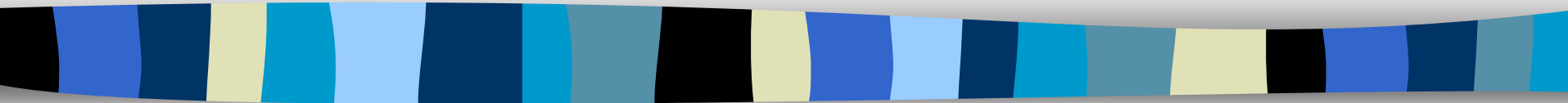


Le diagnostic de projet



Une démarche et une éthique

Définition
du problème

Que recherche-t-on ?

Plan d'étude

Comment va-t-on s'y prendre ?

Recueil
d'informations

Quelles informations?

Analyse
des données

Comment les
interpréter ?

Quelles sont les
réponses au pb ?

Présentation
des résultats et
des options stratégiques

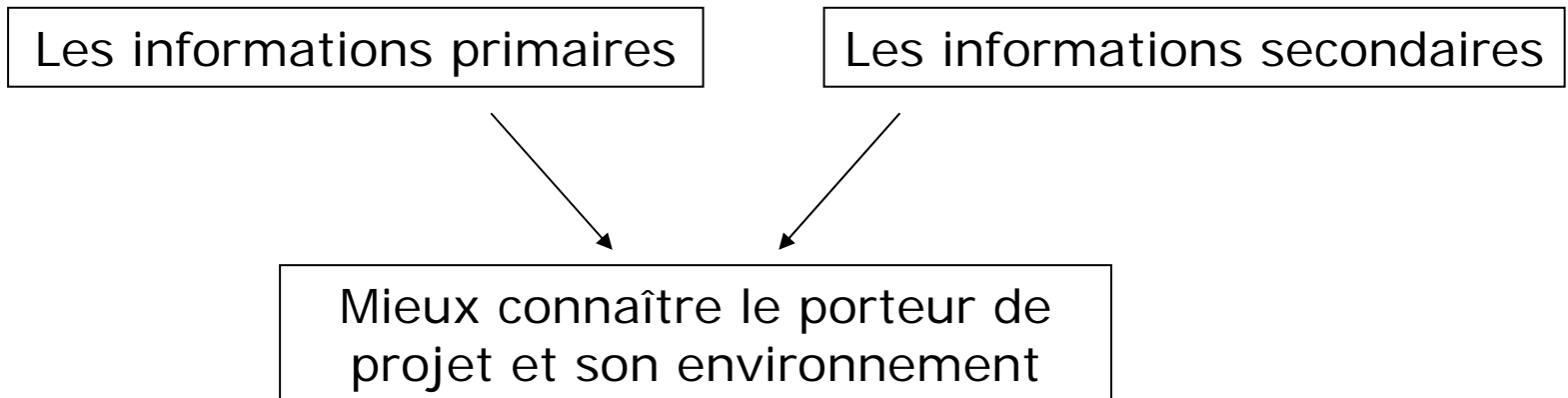


Le recueil d'informations



Le recueil d'information : démarche générale

- Les études ou informations secondaires : déjà disponibles et formalisées
- Les études ou informations primaires: de première main, directement recueillies pour ce projet





Les études secondaires

- Une revue bibliographique
- A partir de mots-clés
- Identification des sources d'information
- Fiabilité de l'information
- Ce qui s'est déjà fait ici
- Ce qui se fait ailleurs
(« benchmarking »)

