
THEME 1

LES PRODUITS

SOUS-THEME 1 : VIGILANCE EXTERNE SUR LES PRODUITS

SOUS SOUS THEME 1 : VIGILANCE EXTERNE SUR LES PRODUITS CONCURRENTS

- FORTE SENSIBILITE EXTERNE SUR LES PRODUITS CONCURRENTS
- FAIBLE CONNAISSANCE DES CONCURRENTS
- LES CLIENTS PEUVENT S'AVERER ETRE DES CONCURRENTS
- LES CONCURRENTS NE SONT PAS TOUJOURS CLAIREMENT IDENTIFIES
- LA STRUCTURE S'ORGANISE POUR UNE MEILLEURE VEILLE CONCURRENCIELLE
- DIFFICULTE DANS LA GESTION DES CONTACTS AVEC LES CONCURRENTS
- EXISTENCE D'UNE CONCURRENCE INTERNE AU SEIN DE LA TUTELLE
- FORTE MOBILISATION DES ACTEURS SUR LA SURVEILLANCE EXTERNE DES PRODUITS EN LINEAIRES DANS LES GRANDES SURFACES
- L'ENTREPRISE POUSSE DE PLUS EN PLUS LA RECHERCHE D'INFORMATIONS SUR LA CONCURRENCE
- L'ENTREPRISE NE PREND PAS ASSEZ EN COMPTE SON ENVIRONNEMENT EXTERIEUR
- MANQUE D'UTILISATION DES FORCES INTERNES DE L'ENTREPRISE POUR LA VEILLE EXTERNE SUR LES PRODUITS
- MANQUE DE STRUCTURES ET D'ORGANISATION SUR LA VEILLE STRATEGIQUE PRODUIT

- **LES COMMERCIAUX MANQUENT D'INFORMATIONS POUR METTRE EN OEUVRE UNE VEILLE PRODUIT EFFICACE**
- **MANQUE DE REACTIVITE DE L'ENTREPRISE SUR LES REMONTEES D'INFORMATIONS DU TERRAIN**
- **FORTE VIGILANCE STRATEGIQUE SUR LES PRODUITS**
- **VIGILANCE EXTERNE SUR LES PRODUITS SE FAIT AU TRAVERS DE LA CONSULTATION DE CATALOGUES ET DE MAGAZINES SPECIALISES**
- **VIGILANCE EXTERNE SUR LES PRODUITS AU TRAVERS DE LA VISITE DE SALONS**
- **VIGILANCE STRATEGIQUE EXTERNE SUR LES PRODUITS PAR LA COMMANDE DE PRODUITS CONCURRENTS**
- **VIGILANCE EXTERNE SUR LES PRODUITS PAR LA VISITE DE CUISINES EQUIPEES**
- **LES CLIENTS NE S'INTERESSENT PAS A LA MARQUE DU PRODUIT, L'ENTREPRISE TRAVAILLE SUR LA RECONNAISSANCE DE SON PRODUIT**
- **VIGILANCE EXTERNE SUR LES PRIX PRATIQUES PAR LA CONCURRENCE SUR LES PRODUITS**
- **IL Y A UNE BONNE VIGILANCE EXTERNE SUR LES PRODUITS, MAIS ELLE MANQUE DE FORMALISATION**
- **MANQUE DE FORMALISATION ET DE CAPITALISATION DANS LA RECHERCHE DES TARIFS DES CONCURRENTS**

SOUS SOUS THEME 2 : ADAPTATION DES PRODUITS EN FONCTION DE L'EVOLUTION DE LA DEMANDE

- **MONTEE ET EVOLUTION DE L'EXIGEANCE DES CLIENTS**
- **EFFORT D'ADAPTATION DES PRODUITS ET DES MOYENS DE PRODUCTION POUR REpondre AUX BESOINS**

- **L'ENTREPRISE RENCONTRE DES DIFFICULTES POUR TROUVER ET LANCER DES PRODUITS NOUVEAUX**
- **LA FORCE DE LA PRODUCTION FRAGILISE LES ETUDES DU CONSOMMATEUR ET LA PORTEE DU COMMERCIAL**
- **MANQUE DE PILOTAGE DE LA VALEUR AJOUTEE APPORTEE AUX CLIENTS**
- **UNE SATISFACTION DES CLIENTS EST SOULIGNEE**
- **LA SATISFACTION DES CLIENTS N'EST PAS EVALUEE**
- **MANQUE DE VOLONTE DE LA PART DES ACTEURS DE L'ETABLISSEMENT DE VOULOIR REpondre A LA DEMANDE DU CLIENT**
- **MANQUE DE REACTIVITE SUR L'EVOLUTION DE LA DEMANDE**
- **MÉCONNAISSANCE DES PRODUITS DE L'ÉTABLISSEMENT**
- **DEFAUT DE CONCERTATION ET DE COORDINATION AVEC LES CLIENTS EXTERNES**
- **CONTRAINTE D'ADAPTATION DES PRODUITS**
- **VEILLE SUR L'EVOLUTION DE LA DEMANDE AU TRAVERS DE LA VISITE D'INSTALLATION CHEZ LE CLIENT**
- **L'ENTREPRISE N'INNOVE PAS ASSEZ**
- **LA GAMME DE PRODUITS EVOLUE VITE MAIS NE SE RENOUVELLE PAS ASSEZ**

