Madarisy.com : مصدر هدا الملف هو موقع مدارسي

La stratégie de spécialisation

Définition

L'entreprise concentre ses efforts sur un seul métier afin de dégager un avantage concurrentiel Cet avantage peut provenir d'un avantage produit ou avantage technologie

La stratégie de spécialisation est bien adaptée quand l'entreprise est jeune et de petite taille.

Modalité de spécialisation

Stratégie de focalisation

L'entreprise adopte une stratégie de focalisation lorsqu'elle :

- Maîtrise un savoir-faire (mercatique, technologique).
- Ne souhaite pas dépasser une certaine taille.
- Ne dispose pas de moyens suffisants pour couvrir tout le marché

L'entreprise peut se focaliser à travers ces deux politiques

Politique de niche : consiste à se concentrer sur un segment du marché. Non occupé par les concurrents (besoins pas encore satisfaits) en proposant un produit particulier.

Politique de créneau : consiste à conquérir un segment de marché mais en s'adressant à Une clientèle spécifique

Madarisy.com : للحصول على المزيد قم بزيارة الموقع

Madarisy.com : مصدر هدا الملف هو موقع مدارسي

Stratégie de développement du produit : l'entreprise développe et innove de nouveaux produits pour remplacer ceux existants. (voir matrice Ansoff)

Stratégie de survie

- **Stratégie de dégagement (désengagement)** : l'entreprise abandonne une ou plusieurs activités peu rentables suite à l'apparition de produits de substitution ou à l'augmentation de la pression concurrentielle

- **Stratégie de recentrage** : consiste pour une entreprise après une opération de diversification à revenir à son métier d'origine

Avantages	Limites
➢ Développer un savoir-faire spécifique ➢ Gestion simple et facile ➢ Image de spécialité ➢ Image de marque ➢ Economie d'échelle	➢ Forte dépendance à un marché ou à un produit ➢ Capacité d'adaptation et de changement limité

Madarisy.com : للحصول على المزيد قم بزيارة الموقع