



# YALISERVES CLASSEUR D'ANALYSE COMMERCIALE

[yali.state.gov/serves](http://yali.state.gov/serves)



U.S. DEPARTMENT of STATE



# YALIServes

## Classeur d'analyse commerciale

De nombreux facteurs peuvent entraver, et toucher directement, votre activité, organisation ou société, ainsi que les entreprises de votre communauté. Qu'il s'agisse de facteurs d'ordre social, technologique ou environnemental, il est nécessaire que vous soyez toujours prêt à l'éventualité de ces changements imprévus, en anticipant bien les façons de les surmonter. Comprendre ce processus peut vous aider à évaluer la situation actuelle de votre activité pour prendre les mesures utiles en vue de la pérenniser.

Ce cahier d'activités vous fournira des ressources et des exercices pour vous aider à identifier les points forts, les points faibles, les opportunités et les menaces (SWOT) qui caractérisent votre activité, comprendre les problèmes auxquels vous pourriez vous attendre et savoir comment vous pourriez vous préparer au mieux pour faire face à ces difficultés à l'aide d'un plan stratégique et de mesures à prendre en cas d'imprévu pour poursuivre vos activités et les renforcer. Non seulement il est avantageux pour vous d'avoir une entreprise solide, mais ce l'est également pour votre communauté.

# Section Un : Connaître les risques

Quel que soit le niveau de performance actuel ou prévisionnel de votre entreprise, vous devez toujours vous attendre à l'inattendu et savoir comment vous préparer pour agir face à ces circonstances. Il est important d'adopter une pensée critique au sujet des modalités selon lesquelles votre activité pourrait se poursuivre si elle était confrontée à des difficultés imprévues.

Les entreprises peuvent se heurter à plusieurs difficultés courantes. Les plus communes ont trait aux domaines suivants:

- Les pandémies mondiales
- L'économie
- La technologie
- Les attitudes sociales
- L'environnement
- La concurrence

Utilisez le tableau ci-dessous pour identifier les défis auxquels vous pourriez être confronté. Après avoir poursuivi l'évaluation de votre activité, nous retournerons à l'élaboration d'un plan d'urgence et à la formulation de modalités selon lesquelles votre entreprise pourrait lutter contre les problèmes que vous aurez identifiés.

**Conseil:** Lorsque vous vous penchez sur les défis que vous pourriez rencontrer en tant qu'entreprise, effectuez des recherches adaptées sur les facteurs internes et externes. Il est nécessaire que vous soyez attentif à des questions telles que la situation financière et les effectifs de votre entreprise, ainsi que des aspects externes telles que les tendances qui prévalent dans votre marché et toute éventuelle limite d'ordre technologique.

# Prochaine étape

Réfléchissez à deux ou trois difficultés en rapport avec ces sujets et dressez-en la liste ci-dessous.

<b>Les pandémies mondiales :</b>	<b>L'économie :</b>
<b>La technologie :</b>	<b>Les attitudes sociales :</b>
<b>L'environnement :</b>	<b>La concurrence :</b>

## Section Deux : Analyse SWOT

Maintenant que vous avez réalisé un effort initial pour réfléchir aux façons permettant à votre activité de réagir à des risques et des problèmes inattendus, nous allons effectuer une évaluation complémentaire afin de déterminer comment ces risques et problèmes peuvent être atténués. Il n'est pas facile de résoudre des problèmes sans avoir une idée d'ensemble claire de la situation de votre activité. Il est donc essentiel pour votre réussite que vous disposiez d'une vue d'ensemble exhaustive de la situation actuelle de votre activité et de vos projets à cet égard.

Faites par écrit un point sur la situation dans laquelle vous pensez que se trouve votre activité dans l'ensemble ainsi que son positionnement dans la conjoncture actuelle. Dans quelle situation se trouve actuellement votre entreprise?