SOUS-THEME 2 : VIGILANCE INTERNE SUR LES PRODUITS

SOUS SOUS THEME 1 : VIGILANCE INTERNE SUR LA QUALITE DES PRODUITS OFFERTS

- **MANQUE D'INDICATEURS SUR LA QUALITE DES PRODUITS**
- **EN MATIERE DE QUALITE L'ETABLISSEMENT PARE AU PLUS PRESSE**
- **L'ETABLISSEMENT N'EST PAS ENCORE EN MESURE DE GARANTIR A SES CLIENTS DES PRODUITS DE QUALITE**
- **MANQUE DE VIGILANCE INTERNE SUR LA QUALITE DE CERTAINS PRODUITS DE L'ENTREPRISE**
- **MANQUE DE REACTIVITE SUR LA LIVRAISON DES PRODUITS OFFERTS**
- **ECHANGE EN INTERNE D'INFORMATION SUR LES PRODUITS**
- **FAIBLE REACTIVITE INTERNE DU PROCESS DE LANCEMENT DE PRODUITS NOUVEAUX**
- **APPROFONDISSEMENT DES PRODUITS**
- **NIVEAU DE QUALITE DES PRODUITS**
- **FORTE VIGILANCE DE L'ENTREPRISE SUR LA QUALITE DES PRODUITS PAR LEUR DEGUSTATION**
- **L'ACCOMPAGNEMENT TERRAIN EST UNE SOURCE EFFICACE D'INFORMATIONS SUR LA QUALITE DES PRODUITS**
- **LA QUALITE DU PRODUIT N'EST PAS HOMOGENE, ELLE VARIE SELON LES SITES**

- **LE SERVICE COMMERCIAL SOUFFRE DU MANQUE DE REACTIVITE SUR LA QUALITE DES PRODUITS**
- **L'ENTREPRISE FAIT DES EFFORTS SUR LA MISE EN CONFORMITE DES PRODUITS**
- **LA COMMISSION PRODUIT, UN ATOUT POUR LA VIGILANCE INTERNE SUR LES PRODUITS**
- **MANQUE DE CONCERTATION SUR LES VENTES DE PRODUITS A L'EXPORT QUI ENTRAINE DES RETARDS ET DES NON-QUALITES**
- **MANQUE DE REMONTEES D'INFORMATIONS GENANT LA VIGILANCE INTERNE SUR LA QUALITE DES PRODUITS OFFERTS**
- **MANQUE DE COMMUNICATION-COORDINATION-CONCERTATION SUR LA QUALITE DES PRODUITS**
- **CHANGEMENT DE FOURNISSEURS ENTRAINANT DES PROBLEMES DE QUALITE**

SOUS SOUS THEME 2 : VIGILANCE INTERNE SUR LE COUT DES PRODUITS OFFERTS

- **IDENTIFICATION DES COÛTS**
- **EFFORT REALISE SUR LA VIGILANCE DU COUT DES PRODUITS**
- **NON-PERFORMANCE SUR LE COUT DES PRODUITS**
- **ABSENCE DE RELATION D'ARGENT AVEC CERTAINS CLIENTS**
- **ABSENCE D'HARMONISATION DES PRIX AU SEIN DE LA TUTELLE**
- **EVOLUTION DES COÛTS**
- **LA DIRECTION S'OCCUPE DE LA TARIFICATION**
- **VIGILANCE INTERNE SUR LES COUTS DES PRODUITS OFFERTS AU TRAVERS DES FAMILLES DE PRODUITS**

- REALISATION DE PRODUITS MOINS CHERS ET PLUS SIMPLES PAR LE BUREAU D'ETUDES
- DISPOSITIF DE VIGILANCE SUR LES MARGES A L'EXPORT
- DES PRODUITS ONT ETE ARRETES CAR CELA COUTAIT TROP CHER DE LES METTRE AUX NORMES
- CERTAINS PRODUITS FONT DES MARGES MAUVAISES POUR L'INSTANT
- L'ENTREPRISE RENCONTRE DES DIFFICULTES SUR DES PRODUITS STANDARDS REPRODUCTIBLES PAR LA CONCURRENCE A MOINDRE COUTS.
- LES PRIX DE REVIENT PEUVENT ETRE AMELIORES
- L'ENTREPRISE N'A PAS SUIVI L'EVOLUTION DU MARCHE EN MATIERE DE PRIX DE REVIENT DES PRODUITS

