

Pilotage Stratégique

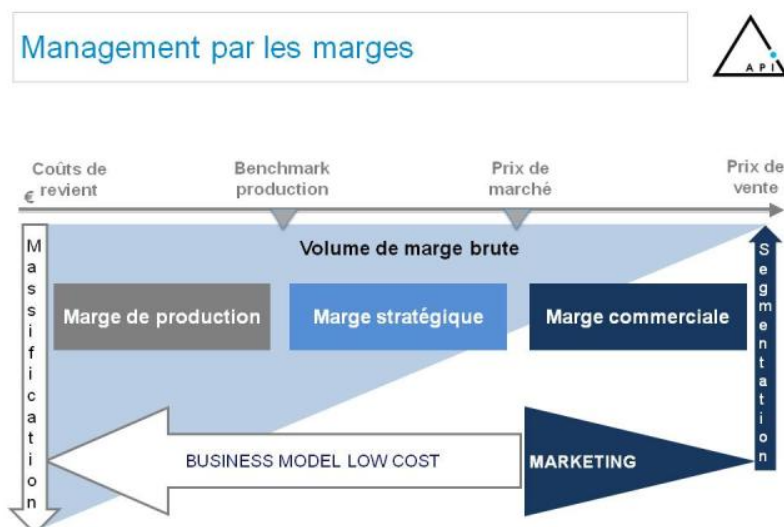
La globalisation de l'économie a généré trois contraintes fortes pour le pilotage de l'entreprise :

- maîtrise des volumes à livrer en fonction d'une demande erratique
- valorisation des prix face à des concurrents agressifs
- partage de la valeur avec des clients finaux économes ou distributeurs exigeants

Le management par les marges permet un pilotage fin en mesurant les volumes de marge brute au niveau production, au niveau commercial et au niveau stratégique pour agir sur les bons leviers.

Objectifs

- Pérenniser le développement en surveillant la satisfaction des attentes des clients
- Assurer la compétitivité des offres par rapport à celles des concurrents
- Évaluer les performances relatives des efforts commerciaux en fonction des tendances des marchés



Recommandations API

- Privilégiez la réactivité des décisions à l'exhaustivité des informations
- Nommez un responsable en interne de la surveillance de chaque concurrent
- Assurez l'interfaçage entre systèmes d'Informations marketing et outils de gestion du commercial