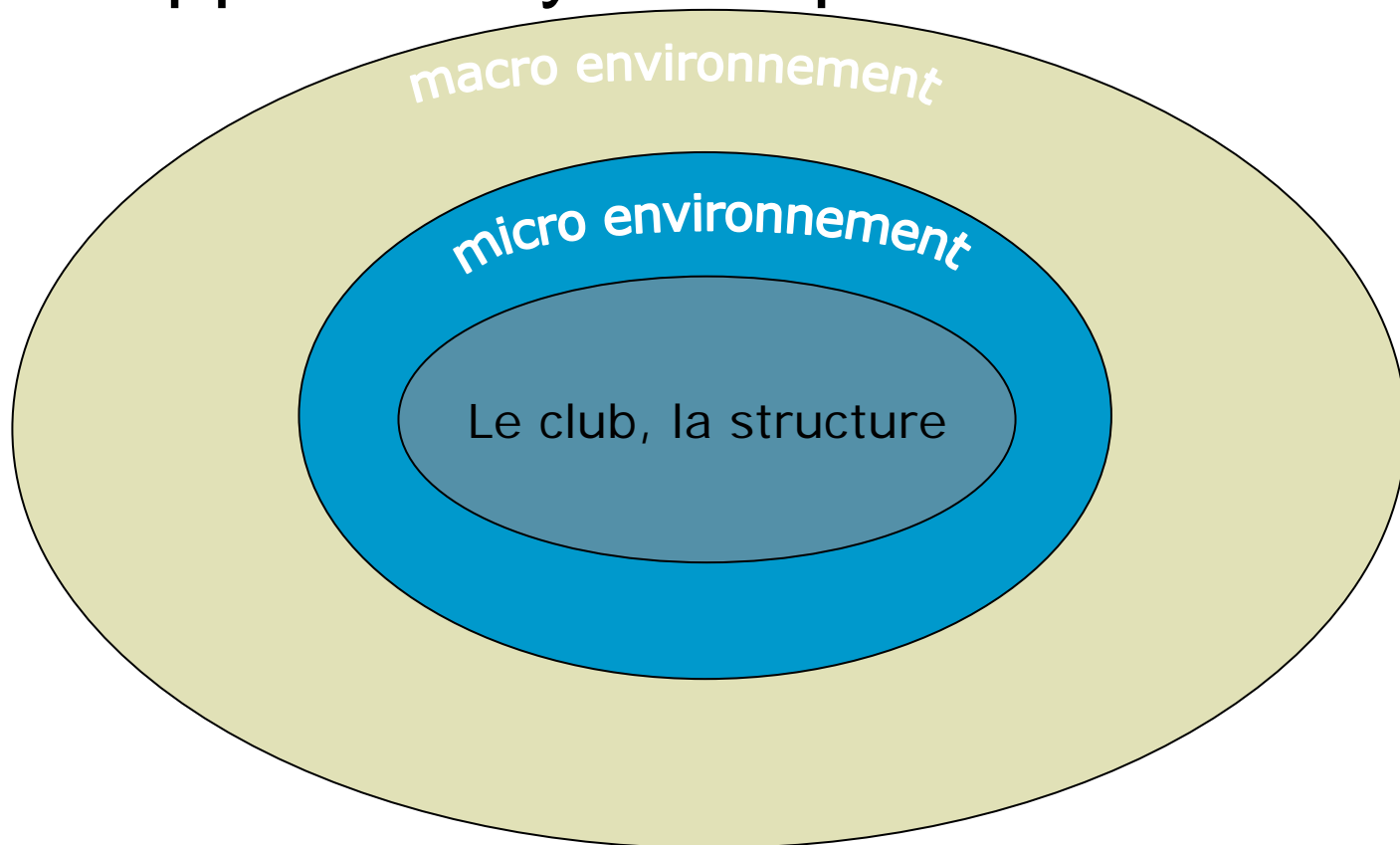


Les études primaires

- Très souvent indispensables
- Demandent des moyens logistiques importants
- Doivent suivre une méthodologie rigoureuse
- En provenance de multiples sources qu'il faut segmenter