THEME 2

LES MARCHES

SOUS-THEME 1 : VIGILANCE EXTERNE SUR LES MARCHES

SOUS SOUS THEME 1 : IDENTIFICATION DES MARCHES POTENTIELS

- DISPOSITIF D'IDENTIFICATION DES MARCHES POTENTIELS INEXISTANT
- DIFFICULTES ET MANQUE DE VOLONTE POUR IDENTIFIER LES MARCHES POTENTIELS
- MANQUE D'UNE POLITIQUE D'ORIENTATION DANS LA RECHERCHE DE MARCHES POTENTIELS
- LES MARCHES ACTUELS ET POTENTIELS NE SONT PAS ASSEZ EXPLOITES
 - DIFFICULTE DE POSITIONNEMENT ENTRE LES MARCHES MILITAIRE ET CIVIL
 - FORTE REGRESSION DE NOS CLIENTS SUR LES MARCHES ACTUELS
 - L'ETABLISSEMENT EST ENCORE SUR UN MARCHÉ PROTEGE
 - EFFORTS REALISES POUR POSITIONNER SON ACTIVITE SUR LES MARCHES
 - EFFORT A REALISER POUR SE POSITIONNER SUR CERTAINS MARCHES
 - LA PLUPART DES SERVICES FONT DE LA VEILLE SUR LES CONCURRENTS PRESENTS SUR LES MARCHES DE L'ENTREPRISE
 - L'ENTREPRISE CENTRALISE LES INFORMATIONS PERTINENTES SUR LES MARCHES

- **MANQUE D'ANTICIPATION DES EVOLUTIONS DU MARCHE**
- **LA VISION STRATEGIQUE SUR L'EXPLOITATION DE MARCHES POTENTIELS DEPEND D'UNE SEULE PERSONNE**
- **LES ACTEURS DE L'ENTREPRISE SONT PORTEURS D'IDEES DE DEVELOPPEMENT SUR DES MARCHES POTENTIELS**
- **FORT CAPTAGE DES INFORMATIONS SUR LES MARCHES PAR LES FOURNISSEURS**
- **IL EXISTE DIFFERENTS PRESCRIPTEURS QUI ONT UN ROLE DE FACILITATEURS DANS L'IDENTIFICATION DE MARCHES POTENTIELS**
- **DE NOUVEAUX MARCHES POTENTIELS ONT ETE IDENTIFIES**
- **LES SORTIES DE CERTAINS MEMBRES DU PERSONNEL PERMETTENT D'IDENTIFIER DES NOUVEAUX MARCHES ET DE DEVELOPPER DES CONTACTS INTERESSANTS**
- **CERTAINS PRODUITS SONT VECTEURS DE NOTORIETE SUR UN MARCHE LARGE**
- **LES LIMITES DU ROLE DES BUREAUX D'ETUDES SUR LES NOUVEAUX MARCHES**
- **L'ENTREPRISE DOIT FAIRE DES EFFORTS SUR LA RECHERCHE DE NOUVEAUX MARCHES**

SOUS SOUS THEME 2 : PENETRATION ET POSITIONNEMENT DES PRODUITS SUR LES MARCHES

- **L'ENTREPRISE N'EST PAS ASSEZ OUVERTE SUR L'EXTERIEUR, ELLE MANQUE D'INFORMATIONS DE POSITIONNEMENT SUR SON MARCHE**
- **LE DIRECTEUR COMMERCIAL S'OCCUPE DE PREPARER DES OFFENSIVES POUR ASSURER LA PENETRATION DU MARCHE**
- **LES COMMERCIAUX INFORMENT L'ENTREPRISE SUR LA CONCURRENCE ET SON POSITIONNEMENT**

- LES SALONS SONT VECTEURS D'INFORMATIONS SUR LA CONCURRENCE ET LE POSITIONNEMENT ET LA PENETRATION DE L'ENTREPRISE SUR SES DIFFERENTS MARCHES
- VIGILANCE SUR LES GROUPEMENTS NOTAMMENT LES GROUPEMENTS ETRANGERS
- POSITIONNEMENT SUR LE MARCHE DES CENTRALES D'ACHATS ET LES CLIENTS UNITAIRES
- L'ELABORATION DE DEVIS PERMET DE SE POSITIONNER PAR RAPPORT AUX CONCURRENTS
- DE NOUVELLES STRATEGIES COMMERCIALES SONT ENVISAGEES POUR MIEUX REpondre A L'EVOLUTION DE LA DEMANDE DES CLIENTS
- L'ENTREPRISE EST SYSTEMATIQUEMENT SOLLICITEE SUR LES PROJETS D'IMPORTANCE
- TECHNIQUE DE RECUEIL DES INFORMATIONS SUR LE MARCHE DANS LES SALONS
- VIGILANCE SUR LA GRANDE DISTRIBUTION
- L'ENTREPRISE NE TRAVAILLE PAS ASSEZ SUR LES MARCHES POTENTIELS
- IL Y A PEU D'INFORMATIONS SUR LES PARTS DE MARCHE
- DES COMPARATIFS SONT FAITS SUR LE COUPLE PRIX/PRODUITS MAIS ILS NE SONT PAS GENERALISES
- LA GAMME N'EVOLUE PAS SUFFISAMMENT SUR LE MARCHE DE LA GRANDE DISTRIBUTION

