

1) Le Diagnostic stratégique est :

- a) Une étape spécifique à la stratégie
- b) Une étape indispensable constituant la stratégie
- c) Une étape préalable à la conception de la stratégie
- d) Une étape préalable à l'élaboration d'une stratégie
- e) Aucune de ces réponses

2) L'Objectif du diagnostic stratégique est:

- a) D'analyser les éléments internes spécifiques à l'organisation
- b) D'analyser les éléments internes et externes à l'organisation
- c) De repérer les éléments internes spécifiques à l'organisation
- d) De repérer les éléments spécifiques à l'organisation
- e) D'analyser les éléments externes spécifiques à l'organisation
- f) De repérer les éléments internes et externes à l'organisation

3) L'objectif principal du diagnostic externe est de définir :

- a) Les Facteurs clés de succès actuels et futurs de l'entreprise et de son marché
- b) Les facteurs spécifiques de la stratégie actuels et futurs
- c) Les Facteurs clés de succès futurs de l'entreprise
- d) Les Facteurs clés de succès actuels de l'entreprise
- e) Les facteurs importants de la stratégie futurs
- f) Les Facteurs clés de succès actuels de l'entreprise actuels et futurs

4) Les facteurs influençant l'ensemble des entreprises du secteur relèvent :

- a) Du diagnostic interne et du diagnostic externe
- b) Du macroenvironnement des entreprises du secteur
- c) Du microenvironnement des entreprises du secteur
- d) Du diagnostic interne
- e) Du microenvironnement et du macroenvironnement des entreprises du secteur
- f) Du diagnostic externe

5) Un Facteur Clé de Succès (FCS) peut :

- a) Etre un actif maîtrisé
- b) Evoluer
- c) Ne pas évoluer
- d) Ne pas stagner
- e) Etre une compétence maîtrisée
- f) Etre une ressource maîtrisée

6) Le modèle qui permet d'analyser de façon systématique et exhaustive l'ensemble des forces et des facteurs qui déterminent la structure concurrentielle d'un secteur est :

- a) Le modèle d'analyse stratégique
- b) Le modèle des groupes stratégiques
- c) Le modèle Pestel
- d) Le modèle de Porter

7) La construction d'une carte stratégique suppose :

- a) Identifier les variables ou dimensions les plus discriminantes
- b) Placer les entreprises les plus prospères dans le même groupe
- c) Placer les entreprises qui se situent dans le même groupe stratégique
- d) Identifier les composantes et les variables les plus saillantes
- e) Positionner les entreprises sur une matrice à deux dimensions
- f) Positionner les entreprises en fonction de plusieurs variables

8) Le diagnostic fonctionnel, l'analyse de la chaîne de valeur et l'analyse des ressources et des compétences sont

- a) Des outils du diagnostic externe
- b) Des outils prospectifs
- c) Des outils d'analyse
- d) Des outils du diagnostic interne
- e) Des outils du diagnostic interne et externe

9) La chaîne de valeur

- a) Contribue à la marge bénéficiaire
- b) Permet la création de valeur
- c) S'appuie sur une série d'activités liées
- d) S'appuie sur une série d'activités passées
- e) Permet la création d'activités
- f) Génère de la valeur pour le client et/ou de réduire ses coûts

10) L'identification des sources d'avantages concurrentiels

- a) Intégrer les nouveaux moyens d'action
- b) Evaluer la contribution respective de chacune des activités
- c) Evaluer les moyens indispensables à la survie de l'entreprise
- d) Intégrer les éléments qui contribuent à l'activité
- e) Intégrer la notion de coûts
- f) Evaluer au moyen d'études marketing et d'enquêtes de satisfaction clients les éléments de l'offre

11) Les ressources et des compétences sont :

- a) Des moyens distinctifs indispensables
- b) Des moyens à mettre en œuvre pour agir
- c) Des déterminants fondamentaux de la création de valeur
- d) Des actifs
- e) Des savoir-faire
- f) Les éléments fondamentaux

