



Du produit vers le service stratégies d'évolution de l'entreprise industrielle vers les activités

 **Télécharger**

 **Lire En Ligne**

[Click here](#) if your download doesn't start automatically

Du produit vers le service stratégies d'évolution de l'entreprise industrielle vers les activités

Eric Hanoune, Philippe Véry

Du produit vers le service stratégies d'évolution de l'entreprise industrielle vers les activités Eric Hanoune, Philippe Véry

Ce livre vient combler un vide : si le troisième millénaire sera indéniablement celui des services dans les économies occidentales, si des pans entiers de l'industrie manufacturière seront contraints de muter vers les activités de service pour survivre et trouver de nouvelles sources de performance, il n'y a pourtant quasiment aucune réflexion menée pour aider l'entreprise à passer du produit au service. S'appuyant sur de nombreux exemples concrets, depuis les précurseurs comme IBM ou XEROX jusqu'aux cas récents comme Hilti, Nespresso ou Apple ; cet ouvrage coécrit par un manager et un professeur propose une méthodologie d'accompagnement des dirigeants d'entreprise, afin qu'ils réussissent le grand saut dans les services. Car il s'agit bien d'un grand saut : il faut changer les règles du jeu, bousculer les modèles économiques. Se diversifier vers le service implique de profonds changements stratégiques et organisationnels, obligeant à reconcevoir un modèle d'affaires profitable, capable d'assurer la pérennité de l'entreprise quelle que soit sa taille ou son secteur d'activité. Cet ouvrage intéressera les étudiants en Gestion de niveaux L3 et M ou en écoles de commerce, mais aussi le public en formation continue (EMBA) ainsi que les dirigeants (PDG, DG) et cadres supérieurs travaillant à la tête de Business Units ou dans des services de stratégie, développement, fusions et acquisitions (dans les grandes entreprises et les PME)

 [Télécharger Du produit vers le service stratégies d'évo ...pdf](#)

 [Lire en ligne Du produit vers le service stratégies d'é ...pdf](#)

Téléchargez et lisez en ligne Du produit vers le service stratégies d'évolution de l'entreprise industrielle vers les activités Eric Hanoune, Philippe Véry

156 pages

Extrait

Extrait de l'introduction

«Rien ne sera moins industriel que la civilisation issue de la révolution industrielle» : comme l'avait prédit Jean Fourastié dès 1949, l'économie des pays développés se réoriente vers les activités de services. Le secteur tertiaire représente une part croissante de l'emploi et du revenu national. Selon l'Insee, la substitution est parfaite : entre 1978 et 2006, l'emploi industriel est passé de 25 % à 14 % alors que les services ont augmenté de 14 % à 25 %. Par services, on entend services de santé et d'éducation, services aux ménages et services aux entreprises. Aux États-Unis, l'emploi manufacturier est passé de 34 % de l'emploi total en 1950 à 12 % en 2003, laissant une place grandissante à l'emploi dans les services qui représentaient 80% du produit intérieur brut (PIB) en 2003. Ces évolutions proviennent de la conjonction de plusieurs facteurs :

- les ménages ont acheté de plus en plus de services marchands ;
- l'externalisation d'activités tertiaires par les entreprises a donné naissance à des entreprises spécialisées dans ce type d'activités ; le poids des services dans les achats des entreprises a été multiplié par 2,5 depuis 1959 ;
- le poids de l'immatériel augmente dans les activités de production (par exemple, les efforts au niveau de la recherche et du développement) ;
- la difficulté à rivaliser en matière de production industrielle avec les entreprises évoluant dans des pays à faibles coûts de production (en particulier le coût de main-d'oeuvre) conduit à délocaliser la fabrication.

Pour les entreprises industrielles, les deux derniers phénomènes incitent leurs dirigeants à réfléchir sur l'évolution de leur métier. Certains se concentrent sur la maîtrise d'un maillon de la chaîne de valeur (souvent à haute teneur immatérielle) où ils possèdent un avantage concurrentiel. Par exemple, Ericsson est devenu un expert du design des téléphones cellulaires, mais n'en fabrique plus directement. D'autres décident de monnayer leur savoir-faire comme un service aux entreprises ou aux particuliers. Le groupe Pinault-Printemps-La Redoute (PPR), un des plus grands acteurs français de la distribution, décide en 1998 de se diversifier vers des services de téléphonie destinés à ses clients. Le jour de l'annonce de la mise en place de cette stratégie de diversification, le titre bénéficia d'une hausse de 1,56 % sur un marché stagnant à 0,17 % et profita de mouvements ascendants malgré une bourse à la baisse.

Même démarche pour Carrefour, leader de la distribution de produits de grande consommation qui se diversifia successivement vers les services bancaires, la commercialisation de voyages et la location de véhicules utilitaires ; pour Michelin, grand spécialiste du pneu qui propose des services d'information cartographique et de guidage par Internet ; Bouygues, leader du secteur BTP qui se diversifia vers les services de téléphonie mobile (Bouygues Telecom) ou de l'audiovisuel (TF1) ; pour General Electric, groupe déjà très présent dans les domaines de l'électroménager, de l'éclairage, de l'imagerie médicale ou de l'aéronautique, et qui se diversifia dans les services de financement aux entreprises et aux particuliers.