---

---

---

L'exercice suivant vous aidera à réfléchir de façon critique à la situation actuelle de votre activité. Après avoir déterminé les points forts, les points faibles, les opportunités et les menaces concernant votre activité, nous étudierons vos objectifs et établirons les liens entre ces objectifs et cette évaluation pour déterminer votre plan stratégique ainsi qu'un plan d'urgence à mettre en place. Tout d'abord, à l'aide de ces questions, dressez la liste des particularités de votre activité.

# Prochaine étape

Pour chaque section ci-dessous, identifiez 4 ou 5 points apparentés et tentez de vous concentrer sur des données précises dans la mesure du possible.

## Points forts

Les points forts sont des caractéristiques internes et positives de votre activité que vous maîtrisez.

- Quels sont les processus métier actuellement en place qui sont couronnés de succès?
- De quels atouts disposez-vous dans votre équipe, parmi lesquels des connaissances, de l'éducation, un réseau, des compétences et une réputation?
- De quels atouts physiques êtes-vous doté, en termes de clientèle, matériel, technologie, liquidités et brevets?
- Quels avantages comptez-vous par rapport à la concurrence?

---

---

---

---

## Points faibles

Les points faibles sont des facteurs négatifs en interne qui nuisent à vos points forts. Il s'agit d'aspects que vous auriez besoin d'améliorer en vue de pérenniser votre activité.

- Votre activité a-t-elle besoin de certaines ressources pour être compétitive?
- Quels processus d'entreprise nécessitent des améliorations?
- Votre entreprise a-t-elle besoin d'actifs corporels tels que des liquidités ou du matériel?
- Existe-t-il des lacunes au sein de votre équipe?
- Votre localisation est-elle idéale pour votre réussite?

---

---

---

---

---

---

## Opportunités

Les opportunités sont des facteurs extérieurs se trouvant dans l'environnement de votre activité et qui sont susceptibles de contribuer à votre réussite.

- De quelles tendances votre activité peut-elle tirer parti?
- Quel est le potentiel de recettes de votre entreprise? Quel est l'impact social de votre entreprise?
- Existe-t-il des initiatives prochaines dont votre entreprise pourrait tirer profit pour développer ses activités?
- De prochains changements de réglementations pourraient-ils induire un impact positif sur votre entreprise?
- Si votre entreprise est en activité, vos clients ont-ils une haute estime de vous?

---

---

---

---

---

---

## Menaces

Les menaces sont des facteurs extérieurs que vous ne maîtrisez pas et qui peuvent survenir de façon inattendue ou en adéquation avec les tendances.

- Vos fournisseurs vont-ils toujours être en mesure de fournir les matières premières dont vous avez besoin, et aux prix dont vous avez besoin?
  - Des évolutions technologiques futures pourraient-elles changer votre façon de travailler?
  - Avez-vous des concurrents possibles qui sont susceptibles de pénétrer votre marché?
  - Le comportement des consommateurs est-il en train de changer d'une façon susceptible de nuire à votre activité?
  - Certaines tendances du marché pourraient-elles devenir une menace?
- 
- 
- 

Gardez à l'esprit que votre analyse SWOT ne constitue pas un produit finalisé ni une évaluation ; c'est l'une des étapes importantes destinées à vous aider à mettre votre stratégie en adéquation avec les domaines que vous avez identifiés comme étant des points forts, des points faibles, des opportunités et des menaces. L'identification de ces points de données vous aidera à mettre des mesures adaptées en place pour effectuer un suivi des progrès afin de corriger vos points faibles, réduire les menaces qui pèsent sur votre activité, capitaliser sur vos points forts et de saisir les opportunités. Veillez à passer régulièrement en revue ces points et à modifier votre stratégie selon les besoins.

## Section Trois : Fixer des objectifs et comprendre vos plans

Tout d'abord, vous avez réfléchi aux risques inattendus auxquels votre activité pourrait être exposée. Comme vous venez juste de finaliser une analyse commerciale à l'aide des SWOT, vous avez maintenant une idée précise de la position de votre entreprise, de vos points forts et des opportunités. Associez maintenant ce que nous avons appris pour générer une stratégie qui permettra de fixer des objectifs pour vous-même et l'avenir de votre activité.