12) Suite au SWOT on peut envisager :

- a) Stratégie défensive
- b) Stratégie offensive
- c) Stratégie d'acquisition
- d) Stratégie de défense
- e) Stratégie corrective
- f) Stratégie prospective

13) La stratégie de domination par les coûts suppose des

- a) Économies d'échelle
- b) Économies de variété
- c) Économies d'expérience
- d) Économies de champ
- e) Économies de coût
- f) Économies de diversité

14) Le cercle vertueux suppose :

- a) Une stratégie de volume
- b) Une augmentation des services
- c) Une augmentation de la demande
- d) Une augmentation de la production
- e) Une stratégie de réduction des activités
- f) Une augmentation des ventes

15) Une Stratégie de différenciation consiste

- a) Augmenter les prix
- b) Un avantage concurrentiel
- c) Développer des actifs
- d) Développer une offre distinctive unique
- e) Augmenter les ventes
- f) Développer une compétence future

16) Une stratégie à thème majeur est

- a) De se préoccuper de la valeur créée pour le client lorsqu'on se positionne sur une stratégie de domination par les coûts
- b) D'opter pour la maîtrise et/ou la réduction des coûts en cas une stratégie de domination
- c) De se préoccuper de la valeur créée pour le client lorsqu'on se positionne sur une stratégie de différenciation
- d) D'opter pour la maîtrise et/ou la réduction des coûts en cas de stratégie de différenciation

17) L'effet de la reine rouge repose sur :

- a) La stabilité d'un avantage concurrentiel
- b) Remise en cause des Facteurs Clefs de Succès
- c) L'adoption de facteurs clefs de succès durables
- d) L'absence de stabilité d'un avantage concurrentiel

18) Une stratégie de rupture désigne le :

- a) Choix de s'appuyer sur une innovation stratégique
- b) Choix de s'appuyer sur une innovation prospective
- c) Choix de s'appuyer sur une innovation future
- d) Choix de s'appuyer sur une innovation de marché

19) La stratégie de l'océan bleu suppose

- a) Augmenter la valeur de l'offre et de diminuer la demande
- b) Réduire les coûts et améliorer la rentabilité
- c) Réduire les coûts et améliorer les ventes
- d) Augmenter la valeur de l'offre et créer une demande nouvelle

20) La croissance suppose

- a) Des choix de laisser stable ses activités
- b) Des choix d'évolution de ses activités
- c) Des choix d'investissement exclusivement
- d) Aucune de ces réponses
- e) Des choix d'investissement ou de désinvestissement

21) La croissance suppose

- a) De privilégier la rentabilité
- b) D'organiser son portefeuille d'activités
- c) L'allocation de ressources entre les activités
- d) L'allocation d'actifs distinctifs pour chaque activité
- e) L'allocation des compétences distinctives pour chaque activité
- f) De privilégier la performance

22) Les choix des axes de stratégies de croissance sont

- a) La différenciation
- b) La spécialisation
- c) La localisation
- d) L'expansion
- e) Diversification

23) La spécialisation permet de

- a) Développer ses efforts sur d'autres activités
- b) Concentrer ses efforts sur ses activités existantes
- c) Aucune des réponses
- d) Différencier ses efforts sur ses activités

Comme Nick Woodman avec sa GoPro, ou Marck Zuckerberg, le fondateur de Facebook, Brian Chesky, PDG et fondateur d'Airbnb, a fait fortune à partir d'une idée toute simple : proposer un site Internet de location de vacances entre particuliers à l'échelle de la planète. Que vous souhaitiez vous évader le temps d'un week-end à Barcelone, Copenhague, Londres ou Berlin, ou plutôt partir à l'autre bout du monde pour découvrir les plus belles plages du globe, Airbnb permet un hébergement de qualité à moindre coût. Airbnb permet un hébergement de qualité à moindre coût. Airbnb touche un public de plus en plus large et le sensibilise à l'utilisation de l'économie collaborative (sharing economy).

