

PRODUITS ET SERVICES

Comment développer mes produits et services ?

Les choix du développement

La question est fréquente : quels « Produits – Services » développer ? Pour répondre à cette question, deux critères doivent être pris en compte :

L'attrait du marché

La **force compétitive** de l'entreprise

Ces deux critères peuvent être articulés dans une matrice simple. L'exercice permet de mieux visualiser la situation de l'entreprise et de voir de quelle manière vous développer.

Attrait du marché et force compétitive de l'entreprise

	Attrait du marché élevé	Attrait du marché moyen	Attrait du marché faible
Force compétitive élevée	Maintenir la position Maintenir l'outil de production Soutenir la communication	Rentabiliser au maximum Resserrer modérément les coûts et les investissements Contrôler les marges	Diminuer le plus possible les coûts Faire le maximum avec le minimum
Force compétitive moyenne	Mettre les moyens pour renforcer la position de l'entreprise (formation, publicité, acquisition de matériel)	Segmenter Réduire les investissements	Se retirer progressivement Ne plus investir
Force compétitive faible	Choisir entre deux extrêmes : Investir en « masse » pour bien se positionner sur le marché ou abandonner	Se retirer progressivement Ne plus investir	Abandonner rapidement les produits concernés

Attrait du marché

L'attrait du marché peut s'évaluer selon son évolution (marché en croissance, maturité ou déclin), les nouveaux segments potentiels, les facilités d'acceptation de nouveaux produits, les risques de modification de l'environnement (nouvelles normes légales...), la rentabilité moyenne...

Force compétitive

Elle s'évalue selon plusieurs critères :

- Le « savoir-faire » de l'entreprise
- Les ressources techniques existantes
- Les ressources humaines « spécifiques » disponibles
- Le réseau de distribution actif
- La souplesse d'adaptation de la structure
- Le positionnement de la structure sur le marché
- L'image de l'entreprise dans son secteur

CONCLUSION

Votre portefeuille de produits- services vit. Selon les circonstances et les évolutions du marché, déplacez vos ressources des « Produits – Services » à faible valeur ajoutée vers ceux à forte valeur ajoutée. Lutter contre un marché est rarement porteur ; il vaut mieux vous adapter ! Et dans ce domaine, une décision rapide vous sera souvent bénéfique !
