

# Sommaire

<i>Les auteurs</i>	IX
<i>Remerciements de l'éditeur</i>	XI
<i>Avant-propos</i>	1
<i>Comment utiliser ce livre ?</i>	5

## Première partie Modèles stratégiques

1. Matrice produit/marché d'Ansoff	9
2. Matrice BCG	15
3. Stratégie Océan bleu	19
4. Analyse concurrentielle : les cinq forces de Porter	23
5. Compétences de base	29
6. Modèle de croissance de Greiner	35
7. Capacités distinctives de Kay	41
8. Organisation orientée marché	47
9. Délocalisation/externalisation	51
10. Élaboration d'une feuille de route	55
11. Planification par scénarios	61
12. Dialogue stratégique	67
13. Modèle de la GRH stratégique	75
14. Planification stratégique du capital humain	81
15. Analyse AFOM (ou analyse SWOT)	85
16. Chaîne de valeur	93
17. Gestion par la valeur	99
18. Disciplines de la valeur de Treacy et Wiersema	103

Deuxième partie  
**Modèles tactiques**

19. Cadre des 7S	111
20. Comptabilité par activité (ou ABC)	115
21. Théories E et O de Beer et Nohria	119
22. Étalonnage (ou <i>benchmarking</i> )	123
23. <i>Reengineering</i> (ou refonte des processus opérationnels)	129
24. Cadre des valeurs concurrentes	133
25. Carrés fondamentaux	137
26. Sept habitudes des gens efficaces selon Covey	141
27. Pyramide de Curry : marketing et gestion de la relation client	145
28. Analyse de DuPont	149
29. Achat départ-usine	153
30. Modèle d'alignement stratégique de Henderson et Venkatraman	159
31. Dimensions culturelles de Hofstede	163
32. Maison des achats et des approvisionnements	167
33. Cercle de l'innovation	171
34. 4P du marketing selon Kotler	177
35. Huit étapes du changement selon Kotter	181
36. Modèle d'achats de Kraljic	185
37. <i>Lean</i> et juste-à-temps	189
38. Analyse MABA	195
39. Modèle de rémunération de Milkovich	199
40. Configurations de Mintzberg	203
41. Modèle d'achats de Monczka	207
42. Analyse de la valeur des frais généraux	211
43. <i>Quick response manufacturing</i>	215
44. Cinquième discipline de Senge	219
45. Six sigma	223
46. Modèle d'excellence EFQM	227
47. Théorie des contraintes	231
48. Gestion des stocks par le fournisseur	237

Troisième partie  
**Modèles opérationnels**

49. Tableau de bord prospectif	245
50. Rôles en équipe de Belbin	249
51. Pentagramme de la marque	253
52. Quadrants du changement	257
53. Flux de trésorerie actualisés	261
54. Kaizen/Gemba	265
55. Rôles du cadre de Mintzberg	271
56. Analyse risque-récompense	275
57. Analyse des causes fondamentales/analyse de Pareto	279
58. Six chapeaux de la réflexion d'Edward de Bono	283
59. Cycle de Deming : préparer-développer-contrôler-agir	287
60. Cartographie de la chaîne de valeur	291
<b><i>Annexe : matrice modèle/classement des modèles</i></b>	295
<b><i>Index</i></b>	301