

Perfectionnez votre stratégie de croissance

L'outil d'analyse FFOM est idéal pour aider les propriétaires d'entreprise à prendre des décisions plus éclairées concernant l'avenir de leur entreprise. Quand vous ferez des affaires depuis un certain temps, vous serez en meilleure position pour réfléchir aux forces, faiblesses, occasions et menaces (FFOM) propres à votre secteur.

Forces – principales forces de votre entreprise ou avantages qu'elle représente, et manière dont vous pouvez les protéger et les améliorer.

Faiblesses – faiblesses ou problèmes de votre entreprise, et manière de les minimiser ou de vous améliorer.

Occasions – meilleures occasions pour votre entreprise, et manière de les saisir et d'en tirer profit.

Menaces – principales menaces pour votre entreprise, et manière de les minimiser et de vous améliorer.

Notre modèle FFOM vous aidera à cerner chacune de ces caractéristiques pour votre entreprise afin que vous compreniez mieux ce que vous faites bien et ce que vous pourriez améliorer, et quels sont les facteurs externes qui pourraient avoir une incidence sur votre entreprise.

Comprendre la grille FFOM

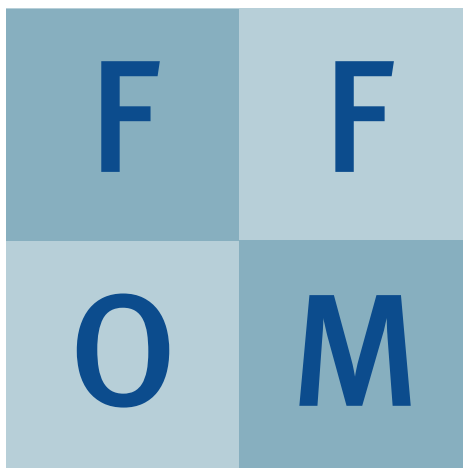
Le concept paraît simple, c'est d'ailleurs l'une des raisons pour lesquelles cet outil est si efficace pour l'analyse commerciale. Chacun des quatre facteurs est représenté dans une grille de la manière suivante :

D'abord, nous examinons la grille à l'horizontale. La rangée supérieure – forces et faiblesses – représente les facteurs internes sur lesquels vous avez un certain contrôle. Parmi les forces, on pourrait compter un personnel hautement formé et expérimenté, une grande notoriété de la marque ou un

excellent emplacement. Les problèmes de qualité et de logistique, et les normes de service peu élevées sont des exemples de faiblesses.

La rangée inférieure représente les facteurs externes sur lesquels vous n'exercez aucun contrôle. Par exemple, un concurrent qui tente d'attirer vos meilleurs employés constitue une menace, tandis qu'une nouvelle technologie qui change un procédé représente une occasion.

Observons maintenant la grille à la verticale. La première colonne – forces et occasions – représente des facteurs positifs. Ils sont utiles. La deuxième colonne comporte les faiblesses et les menaces, qui sont toutes deux négatives et dommageables.



Comment utiliser le modèle FFOM ?

Il y a quatre étapes à suivre pour mener une analyse FFOM efficace :

1. Cerner l'enjeu

Définissez clairement l'enjeu que vous analysez. Vous devez le décrire le plus clairement possible, qu'il s'agisse d'examiner le portrait général de votre entreprise, d'évaluer une nouvelle idée ou d'analyser un concurrent. Mieux vous définissez l'enjeu, plus vous serez en mesure de cerner les facteurs pertinents.

2. Remplir la grille

Évaluez l'enjeu que vous analysez au moyen de chacun des quatre critères.

Il ne s'agit pas toujours d'un processus linéaire, alors n'hésitez pas à passer d'une section à l'autre de la grille à mesure que des idées surgissent. Par exemple, tandis que vous dressez la liste de vos forces, vous pourriez penser à un risque sérieux qui menace une force en particulier.

3. Analyser les résultats

C'est le moment de jeter un regard sur vous-même en faisant preuve d'une parfaite honnêteté. Avez-vous des forces que vous n'utilisez pas pleinement ? Manquez-vous des occasions ? Ignorez-vous certaines faiblesses ? Réfléchissez à chacun de ces facteurs et à la manière dont vous pourriez tirer parti de ceux qui sont avantageux, et régler, atténuer ou éliminer ceux qui sont nuisibles.

4. Rincer et répéter

Lancez une analyse FFOM régulièrement, par exemple chaque trimestre, pour toujours être en mesure de peaufiner votre stratégie commerciale, pour évaluer une nouvelle idée ou pour appuyer votre processus décisionnel.

Associer les forces aux occasions

Maximisez les forces et les occasions. Par exemple, jumelez un nouveau marché (occasion) à la notoriété d'une marque (force).

Associer les forces aux menaces

Minimisez une menace en maximisant une force. Par exemple, réagir à l'arrivée d'un nouveau venu dominant sur le marché (menace) en lançant une campagne de relations publiques mettant l'accent sur la confiance à l'égard de la marque (force).

Associer les faiblesses aux occasions

Minimisez les faiblesses et maximisez les occasions. Par exemple, améliorez la logistique (faiblesse) pour joindre un nouveau marché (occasion).

Associer les faiblesses aux menaces

Minimisez les faiblesses et les menaces. Par exemple, une entreprise en difficulté (ayant des faiblesses) fusionne avec un concurrent (menace) pour survivre.

Il est essentiel que vous soyez en mesure de visualiser vos forces, vos faiblesses, vos occasions et vos menaces relativement à votre entreprise et à vos divers projets pour peaufiner votre stratégie. C'est ce que la grille FFOM vous permet de réaliser.

Ces renseignements sont essentiels à la prise de décisions et à l'exploration de nouvelles idées.



Analyse FFOM

Forces

Faiblesses

Occasions

Menaces



Examen FFOM

Forces

Faiblesses

Occasions

Menaces