SOUS-THEME 2 : VIGILANCE INTERNE SUR LES MARCHES

SOUS SOUS THEME 1 : ORGANISATION DE LA COLLECTE D'INFORMATIONS STRATEGIQUES SUR LES MARCHES

- **L'ETABLISSEMENT EST A LA RECHERCHE D'AMELIORATIONS DE SON DISPOSITIF DE COLLECTE D'INFORMATIONS SUR LES MARCHES**
- **UN SYSTEME DE CAPTAGE DE L'INFORMATION STRATEGIQUE A ETE MIS EN PLACE**
- **DES INFORMATIONS STRATEGIQUES SUR LES MARCHES SONT CAPTEES DANS LES REVUES SPECIALISEES**
- **LES FOURNISSEURS SONT VECTEURS D'INFORMATIONS STRATEGIQUES A EXPLOITER**
- **LA COMMUNICATION VOLONTAIRE DE CERTAINES INFORMATIONS STRATEGIQUES A LA CONCURRENCE**
- **CAPTAGE D'INFORMATION AU TRAVERS DE LA VISITE DE CONCURRENTS**
- **VIGILANCE SUR LES ACHATS**
- **CAPTAGE D'INFORMATIONS GRACE AUX CLIENTS**
- **COLLECTE D'INFORMATIONS SUR LES MARCHES DANS LES SALONS**
- **L'EXPLOITATION DE CERTAINES INFORMATIONS MANQUE DE REACTIVITE**
- **CERTAINES INFORMATIONS SONT DIFFICILES A OBTENIR CAR LE MARCHÉ EST TRÈS SECRET**

SOUS SOUS THEME 2 : DISPOSITIF D'EXPLOITATION DES INFORMATIONS STRATEGIQUES SUR LES MARCHES

- **LA FONCTION MARKETING DE L'ENTREPRISE EST TROP FRAGILE**
- **MANQUE D'EXPLOITATION DES SUPPORTS D'INFORMATION SUR LES MARCHES**
- **DISPOSITIF D'EXPLOITATION DES DONNEES SUR LA CONCURRENCE**
- **MANQUE DE COMMUNICATION-COORDINATION-CONCERTATION SUR LES COMMANDES A L'EXPORT**
- **PROBLEME DE MOTIVATION DES ACTEURS DANS LA REMONTEE ET L'EXPLOITATION DES INFORMATIONS**
- **DISPOSITIF D'EXPLOITATION DES INFORMATIONS RECUEILLIES DANS LES SALONS LIMITE**

THEME 3

LA TECHNOLOGIE

SOUS-THEME 1 : VIGILANCE EXTERNE SUR LA TECHNOLOGIE

SOUS SOUS THEME 1 : IDENTIFICATION DES NOUVELLES TECHNOLOGIES

- L'ENTREPRISE FAIT UNE FORTE EXPLOITATION DES TECHNOLOGIES
- L'ENTREPRISE NE VEILLE PAS ASSEZ SUR LES TECHNOLOGIES DISPONIBLES A MOINDRE COUT
- DES OBJECTIFS DE VEILLE TECHNOLOGIQUE SONT DANS LE PLAN D'ACTIIONS PRIORITAIRES DE CERTAINS MEMBRES DE LA DIRECTION
- LA VEILLE TECHNOLOGIQUE DANS LES SALONS ET LES REVUES SPECIALISEES
- INTERET MARQUE POUR LES NOUVELLES TECHNOLOGIES
- DIFFICULTE DANS L'IDENTIFICATION DE NOUVELLES TECHNOLOGIES
- CERTAINS PRODUITS FONT L'OBJET D'UNE VIGILANCE TECHNOLOGIQUE TRES POUSSEE
- LES ACTEURS DE L'ENTREPRISE CONCERNES PAR LA VEILLE TECHNOLOGIQUE
- PAS DE DISPOSITIF D'EXPLOITATION DES REMONTEES D'INFORMATIONS SUR LES NOUVELLES TECHNOLOGIES
- PAS DE FORMALISATION INTERNE SUR LE PROCESSUS DE VEILLE TECHNOLOGIQUE
- LE BUREAU D'ETUDES NE PARTICIPE PAS ASSEZ A LA VISITE DE SALONS

- **LE BUREAU D'ETUDES FAIT DE LA VEILLE TECHNOLOGIQUE EN VISITANT DES INSTALLATIONS MAIS CE N'EST PAS ENCORE SUFFISANT**
- **LA CREATION DE NOUVEAUX PRODUITS SE FAIT PLUS SUR LA DEMANDE DES CLIENTS QUE SUR L'INNOVATION INTERNE**
- **LE BUREAU D'ETUDES A LE SENTIMENT DE NE PAS ETRE ECOUTE EN MATIERE D'INNOVATION**