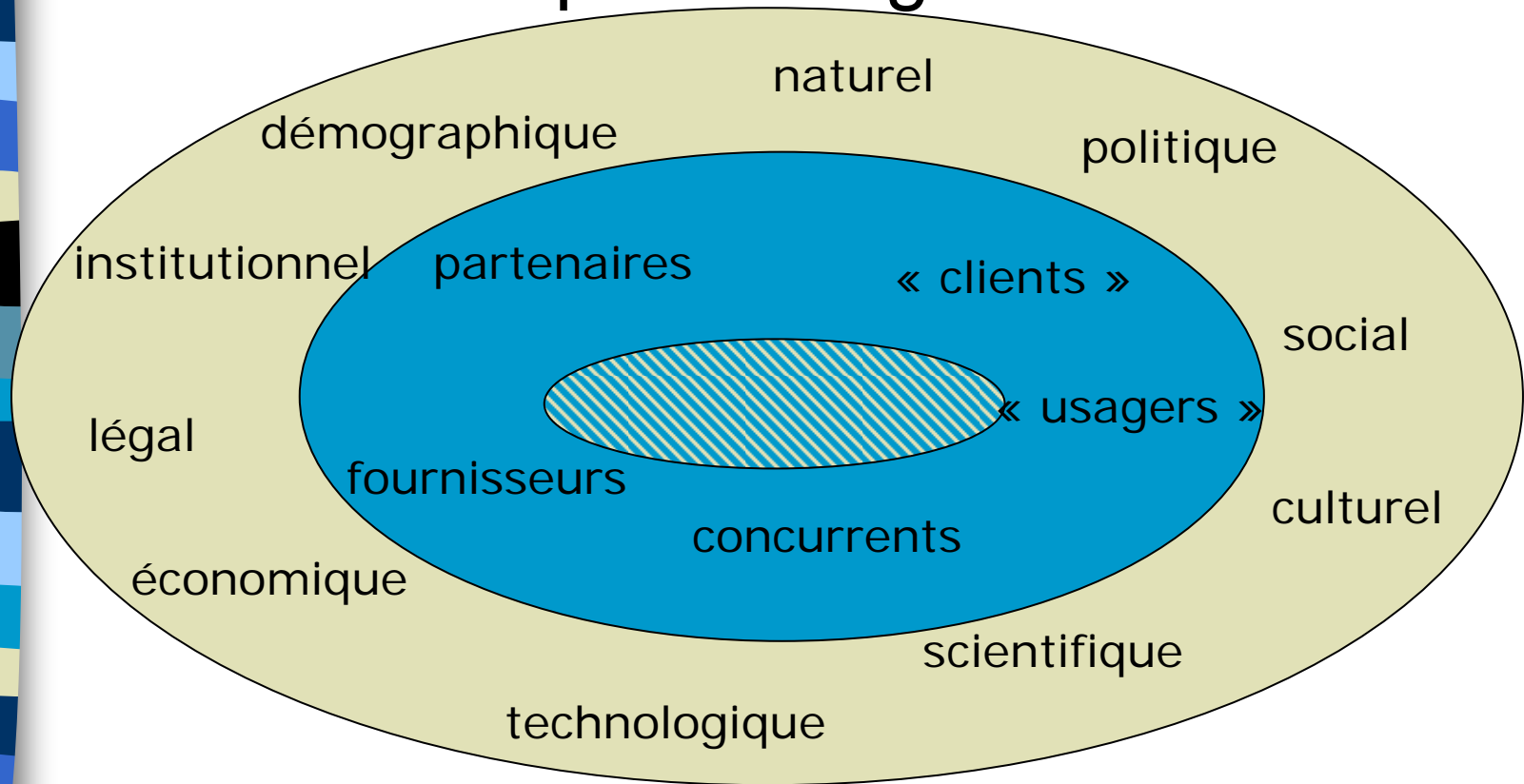
Cibler les informations

- Approche systémique de la situation



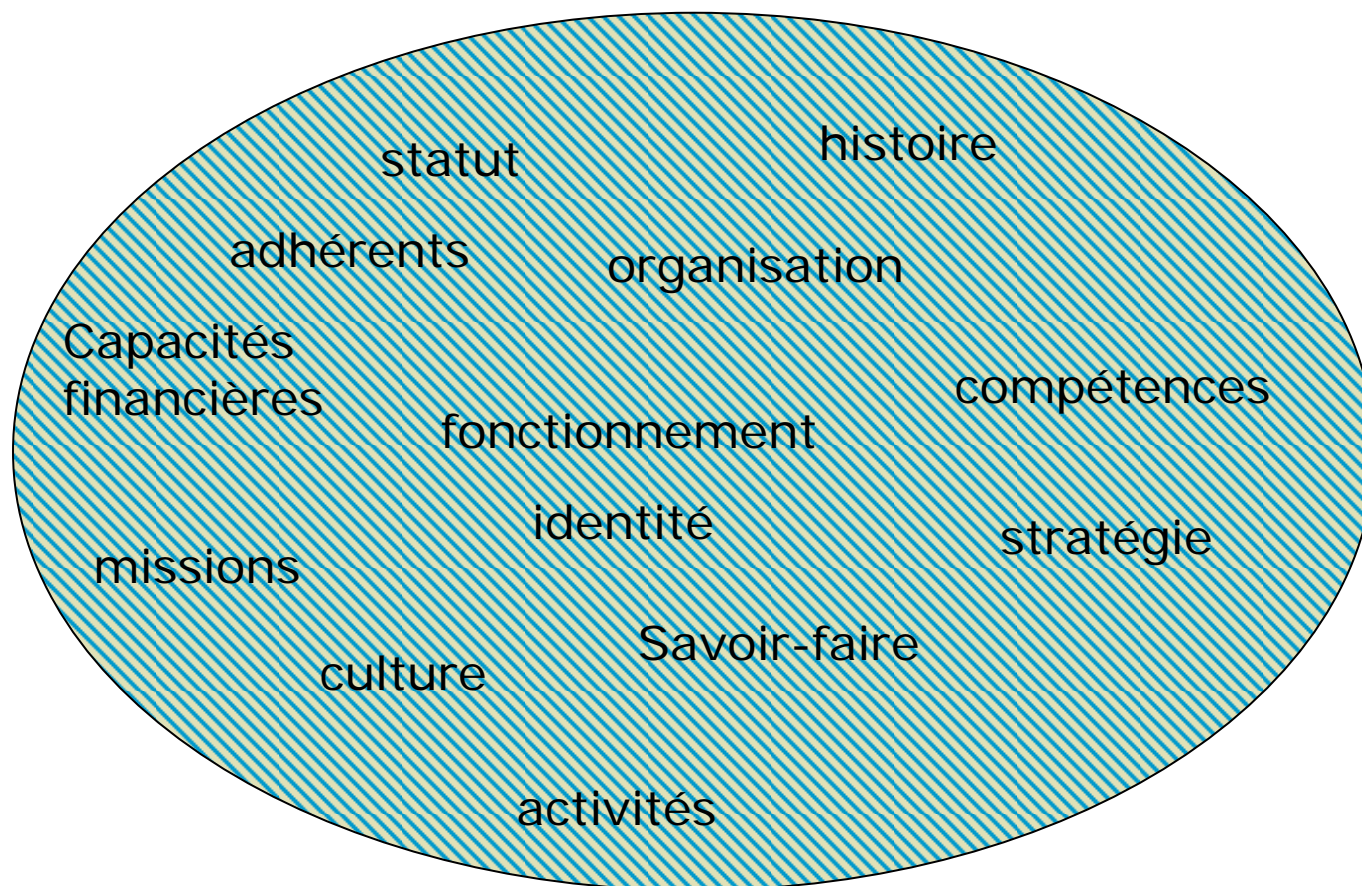
Les informations sur l'environnement

■ Le 1er temps du diagnostic externe

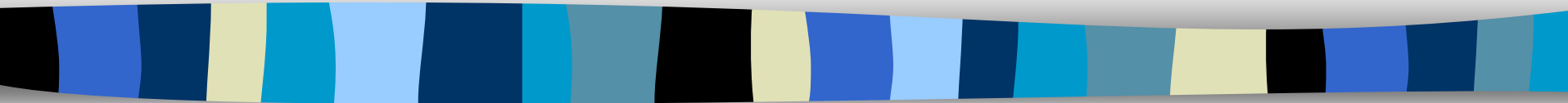


Les informations sur la structure

Le 1er temps du diagnostic interne



L'analyse des données



Le 2ème temps du diagnostic

Analyser les données :

la méthode SWOT

FORCES	FAIBLESSES
OPPORTUNITES	MENACES

Du porteur de projet :