Présentation de l'éditeur

Ce livre vient combler un vide : si le troisième millénaire sera indéniablement celui des services dans les économies occidentales, si des pans entiers de l'industrie manufacturière seront contraints de muter vers les activités de service pour survivre et trouver de nouvelles sources de performance, il n'y a pourtant quasiment aucune réflexion menée pour aider l'entreprise à passer du produit au service.

S'appuyant sur de nombreux exemples concrets, depuis les précurseurs comme IBM ou XEROX jusqu'aux cas récents comme Hilti, Nespresso ou Apple, cet ouvrage coécrit par un manager et un professeur propose

une méthodologie d'accompagnement des dirigeants d'entreprise, afin qu'ils réussissent le grand saut dans les services. Car il s'agit bien d'un grand saut : il faut changer les règles du jeu, bousculer les modèles économiques. Se diversifier vers le service implique de profonds changements stratégiques et organisationnels, obligeant à reconcevoir un modèle d'affaires profitable, capable d'assurer la pérennité de l'entreprise quelle que soit sa taille et l'emploi de ses salariés.

Cet ouvrage intéressera les étudiants en Gestion de niveaux L3 et M ou en écoles de commerce, mais aussi le public en formation continue (EMBA) ainsi que les dirigeants (PDG, DG) et cadres supérieurs travaillant à la tête de Business Units ou dans des services de stratégie, développement, fusions et acquisitions (dans les grandes écoles et les PME).

Eric Hanoune

Eric Hanoune fut en charge du développement mondial de l'activité "Nouvelles Technologies" au sein des Laboratoires VIRBAC. Il est aujourd'hui responsable marketing Europe de l'offre Service du Groupe pharmaceutique. Diplômé d'un Mastère HEC spécialisé en Management et Stratégie, Eric Hanoune est l'auteur d'une thèse sur la Stratégie de diversification du produit vers le service. Il a également enseigné le marketing à l'ESPEME (EDHEC) entre 1996 et 1998.

Philippe Very

Philippe Very est professeur de stratégie à l'EDHEC. Il a écrit de nombreux livres et articles en français et en anglais sur ses trois thèmes de recherche : les stratégies de diversification, les fusions et acquisitions, et le management des risques criminels. Il a présidé l'Association Internationale de Management Stratégique (AIMS) en 2008-2009. Il fut également doyen associé de l'EDHEC, en charge du corps professoral.

Biographie de l'auteur

Eric Hanoune fut en charge du développement mondial de l'activité " Nouvelles Technologies " au sein des Laboratoires VIRBAC. Il est aujourd'hui responsable marketing Europe de l'offre Service du Groupe pharmaceutique. Diplômé d'un Mastère HEC spécialisé en Management et Stratégie, Eric Hanoune est l'auteur d'une thèse sur la Stratégie de diversification du produit vers le service. Il a également enseigné le marketing à l'ESPEME (EDHEC) entre 1996 et 1998. Philippe Very est professeur de stratégie à l'EDHEC. Il a écrit de nombreux livres et articles en français et en anglais sur ses trois thèmes de recherche : les stratégies de diversification, les fusions et acquisitions, et le management des risques criminels. Il a présidé l'Association Internationale de Management Stratégique (AIMS) en 2008-2009. Il fut également doyen associé de l'EDHEC, en charge du corps professoral.

Download and Read Online Du produit vers le service stratégies d'évolution de l'entreprise industrielle vers les activités Eric Hanoune, Philippe Véry #LSVN5WYG42R

Lire Du produit vers le service stratégies d'évolution de l'entreprise industrielle vers les activités par Eric Hanoune, Philippe Véry pour ebook en ligne Du produit vers le service stratégies d'évolution de l'entreprise industrielle vers les activités par Eric Hanoune, Philippe Véry Téléchargement gratuit de PDF, livres audio, livres à lire, bons livres à lire, livres bon marché, bons livres, livres en ligne, livres en ligne, revues de livres epub, lecture de livres en ligne, livres à lire en ligne, bibliothèque en ligne, bons livres à lire, PDF Les meilleurs livres à lire, les meilleurs livres pour lire les livres Du produit vers le service stratégies d'évolution de l'entreprise industrielle vers les activités par Eric Hanoune, Philippe Véry à lire en ligne. Online Du produit vers le service stratégies d'évolution de l'entreprise industrielle vers les activités par Eric Hanoune, Philippe Véry ebook Téléchargement PDF Du produit vers le service stratégies d'évolution de l'entreprise industrielle vers les activités par Eric Hanoune, Philippe Véry Doc Du produit vers le service stratégies d'évolution de l'entreprise industrielle vers les activités par Eric Hanoune, Philippe Véry Mobipocket Du produit vers le service stratégies d'évolution de l'entreprise industrielle vers les activités par Eric Hanoune, Philippe Véry EPub

LSVN5WYG42RLSVN5WYG42RLSVN5WYG42R