SOUS-THEME 2 : VIGILANCE INTERNE SUR LA TECHNOLOGIE

SOUS SOUS THEME 1 : INTEGRATION DES NOUVELLES TECHNOLOGIES DANS L'ORGANISATION

- **FORTE INTEGRATION DES NOUVELLES TECHNOLOGIES DANS L'ORGANISATION**
- **MANQUE DE REACTIVITE DANS L'INTEGRATION DE NOUVELLES TECHNOLOGIES**
- **NECESSITE D'ALLOCATION DE RESSOURCES POUR L'INTEGRATION DE NOUVELLES TECHNOLOGIES**
- **MANQUE DE COHERENCE DES INVESTISSEMENTS SUR LES NOUVELLES TECHNOLOGIES**
- **L'INTEGRATION DE NOUVELLES TECHNOLOGIES DOIT ETRE POURSUIVIE**
- **INTEGRATION D'EVOLUTIONS INFORMATIQUES**
- **FORTE PROTECTION DES TECHNOLOGIES PROPRES A L'ENTREPRISE**
- **FORTE RECHERCHE DE SOLUTIONS TECHNIQUES AU TRAVERS DES FOURNISSEURS**
- **FORTE CONCERTATION ENTRE LES SITES SUR L'IMPLANTATION DE NOUVELLES TECHNOLOGIES**
- **LENTEUR D'INTEGRATION DES NOUVELLES TECHNOLOGIES DANS L'ENTREPRISE**
- **LE BUREAU D'ETUDES EST MIEUX STRUCTURE**
- **L'INTEGRATION DES NOUVELLES TECHNOLOGIES SE CONCRETISE PLUS SUR CERTAINS DOMAINES**
- **L'INTEGRATION DE TECHNOLOGIES PERMET DE RESOUDRE CERTAINS PROBLEMES DE FONCTIONNEMENT**

- **L'ENTREPRISE DELEGUE UNE PARTIE DE SA VEILLE TECHNOLOGIQUE A UN BUREAU D'ETUDES EXTERIEUR**

- **CERTAINS LOGICIELS IMPORTANTS N'ONT PAS ETE ASSIMILES RAPIDEMENT PAR L'ORGANISATION**

THEME 4

LE POTENTIEL HUMAIN

SOUS-THEME 1 : VIGILANCE EXTERNE SUR LE POTENTIEL HUMAIN

SOUS SOUS THEME 1 : ATTRACTIVITE DE L'ENTREPRISE SUR LE POTENTIEL HUMAIN

- **BONNE ATTRACTIVITE DE L'ETABLISSEMENT SUR LE MARCHÉ DE L'EMPLOI**

- **FAIBLE ATTRACTIVITE DE L'ETABLISSEMENT SUR LE MARCHÉ DE L'EMPLOI**

- **FORTE ATTRACTIVITE DE L'ENTREPRISE SUR LE POTENTIEL HUMAIN**

- **CERTAINS SECTEURS DE L'ENTREPRISE SONT MOINS ATTRACTIFS SUR LE MARCHÉ DE L'EMPLOI**

- **VIGILANCE STRATEGIQUE SUR LE POTENTIEL HUMAIN AU TRAVERS DE LA PARTICIPATION DE CERTAINS MEMBRES DE LA DIRECTION A DES CLUBS**

- **VIGILANCE SUR LE POTENTIEL HUMAIN AU TRAVERS DE LA LECTURE DE MAGAZINES**

- **VIGILANCE SUR LE POTENTIEL HUMAIN GRACE A LA PARTICIPATION A DES ENQUETES**

- **CAPTAGE D'INFORMATIONS STRATEGIQUES SUR LES LOIS SOCIALES**

SOUS-THEME 2 : VIGILANCE INTERNE SUR LE POTENTIEL HUMAIN

SOUS SOUS THEME 2 : INVESTISSEMENT IMMATERIEL : RECRUTEMENT ET INTEGRATION

- **L'ENTREPRISE INVESTIT BEAUCOUP EN FORMATION**
- **LE MODE DE RECRUTEMENT ENGENDRE PARFOIS DES FRUSTRATIONS**
- **CERTAINS PROFILS DE POSTE NE SONT PAS CLAIRS**
- **LE PERSONNEL D'ENCADREMENT MANQUE DE FORMATION DANS CERTAINS DOMAINES (RECRUTEMENT, FINANCES...)**
- **DES BESOINS DE FORMATION SONT RESSENTIS**
- **LE TRANSFERT DE SAVOIR FAIRE EST ASSURE AU BUREAU D'ETUDES**
- **GESTION DU PERSONNEL TROP ADMINISTRATIVE**
- **RISQUE D'EFFECTIF INSUFFISANT A MOYEN ET LONG TERMES**
- **LES PERSONNES DE LA PRODUCTION ONT ETE FORMEES A LA QUALITE**
- **LES FORMATIONS TECHNIQUES SONT ASSUREES LA PLUPART DU TEMPS PAR DES INTERVENANTS EXTERNES**
- **LE DISPOSITIF DE FORMATION INTERNE N'EST PAS PERFORMANT**

SOUS SOUS THEME 3 : CONTROLE DES PERSONNES

- **DISPOSITIF DE CONTROLE DU PERSONNEL COMMERCIAL**

- **DISPOSITIF DE CONTROLE DU PERSONNEL SUR LA QUALITE DES PRODUITS**
- **L'AUTONOMIE DES ACTEURS ENGENDRE DES DERIVES**
- **DEGRÉS D'AUTONOMIE DES ACTEURS**
- **MISE EN PLACE D'UN DISPOSITIF D'ENTRETIEN D'EVALUATION**

