

	<b>Up ! Enhanced Management</b>	Première édition
	<b>5 La stratégie d'entreprise</b> <b>5.9 La définition de la stratégie</b>	<a href="http://www.up-comp.com">http://www.up-comp.com</a> <a href="mailto:contact@up-comp.com">contact@up-comp.com</a>

Ces compétences s'acquièrent par :

- 1) Un diagnostic puis une remise en cause.
- 2) Des formations.
- 3) Des embauches d'individus immédiatement compétents.
- 4) Un partenariat avec d'autres entreprises possédant ces compétences ou ces savoirs faire.

### 5.9.2.5 La politique de développement

La politique de développement vise à définir si l'entreprise privilégie un développement par :

- **Croissance interne.**  
L'entreprise finance par elle-même sa croissance en créant de nouveaux départements, de nouveaux bureaux, de nouvelles filiales.  
La stratégie spécifique à une nouvelle implantation est détaillée dans le chapitre intitulé **Organisation, planification et production.**
- **Croissance externe.**  
L'entreprise rachète des activités stratégiques d'une entreprise ou des entreprises complètes. Les activités peuvent être :
  - Start-up i.e. en démarrage économique.
  - Matures i.e. économiquement stabilisées.
- **Alliance.**

&

- Une alliance défensive est la **fusion** pour créer une unique entreprise à partir des actifs des deux.
- Une alliance commerciale sous la forme :
  - La vente de produits et de services par opportunité.
  - La revente régulière de produits et de services :
    - Sans support marketing.
    - Avec support marketing.
    - Avec adaptation marketing.

&

- Une alliance offensive est la création d'une **entreprise conjointe** pour créer une filiale commune où chacun apporte des ressources, des savoirs-faire ou des compétences complémentaires.  
L'objet de cette filiale commune peut être :
  - La commercialisation pour :
    - Le marché local.
    - Le marché local et périphérique.
  - La production et la commercialisation pour :
    - Le marché local.
    - Le marché local et périphérique.
  - Un maillon de la chaîne de valeur permettant de créer l'offre de produits et de service au niveau mondial.