



Le SWOT

Le SWOT est un outil d'analyse stratégique qui s'applique généralement aux organisations / entreprises, mais qui peut aussi concerner les territoires ou encore les individus (on parle alors de "SWOT personnel").

Le SWOT met en perspective les caractéristiques internes de l'organisation (entreprise) avec l'état de l'environnement dans lequel elle évolue.

Concrètement, le SWOT est un tableau simple et lisible qui présente :

- les **forces et les faiblesses** de l'entreprise ou de l'organisation : analyse **INTERNE** qui concerne donc des éléments sur lesquels on peut agir directement,
- les **opportunités et menaces** de l'environnement : on se place ici à un niveau **EXTERNE** à l'entreprise, pour observer les éléments sur lesquels il n'est pas possible d'agir directement, et qui nécessiteront une adaptation.

L'analyse SWOT permet de synthétiser tous ces éléments dans un **simple tableau** qui prend la forme suivante :



Bien que la présentation sous format de tableau simplifie la lecture, le remplissage peut parfois s'avérer complexe. L'exercice demande en effet **beaucoup de recul et d'esprit de synthèse**, notamment pour la partie interne. Pour la partie externe, la clé réside dans l'accès à une information pertinente et objective sur l'environnement, par exemple à travers une étude de marché.

Pourquoi et dans quels cas faire une analyse SWOT ?

Le SWOT dresse un état des lieux de la situation d'une entreprise à un moment donné, une espèce de **photographie** servant l'élaboration d'un diagnostic stratégique de première importance facilitant la **prise de décision**.

Un SWOT est indiqué dans les cas suivants :

- **Pour un projet de création d'entreprise.** Il s'agira de lister les atouts, avantages, contraintes, manques, risques et faiblesses du projet et du porteur de projet. Le SWOT permet d'anticiper les risques stratégiques, de décider d'un positionnement commercial, ou encore d'affiner un modèle économique.
- Le SWOT éclaire la situation globale de l'entreprise facilitant l'investissement.
- **A tout moment de la vie d'une entreprise**, pour identifier les projets à lancer, anticiper les difficultés et préparer l'avenir.

Comment faire une analyse SWOT ?

Faire une analyse SWOT passe par la collecte d'un grand nombre d'informations sur l'entreprise et son environnement.

Sur le plan interne, il faudra analyser :

- Le produit, sa qualité, la pertinence de son niveau de prix.
- L'image de marque, la notoriété de l'entreprise, la qualité de son emplacement,
- Les caractéristiques de la clientèle,
- Le mode de distribution (présence géographique, canaux de distribution...), l'état de la force commerciale,
- Les actions de communication et marketing, leur qualité et pertinence en fonction de la cible,
- Les modes de gestion et de gouvernance de l'entreprise,
- L'organisation des tâches et des services internes,
- La qualité des partenariats établis,
- Le niveau de maîtrise technique,
- Les moyens humains à disposition (savoir-faire, compétences, coût...),
- La qualité de l'équipement et de l'outillage,
- etc.

Sur le plan externe, il faudra recueillir des informations sur :

- Les tendances générales au niveau de l'offre : apparition de modes, de produits concurrents...
- Les tendances générales au niveau de la demande (attentes de la clientèle au niveau national voire international),

La Maison de l'Entrepreneuriat-UFAS1

- L'environnement technologique : apparition de nouvelles technologies,
- L'environnement légal : apparition de nouvelles réglementations, normes...
- L'évolution de la demande au niveau local (sur la zone de chalandise),
- L'état de la concurrence directe et indirecte,
- L'état des fournisseurs et leur pouvoir,
- L'état de l'environnement local, y compris sur le plan économique.

Pour cette analyse externe, l'usage de la **méthode PESTEL**, qui consiste à analyser 6 facteurs environnementaux : **P**olitique, **E**conomique, **S**ociologique, **T**echnologique, **E**cologique et **L**égal, reste un bon moyen.