SOUS SOUS THEME 4 : FIDELISATION ET MOTIVATION DES PERSONNES

- **LA MOTIVATION ET L'IMPLICATION DU POTENTIEL HUMAIN DE L'ENTREPRISE SONT UNE FORCE**
- **LA FIDELITE DU PERSONNEL EST SOULIGNEE**
- **DEMOTIVATION**
- **LE PERSONNEL EST DEMOTIVE SUR CERTAINES LIGNES DE PRODUCTION**
- **AMBIANCE ET INTERET DU TRAVAIL**
- **BONNE IMPLICATION DES DIFFERENTS SERVICES DE L'ENTREPRISE SUR LA VEILLE PRODUIT**
- **LES ACTEURS DE L'ENTREPRISE SONT PORTEURS D'IDEES D'AMELIORATION DE LA VEILLE PRODUIT**
- **IMPLICATION DU POTENTIEL HUMAIN**
- **DANS CERTAINS SERVICES LA FIDELITE DES ACTEURS EST PLUS FAIBLE**
- **FORTE FIDELITE DU POTENTIEL HUMAIN DE L'ENTREPRISE**
- **DANS L'ENSEMBLE, LES SALARIES DE L'ENTREPRISE SONT FIDELES**
- **IL EXISTE DES FAIBLESSES DANS LA FIDELISATION DES PERSONNES A CAUSE DU FAIBLE NIVEAU DE REMUNERATION**

- **L'ENTREPRISE NE PREPARE PAS LES DEPARTS ET IL Y A UNE PERTE DE SAVOIR-FAIRE**

SOUS SOUS THEME 5 : MOYENS HUMAINS POUR LA MISE EN OEUVRE STRATEGIQUE

- **MOBILITE DU PERSONNEL INSUFFISANTE**
- **PREPARATION ET IMPLICATION DES HOMMES AUX CHANGEMENTS STRATEGIQUES**
- **LE MANAGEMENT DES POSTES DES INGENIEURS CIVILS EST DIFFICILE**
- **MANQUE DE MOYENS HUMAINS POUR LA MISE EN OEUVRE DE LA STRATEGIE**
- **DIVERSITE DES COMPETENCES DES PERSONNELS**
- **REDEFINITION DU STATUT D'AGENT DE MAITRISE A AMELIORE LE SYSTEME D'INFORMATIONS**
- **COMPETENCES DISPONIBLES**
- **EFFECTIFS**
- **CHARGE DE TRAVAIL**
- **REPARTITION DES RÔLES**
- **MOBILITE PROFESSIONNELLE**
- **MANQUE D'OBSERVATEURS COMPLEMENTAIRES SUR LES SALONS**
- **CERTAINS ACTEURS ONT ETE DEÇUS ET NE SONT PLUS MOTIVES DANS LA MISE EN OEUVRE D'UN DISPOSITIF DE VEILLE STRATEGIQUE**
- **CERTAINS SECTEURS MANQUENT DE MOYENS HUMAINS POUR LA MISE EN OEUVRE STRATEGIQUE**

- **L'ENTREPRISE DOIT ANTICIPER LES EVOLUTIONS DE POSTE QUI SONT AUJOURD'HUI SOURCE DE DYSFONCTIONNEMENTS**

THEME 5

DISPOSITIF DE CAPTAGE D'INFORMATIONS DE VEILLE STRATEGIQUE

- MANQUE DE CRITERES DE SELECTION DE L'INFORMATION

- LES VISITES EXTERIEURES PERMETTENT DE COLLECTER DES INFORMATIONS

- LE COMPTE-RENDU EST UTILISE COMME SUPPORT DE REMONTEE D'INFORMATIONS

- INFORMATIONS COLLECTEES INSUFFISANTES

- NECESSITE DE FIABILISER LES INFORMATIONS COLLECTEES

- MANQUE D'IMPLICATION DU PERSONNEL DANS LA COLLECTE DE L'INFORMATION

- MANQUE D'EXPLOITATION DES INFORMATIONS

- MANQUE DE TOILETTAGE DES INFORMATIONS

- NON-CIRCULATION DE L'INFORMATION STRATEGIQUE

- UN RENFORCEMENT DES STRUCTURES EST NECESSAIRE

SOUS THEME 1 : IDENTIFICATION DES INFORMATIONS CIBLES A SURVEILLER

- **IDENTIFICATION DES INFORMATIONS CIBLES A SURVEILLER**
- **EVOLUTION DE LA PROFESSION**
- **NECESSITE DE SURVEILLER CERTAINES CIBLES**
- **ADAPTATION DE LA STRUCTURE**
- **MONTEE DES EXIGENCES CLIENTS**
- **ECOUTE DES CLIENTS**
- **IDENTIFICATION DES INFORMATIONS CIBLES A SURVEILLER LORS DE LA VISITE DE SALONS**
- **IDENTIFICATION DES INFORMATIONS CIBLES A SURVEILLER DANS LA VISITE INSTALLATIONS**
- **IDENTIFICATION DES INFORMATIONS CIBLES A SURVEILLER SUR LA QUALITE**