Diagnostic interne

De l'environnement :

Diagnostic externe



Structurer le diagnostic externe en opportunités et menaces

■ Opportunités

Une opportunité est :

- La capacité à répondre favorablement à des sollicitations
- L'occasion ou chance à saisir
- + ou - attractive pour le porteur de projet
- Correspondant + ou – aux compétences du porteur de projet
- Qui a une valeur à un instant t

■ Menaces

Une menace est :

- Une perturbation potentielle de l'environnement qui pose problème au porteur de projet
- + ou – grave pour le porteur de projet
- Avec une + ou – grande probabilité de survenir



Les relations Opportunités/menaces

■ 4 scénarios

- Une situation idéale : bcp d'opportunités et peu de menaces
- Une situation spéculative : bcp d'opportunités et de menaces
- Une situation stable : peu d'opportunités et de menaces
- Une situation préoccupante : peu d'opportunités et bcp de menaces



Structurer le diagnostic interne en forces et faiblesses

■ Forces

Une force est :

- Un facteur clé de succès maîtrisé par le porteur du projet
- Un élément stratégique
- Permettant d'être en position concurrentielle privilégiée et défendable

■ Faiblesses

Une faiblesse est :

- Un maillon sensible dans la chaîne de production de la valeur
- Un handicap + ou – grave pour le porteur du projet
- Spécifique ou non dans le contexte du projet



Les options stratégiques : la position concurrentielle

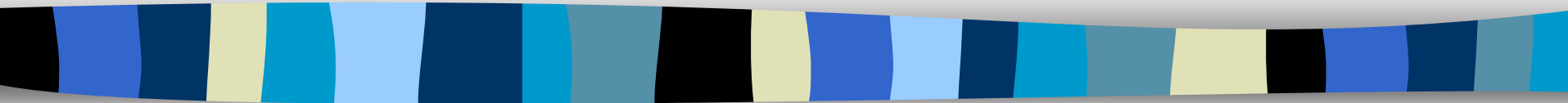
- Stratégies du leader : rester à la 1ère place
- Stratégies du challenger : prendre la place du roi ?
- Stratégies du suiveur : rester stable et se renouveler
- Stratégies du spécialiste : se concentrer sur un créneau



Les outils des options stratégiques

- Segmentation : découpage du marché en sous-ensembles homogènes
- Ciblage : choix du ou des segments en fonction de leur valeur d'exploitation
- Positionnement : processus de différenciation par rapport aux concurrents

La présentation des résultats





Formaliser les résultats :

Le dossier de diagnostic de projet

UN FIL ROUGE : LA PROBLEMATIQUE

■ Un outil de communication

- ciblé : qui va le lire ?
- concis : les principaux éléments sans verbiage
- explicite : jargon évité, termes définis
- visuel : schémas, mise en page aérée, sobre
- accessible : organisé, cohérent, attractif

■ Un outil d'aide à la décision

- aspect dynamique des données
- repères significatifs et fiables
- analyse SWOT
- préconisations
- pistes de solutions
- complet, grâce aux annexes exploitées et classées



La communication des résultats

■ Écrite

- Un rapport complet
- Un document synthétique
- Qui prend en compte le destinataire
- Qui peut être décliné en plusieurs supports

■ Orale

- Présentée au porteur du projet
- Interactive
- Qui s'appuie sur l'écrit
- Qui décline un autre support
- Qui ne perd pas de vue la problématique

Dans les 2 cas la communication doit être soignée !



En conclusion

- Un travail parfois conséquent en temps et en qualité
- Mais pas un dossier de 500 pages !
- Qui fait progresser le porteur du projet dans son approche de la situation
- Qui apporte des arguments crédibles
- Qui met en avant les axes de changement (plus, mieux, autrement)
- Qui montre la singularité de la situation et de son évolution possible