

La matrice SWOT, un outil indispensable

Vous vous lancez dans l'aventure entrepreneuriale ? Essayez la matrice SWOT, un outil indispensable qui vous sera utile aussi bien à l'écrit qu'à l'oral !

Un entrepreneur a besoin, avant de se lancer, de faire le point pour poser les bases de la stratégie qui lui permettra d'atteindre ses objectifs le plus efficacement possible. L'analyse Swot y contribue de deux manières :

- / Elle décrit la situation dans laquelle se place le projet (forces et faiblesses)
- / Elle révèle des approches potentielles (opportunités et menaces)

Le SWOT permet de faire le point sur les rapports qu'entretient une entreprise avec son marché. Cet outil se présente donc sous la forme d'un tableau à quatre entrées :

- Les forces de votre entreprise (et du futur chef d'entreprise)
- Ses faiblesses
- Les opportunités de votre marché
- Les menaces de votre marché

Quand faire un swot ?

L'analyse stratégique, et donc l'analyse Swot, doit par conséquent être faite en amont du projet. Elle trouve son utilité dès que la décision de lancer un projet est prise (créer une entreprise, développer un nouveau concept,...). Le swot sera donc utilisé pour préparer un business plan, s'interroger sur la pertinence d'un business-model, élaborer une stratégie marketing, définir une démarche de recherche de financement, ...



Les 6 conseils pour réussir votre swot

1 - Soyez synthétique : structurez votre analyse initiale car c'est de cette manière que découleront vos recommandations. Prioriser les faits du plus significatif au moins significatif.

2 - Soyez objectif sur les forces et les faiblesses de votre projet.

3 - Définissez le périmètre de l'analyse : une analyse SWOT ne doit pas nécessairement concerner l'ensemble d'un projet ou d'une entreprise. Il est souvent préférable de la restreindre à un domaine d'activité spécifique qui dispose de caractéristiques qui lui sont propres (facteurs clés de succès, ressources et compétences, etc.).

4 – Reposez votre analyse sur des faits précis et non sur des suppositions car elles sont souvent trompeuses. Utilisez des données chiffrées pour étayer votre propos. Vous pouvez faire votre Swot à plusieurs : travailler en groupe permet souvent un travail plus approfondi et plus concret. Enfin, l'analyse et la stratégie sont souvent d'une plus grande qualité, car pour être validée, elle doit être discutée et validée par plusieurs personnes. Bien évidemment la qualité des participants est d'une grande importance.

5 – Mettez à jour votre analyse

Les sociétés et le monde économique qui les entoure sont en constante évolution. Pensez à mettre à jour régulièrement votre Swot.

Pensez à refaire votre matrice en fonction des transformations du projet (forces et faiblesses) et de l'environnement dans lequel il évolue (opportunités et menaces). Pour cela il convient de surveiller les mutations du marché.

6 – Exploitez votre analyse et établissez un lien entre votre Swot et les recommandations
La valeur d'une analyse est plus souvent due à la capacité de mettre en œuvre ses conclusions qu'à sa qualité intrinsèque. Une fois la matrice terminée, ayez l'esprit d'action en agissant au mieux.

Et après ?

Lorsque votre analyse SWOT est réalisée, vous pouvez par la suite **prendre des décisions pour le développement de l'entreprise** et donc entrer dans la partie opérationnelle.

Les questions à se poser pour réussir votre analyse SWOT :

Forces	Faiblesses	Opportunités	Menaces
<ul style="list-style-type: none"> – Que faites-vous de mieux que les autres ? – Qu'est-ce qui vous différencie ? 	<ul style="list-style-type: none"> – Que faites-vous de moins bien que vos concurrents ? – Avez-vous des moyens financiers (ou autres) suffisants ? 	<ul style="list-style-type: none"> – Le marché progresse-t-il ? – Existe-t-il une législation favorable ? 	<ul style="list-style-type: none"> – Y a-t-il de nouveaux acteurs économiques au sein du marché ? – La conjoncture économique est-elle favorable ?

Une fois cet outil en main, son utilisation deviendra un réflexe. Cela vous forgera **un esprit critique et synthétique**. Vous pourrez diagnostiquer vos besoins afin de développer votre stratégie d'entreprise.