SOUS THEME 2 : SUPPORT DE SAISIE D'INFORMATIONS STRATEGIQUES

- **UTILISATION DE SUPPORTS DE SAISIE D'INFORMATIONS**
- **EXPLOITATION ET CIRCULATION DE L'INFORMATION STRATEGIQUE**
- **NON EXPLOITATION D'INFORMATIONS STRATEGIQUES**
- **NON DIFFUSION D'INFORMATIONS STRATEGIQUES**
- **L'ENTREPRISE MANQUE DE SUPPORTS DE SAISIE DE L'INFORMATION STRATEGIQUE**

- L'ENTREPRISE NE POSSEDE AUCUN CLASSEUR DE VEILLE STRATEGIQUE
- DES SUPPORTS SONT MAL OU PAS DU TOUT UTILISES
- CERTAINS SUPPORTS SONT UTILISES SANS ETRE SUR DU RESULTAT
- PROBLEMES DE COMMUNICATION-COORDINATION-CONCERTATION DANS L'ELABORATION DU CATALOGUE
- PEU D'EXPLOITATION DE SUPPORTS AU RETOUR DES SALONS
- EXPLOITATION DU RETOUR DES SALONS
- LES JOURNAUX SPECIALISES COMME SUPPORT DE LA VEILLE
- DES FICHES DE PROCEDURES ONT ETE MISE EN PLACE POUR LE SUIVI DE LA QUALITE

SOUS THEME 3 : CIRCULATION DE L'INFORMATION STRATEGIQUE

- LES ORIENTATIONS STRATEGIQUES DE L'ENTREPRISE NE SONT PAS TOUJOURS CONNUES OU CLAIREMENT TRANSMISES AU PERSONNEL DE BASE
- LES OUTILS DE MISE EN OEUVRE DE LA STRATEGIE NE SONT PAS TOUJOURS TRES PEDAGOGIQUES POUR LE PERSONNEL DE BASE
- LE BILAN LIGNE DE PRODUIT PERMET UNE CIRCULATION DE L'INFORMATION EFFICACE SUR LES PRODUITS
- DYSFONCTIONNEMENTS DANS LA CIRCULATION INTERNE DES INFORMATIONS SUR LES PRODUITS
- MANQUE DE COMMUNICATION-COORDINATION-CONCERTATION SUR LES PRODUITS NOUVEAUX ET LES OFFRES PROMOTIONNELLES
- MANQUE DE COMMUNICATION AU SEIN DE L'ENTREPRISE

- LES ECARTS DE FONCTIONNEMENT ET DE "COMPORTEMENT" ENTRE LES SITES SONT SOURCES DE DYSFONCTIONNEMENTS
- MANQUE DE DECENTRALISATION DE LA VEILLE STRATEGIQUE
- MANQUE DE COMMUNICATION-COORDINATION-CONCERTATION DANS LE FONCTIONNEMENT GENERAL DU GROUPE
- POUR REMONTER L'INFORMATION ET LA FAIRE CIRCULER, IL FAUT QUE LES ACTEURS SOIENT MOTIVES ET INFORMES DES DIFFERENTES ORIENTATIONS STRATEGIQUES
- IL Y A UNE EVAPORATION DE CERTAINES INFORMATIONS
- CERTAINES INFORMATIONS NE SONT PAS EXPLOITEES EN INTERNE
- CERTAINES PERSONNES CENSEES REMONTER L'INFORMATION NE LE FONT PAS
- PREDOMINANCE DE LA CULTURE ORALE DANS L'ENTREPRISE
- IL Y A DES DISPARITES QUANT A LA REMONTEE DE L'INFORMATION
- LA REMONTEE DE L'INFORMATION SUR LA VIGILANCE SUR LE POTENTIEL HUMAIN N'EST PAS FORMALISEE
- TOUTES LES REMONTEES D'INFORMATIONS SUR LES SALONS NE SONT PAS BIEN EXPLOITEES
- LES INFORMATIONS SUR LES CONCURRENTS REMONTENT BIEN
- CERTAINS SECTEURS SONT INFORMES DES ORIENTATIONS QU'ILS DOIVENT SUIVRE
- CIRCULATION ET TRANSMISSION DES INFORMATIONS DANS L'ENTREPRISE
- CIRCULATION DE L'INFORMATION DE L'EXTERIEUR VERS L'INTERIEUR
- LA REMONTEE DE L'INFORMATION EST TRES RAPIDE

- CERTAINES INFORMATION SUITE A DES VISITES DE SALONS SONT REMONTEES
- CERTAINES INFORMATIONS SONT ECHANGEES ENTRE LES DIFFERENTS SECTEURS
- DISPOSITIF DE CAPTEURS INTERNES D'INFORMATIONS STRATEGIQUES
- LA REMONTEE DE L'INFORMATION SUR LA VIGILANCE SUR LE POTENTIEL HUMAIN N'EST PAS FORMALISEE
- DISPOSITIF DE REUNIONS
- LES COMMERCIAUX INFORMENT LE BUREAU D'ETUDES

