut absolument gagner.

C'est le cœur de votre prescription.



Étape 5. Le plan de traitement : définir un cap clair.

Votre prescription doit être claire et orientée vers un but. Cela passe par deux questions :

1. **Le Positionnement Cible:** Où voulons-nous amener notre 'patient' ? Quelle place unique et désirable doit-il occuper dans son environnement demain ?
2. **Les Enjeux Stratégiques:** Quels sont les grands défis à relever pour y arriver ? C'est la définition de votre stratégie thérapeutique.



Étape 6. L'ordonnance finale : vos recommandations stratégiques.

C'est l'aboutissement de votre travail. Fini la théorie, place à l'action. Vos recommandations doivent être des actions concrètes, priorisées, et qui découlent logiquement de toute votre analyse. C'est ce pour quoi votre 'patient' est venu vous voir. C'est ici que vous créez de la valeur et que vous démontrez votre expertise.

Rx

1. Lancer le projet X d'innovation produit au T3.

2. Allouer un budget de Y€ à la formation des équipes commerciales.

3. Recruter des profils Z pour renforcer l'expertise technologique.

Vous êtes prêts pour vos premières consultations.

La beauté de cette méthode, c'est sa polyvalence. Votre rigueur de 'médecin' d'entreprise est un atout universel.



La PME industrielle

Patient: Une PME face à la transition écologique.

Question: Doit-elle pivoter son modèle, innover, ou se recentrer ? Votre diagnostic l'éclairera.



Le grand distributeur

Patient: Un groupe alimentaire qui lance une gamme bio.

Question: Le marché est-il porteur ? Les capacités internes (logistique, fournisseurs) sont-elles suffisantes ? Votre diagnostic sécurisera le lancement.

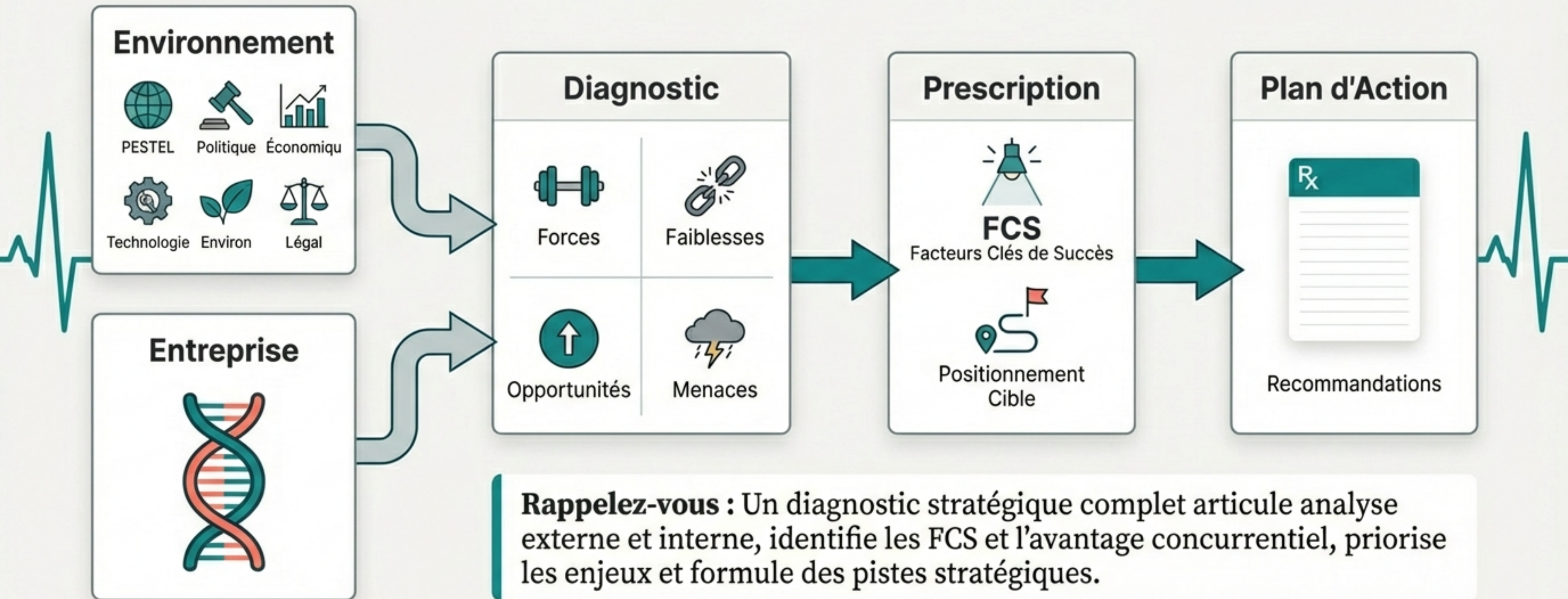


La startup

Patient: Une jeune pousse du logiciel en pleine croissance.

Question: Comment se différencier des concurrents ? Quel modèle économique choisir ? Votre diagnostic affinera sa stratégie.

Votre mémo du médecin : le diagnostic stratégique en une seule page.



Félicitations, vous avez acquis une compétence fondamentale.

Savoir poser un diagnostic juste est l'une des compétences les plus recherchées en entreprise.

Cela montre que vous ne vous contentez pas d'exécuter, mais que vous savez réfléchir, analyser, et recommander.

C'est ce qui fera de vous des professionnels écoutés, respectés, et qui ont un réel impact.

Soyez fiers du chemin parcouru.
Maintenant, à vous de jouer !



Des questions ?

Nous sommes là pour vous accompagner.