La plateforme fait tomber les réticences initiales du grand public en misant sur la sécurité de paiement et le système d'avis pour assurer la qualité des échanges. Les (nombreux) services émergents dans le secteur du tourisme reposant sur la sharing economy, s'ils ne sont pas en lien direct avec Airbnb, profitent aussi de son essor. Car ils visent un public enclin à utiliser des plateformes de la sharing economy doublé de profils de voyageurs, des sites de repas chez l'habitant comme Vizeat ou Shareyourmeal aux visites de villes par des guides locaux comme Vayable ou le français Guidz, en passant par les sites de covoiturage comme Blablacar, de location de vélo (Spinlister) ou de bateaux (Samboat, Click&Boat, Boaterfly)...

Cependant, la start-up a décidé de développer certains services en interne, coupant ainsi l'herbe sous le pied aux jeunes pousses qui se seraient greffées sur sa plateforme afin de s'accaparer leur business florissant comme Keycafe qui simplifie ainsi l'échange de clés : le propriétaire de l'appartement dépose le trousseau dans un des relais de la start-up et le client viendra les récupérer puis les redéposer au même endroit, ou les plateformes d'aide-ménagères comme Helpling.

24) AirBnB est une start-up dont l'activité représente :

- a) L'économie collaborative
- b) Une plateforme de partage
- c) Une plateforme de participation
- d) L'économie grand public
- e) Une plateforme de mise en relation
- f) L'économie de la participation

25) La (ou les) stratégie(s) de croissance de AirBnB est (sont) :

- a) Internationalisation
- b) La localisation
- c) Diversification
- d) L'expansion
- e) La spécialisation
- f) La différenciation

26) Quel(s) est (sont) l' (les) avantage(s) concurrentiel (s)

- a) La disponibilité des produits
- b) Des prix bas
- c) Le rapport qualité-prix
- d) La qualité des services
- e) L'accessibilité des produits
- f) La qualité des produits

27) La stratégie ou (les) de AirBnB est (sont) une (des) stratégie(s) :

- a) De diversification horizontale
- b) De localisation verticale
- c) De différenciation verticale
- d) D'Internationalisation
- e) D'expansion horizontale
- f) De spécialisation horizontale



28) Les modalités de croissance sont :

- a) La croissance par diversification
- b) La croissance externe
- c) La croissance par fusion ou acquisition
- d) La croissance interne
- e) La croissance partagée ou alliance
- f) La croissance internationale

29) La fusion-acquisition désigne :

- a) Un rachat
- b) Une prise de contrôle d'une entreprise
- c) Une modalité de croissance
- d) Une modalité stratégique
- e) Une prise de risque pour l'entreprise

30) Une OPA est une :

- a) Croissance externe
- b) Croissance interne
- c) Offre Publique d'Achat
- d) Concerne les sociétés cotées en bourse
- e) Offre Partagée d'Activité
- f) Concerne les PME

31) L'alliance entre partenaires peut être :

- a) Impartiale
- b) Horizontale
- c) Sectorielle
- d) Verticale
- e) Intersectorielle

32) L'alliance suppose :

- a) Une économie d'échelle
- b) Un effet d'expérience
- c) Un effet de taille
- d) Un effet de diversité
- e) Une recherche de variété

Tapez pour saisir le texte

33) Le (ou les) risque(s) d'une alliance est (son)t :

- a) Incertitudes technologiques, au niveau des attentes et des comportements des concurrents
- b) Incompréhensions culturelles et managériales entre les partenaires
- c) Incertitudes légales et comportementales
- d) L'individualisme des partenaires
- e) Le collectivisme des partenaires
- f) Incertitudes culturelles et managériales

34) Pour choisir une modalité de croissance l'entreprise doit identifier ses priorités :