THEME 6

OUTILS ET METHODES DE FORMALISATION ET DE COMMUNICATION DE LA STRATEGIE

SOUS THEME 1 : METHODOLOGIE, OUTILS DE FORMALISATION ET DE COMMUNICATION DE LA STRATEGIE

- **LES DOMAINES D'ACTIVITES STRATEGIQUES DE L'ETABLISSEMENT ONT ETE IDENTIFIES**
- **L'ACTIVITÉ D'ANALYSE DOIT ETRE POURSUIVIE**
- **ABSENCE DE STRATEGIE**
- **UN TRAVAIL DE COMMUNICATION DOIT ACCOMPAGNER LA REFLEXION STRATEGIQUE**
- **COMMUNICATION DES ORIENTATIONS STRATEGIQUES**

SOUS THEME 2 : PREPARATION ET OUTILS DE MISE EN OEUVRE DES ACTIONS STRATEGIQUES

- **LES PLANS D'ACTIONS PRIORITAIRES COMME OUTILS ET METHODES DE FORMALISATION DE LA STRATEGIE**
- **CERTAINS OUTILS ET METHODES DE FORMALISATION SONT A PERFECTIONNER**

SOUS THEME 4 : SYSTEME D'OBJECTIFS PERSONNALISES

- **SYSTEME D'OBJECTIFS PERSONNALISES POUR LES COMMERCIAUX**
- **DES OBJECTIFS EN TERMES DE MISE EN PLACE D'UNE DEMARCHE QUALITE**

• SYSTEME D'OBJECTIFS PERSONNALISES EN TERME D'OUVERTURE

• SYSTEME D'OBJECTIFS PERSONNALISES MIS EN PLACE PAR LA DIRECTION DES RESSOURCES HUMAINES

THEME 7

DISPOSITIF DE ROUAGES DE PRISE DE DECISIONS

- ABSENCE D'UN DISPOSITIF DE CONCERTATION ET DE SYNCHRONISATION POUR LA PRISE DE DECISIONS

- MANQUE DE COMPREHENSION DES DECISIONS PRISES

- MANQUE DE PERTINENCE DES ROUAGES DE PRISE DE DECISIONS

- DEFICIT DE PRISE DE DECISIONS STRATEGIQUES

- DISPOSITIF DE CONCERTATION ET DE SYNCHRONISATION SUR UN PROJET D'INVESTISSEMENT

- LA SATURATION DES RESSOURCES INTERNE EST UN CRITERE DE DECISION SUR LES PROJETS D'INVESTISSEMENT

- LA CONNEXION VEILLE INTERNE ET VEILLE EXTERNE PERMET DE PRENDRE DES DECISIONS RAPIDEMENT

- IL N'Y A PAS DE PROCEDURES PARTICULIERES SUR LES DOSSIERS D'INVESTISSEMENT

- LES REUNIONS D'IMPULSION MANQUENT DE PREPARATION ET DONC DE RESULTATS

SOUS THEME 1 : REGLES DU JEU DE PRISE DE DECISION (DEGRE D'AUTONOMIE DES ACTEURS...)

- LA COMMISSION PRODUIT DEVIENT UNE DES REGLES DU JEU DE LA PRISE DE DECISION

- REGLE DU JEU DE PRISE DE DECISION ENVERS LES CLIENTS

- MANQUE DE RESPECT DES REGLES DU JEU

- LE PROCESSUS DE PRISE DE DECISION EST AUJOURD'HUI BEAUCOUP PLUS LOURD A GERER

THEME 8

MODE D'ELABORATION DES BUDGETS ET DES TABLEAUX DE BORD

- METHODE DE CONSTRUCTION ET D'HARMONISATION DES INDICATEURS STRATEGIQUES

- MANQUE DE COHERENCE DES INDICATEURS DE PILOTAGE

- NECESSITE DE METTRE EN PLACE UNE COMPTABILITE ANALYTIQUE

- NECESSITE DE PASSER EN COMPTE DE COMMERCE

- CRAINTE ET VIGILANCE LIEE AU PASSAGE EN COMPTE DE COMMERCE

- ABSENCE D'UNE POLITIQUE DE GESTION DES FOURNISSEURS

SOUS THEME 1 : IDENTIFICATION DES BESOINS D'INFORMATIONS STRATEGIQUES DE SYNTHESE (INDICATEURS) POUR LA PRISE DE DECISION

- CERTAINS INDICATEURS MANQUENT

SOUS THEME 2 : METHODE DE CONSTRUCTION ET D'HARMONISATION DES INDICATEURS STRATEGIQUES

SOUS THEME 3 : LE BUDGET EST UN OUTIL DE PRISE DE DECISION STRATEGIQUE

- FORTE VIGILANCE SUR LES BUDGETS