SWOT PERSONNEL

Le SWOT personnel est un excellent outil, présenté sous format matriciel, aidant à mieux faire le point sur soi-même dans le cadre d'un **projet de création d'entreprise**.

Inspiré du modèle très utilisé en stratégie marketing visant l'analyse en interne et en externe d'un environnement compétitif, le **SWOT personnel** est une adaptation de l'outil d'origine, à des fins d'application à un projet personnel ou professionnel.

Le terme **SWOT** est l'acronyme anglophone pour Strengths (Forces), Weaknesses (faiblesses), Opportunities (opportunités), Threats (Menaces).



Matrice SWOT Personnel



La Maison de l'Entrepreneuriat-UFAS1

Les domaines d'application de la **matrice SWOT** à titre personnel sont très diverses. On peut l'utiliser :

- dans le cas d'une préparation pour un **entretien de recrutement**,
- pour vérifier la pertinence d'une évolution de votre situation professionnelle,
- pour effectuer un **bilan de compétences**,
- si vous souhaitez lancer votre activité indépendante,
- pour définir votre projet de vie.

On peut justement utiliser la **matrice SWOT**, à chaque étape du processus de réflexion sur votre projet, afin de l'affiner et d'en vérifier l'adéquation avec votre profil ou vos objectifs. Il n'est pas nécessaire d'avoir un projet totalement défini pour user d'une matrice SWOT, plutôt un outil de diagnostic d'une situation à un instant donné. Son rôle est de mettre en évidence les différents éléments qui peuvent influencer votre projet.

Comment faire son SWOT personnel ?

Avant de débiter le remplissage de chacune des catégories de la **matrice SWOT personnel** il est nécessaire de garder en tête votre objectif (votre projet).

Plus vous tenterez d'être exhaustif/précis dans vos réponses et plus le **bilan personnel** sera pertinent.

Les **forces** et **faiblesses** concernent d'avantages les éléments d'ordre interne, alors que les **opportunités** et **menaces** correspondent à votre environnement.

Forces (Strengths) <ul style="list-style-type: none">• vos compétences,• votre expérience,• vos atouts,• vos motivations,• vos ressources (quelle qu'en soit la nature),• vos qualités,• vos valeurs, etc.	Faiblesses (Weaknesses) <ul style="list-style-type: none">• des traits de caractères inadaptés,• des carences matérielles,• vos limites,• des contraintes familiales,• des compétences à acquérir, etc.
Opportunités (Opportunities) <ul style="list-style-type: none">• un environnement favorable (économique, géographique, local...),• un réseau facile à mobiliser,• un besoin non-couvert, auquel vos compétences vous permettraient de répondre,	Menaces (Threats) <ul style="list-style-type: none">• des éléments extérieurs non-maîtrisables,• des obstacles potentiels à votre projet personnel ou professionnel,• la concurrence d'autres personnes,

La Maison de l'Entrepreneuriat-UFAS1

<ul style="list-style-type: none">• une forte demande dans votre domaine de compétences.	<ul style="list-style-type: none">• des évolutions techniques ou technologiques que vous ne maîtriseriez pas...
--	---

Que faire des informations récoltées ?

- Les informations du SWOT personnel doivent être les plus précises et exhaustives possible.
- Une fois les informations listées et priorisées dans votre **SWOT personnel**, il est opportun de confronter les éléments à connotation négative (**faiblesses**) aux éléments positifs (**forces**).
- Il est inutile de trop se focaliser sur les éléments négatifs.
- Utilisez vos **forces** pour compenser vos **faiblesses** et considérez certaines de vos **menaces** comme de potentielles **opportunités** à créer.
- Plus vous aurez été factuel dans l'élaboration de votre matrice de **SWOT personnel**, plus le bilan sera pertinent.
- Cela permettra de faire concorder votre idée, votre projet avec la réalité.