- a) En termes de technologies et de performance
- b) En termes de coût et de qualité
- c) En termes de délai et de capital disponible
- d) En termes de volonté de contrôle
- e) En termes de protection des savoir-faire et de possibilité de réversibilité souhaitée

**Etude de cas :** Devant la montée en puissance d'Airbnb, Expedia ne pouvait rester les bras croisés. Le poids lourd du tourisme spécialisé vient d'annoncer le rachat de HomeAway, pionnier des locations de vacances, qui rejoindra son large éventail de services de réservation de voyages. Il déboursa pour cela 3,9 milliards de dollars en numéraire et en actions, soit un premium de près de 20% sur le prix de l'action de HomeAway à la clôture de la bourse hier soir.

Créé il y a vingt ans au sein de Microsoft, Expedia a fait progresser sa capitalisation jusqu'à 18 milliards de dollars. Déjà propriétaire d'Hotels.com, Hotwire.com, Egencia et Trivago, le groupe a cette année conclu le rachat d'Orbitz pour 1,6 milliard de dollars et celui de Travelocity pour 280 millions de dollars. Toutefois, l'acquisition de HomeAway sera un peu différente, car la société continuera pour sa part d'être gérée de façon autonome, depuis son siège texan d'Austin.

HomeAway profite également de l'annonce pour modifier son modèle économique. Jusqu'ici, il tirait ses revenus uniquement des propriétaires qui mettaient leurs biens en location sur ses plateformes : Homeaway.com, VRBO.com et VacationRentals.com aux États-Unis, ou encore Aritel.fr et Homelidays.com en France. Au total, il revendique plus d'un million d'annonces payantes dans 190 pays. Mais bientôt, HomeAway facturera aussi les voyageurs, en ajoutant une commission de 6% en moyenne sur la plupart des transactions.

Le métier de HomeAway, la location de vacances majoritairement dans les zones touristiques, n'est pas exactement le même que celui d'Airbnb, qui se concentre sur les locations de courte durée, souvent sur le lieu de résidence principal du propriétaire. Expedia a enregistré un chiffre d'affaires en hausse de 21% à 5,8 milliards de dollars pour un bénéfice net en progression de 71% à 398 millions. En s'adossant à Expedia, HomeAway devrait y gagner sur plusieurs plans : distribution, technologie et bien sûr expertise du secteur.

35) Quel est sont le(les) modalité(s) de croissance d'Expédia?

- a) La croissance par fusion-acquisition
- b) La croissance internationale
- c) La croissance par diversification
- d) La croissance externe
- e) La croissance interne
- f) La croissance partagée alliance

36) Quel (s) axe(s) de croissance Expédia privilégie(ent)

- a) L'expansion
- b) Internationalisation
- c) Diversification
- d) La localisation
- e) La différenciation
- f) La spécialisation

37) Quelle(s) stratégie(s) de croissance pour Expédia

- a) De différenciation verticale
- b) De diversification horizontale
- c) D'expansion horizontale
- d) D'Internationalisation
- e) De spécialisation horizontale
- f) De localisation verticale

38) HomeAway sera gérée :

- a) De façon autonome par HomeAway
- b) Par Expédia exclusivement
- c) Conjointement par HomeAway et Expédia
- d) Conjointement par HomeAway et Expédia

39) Le modèle d'affaire (business model) de HomeAway repose :

- a) Sur le paiement des propriétaires
- b) Aucune de ces réponses
- c) Sur la publicité exclusivement
- d) Sur une commission fixe sur les transactions

40) AirBnB et HomeAway se situe sur :

- a) Des domaines d'activité différents
- b) Le même domaine d'activité
- c) Des domaines d'activité équivalent
- d) Aucune de ses réponses

41) Les Facteurs clefs de succès que HomeAway va maîtriser sont :

- a) La communication
- b) Latechnologie
- c) La qualité des services
- d) La distribution