En gardant à l'esprit les menaces potentielles et les risques imprévus que vous avez identifiés dans les sections précédentes, il est important de préparer désormais un plan d'urgence pour votre activité. Un plan d'urgence est un train de mesures que votre entreprise adopterait si un événement inattendu venait à survenir, qui l'aidera à poursuivre ses activités dans une période difficile et à prospérer par la suite. Il s'agit d'une partie importante de la stratégie d'ensemble de votre activité pour aller de l'avant.

**Conseil:** *Un plan d'urgence a pour objet de permettre à votre entreprise ou organisation de reprendre ses activités quotidiennes aussi rapidement que possible après la survenue d'un événement imprévu. Lorsque vous élaborez vos objectifs et votre plan d'urgence : dressez la liste des mesures nécessaires pour atténuer ces risques, identifiez les ressources adéquates nécessaires, déterminez comment informer les salariés, consultants et entrepreneurs des changements nécessaires, testez vos plans et affinez-les, et soyez conscient que votre plan est susceptible de changer en fonction de ces variables.*

Un objectif **SMART** (judicieux) est spécifique (précis), mesurable, atteignable, réaliste et assorti de délais dans le temps. Vous trouverez ci-dessous un exemple d'objectif SMART : Prévoir trois ateliers au cours des quatre mois à venir, avec 15 participants par session et un taux de satisfaction de 70 %. Lorsque vous étudiez vos objectifs, remettez-les toujours en question : sont-ils spécifiques (précis), mesurables, atteignables, pertinents et assortis de délais (temps) ? Si c'est le cas, vous avez élaboré un but solide.

# Prochaine étape

En étudiant les critères SMART et en tenant compte des points faibles et des opportunités que vous avez identifiés dans la dernière section, vous pouvez commencer à réfléchir aux objectifs que vous nourrissez pour votre entreprise et à la façon dont ils informeront vos plans d'urgence et stratégique prévus pour l'avenir.

**Quels sont certains des objectifs SMART à court et long termes que vous avez pour votre entreprise?**

---

---

---

---

---

---

# Récapituler

Le moment est venu de regrouper tous vos efforts pour formuler vos plans.

1. Dressez la liste des opportunités que vous avez identifiées en lien avec chaque domaine dans lequel vous avez aussi déterminé un risque potentiel.
2. À l'aide de la méthode des objectifs SMART, inscrivez un objectif SMART qui pourrait vous aider à poursuivre le but et à l'atteindre, dans des délais compatibles avec le plan stratégique de votre activité.
3. Abordez les menaces que vous avez identifiées sous l'angle de leur rapport avec chaque risque imprévu.
4. Enfin, traitez la façon dont votre entreprise pourrait atténuer ces menaces.

Risque potentiel	Opportunité	Objectif SMART	Menace	Comment la surmonter
<b>Économie</b>				
<b>Technologie</b>				
<b>Attitudes sociales</b>				

Risque potentiel	Opportunité	Objectif SMART	Menace	Comment la surmonter
<b>Environnement</b>				
<b>Concurrence</b>				
<b>Autre</b>				

**Bravo!** Vous avez réussi à élaborer les grandes lignes d'une analyse de gestion, d'un plan d'urgence et d'un plan stratégique! Vous pouvez être fier des progrès que vous avez réalisés pour renforcer votre activité de façon qu'elle puisse résister à des conditions défavorables.

Prenez ce que vous avez inscrit dans votre tableau pour mettre en œuvre des changements dans votre stratégie d'entreprise et continuez à actualiser vos plans d'urgence et stratégique à mesure que les menaces et les opportunités évoluent dans le temps. N'oubliez pas : une entreprise forte contribue à renforcer votre communauté!