

Définitions (marketing stratégique)

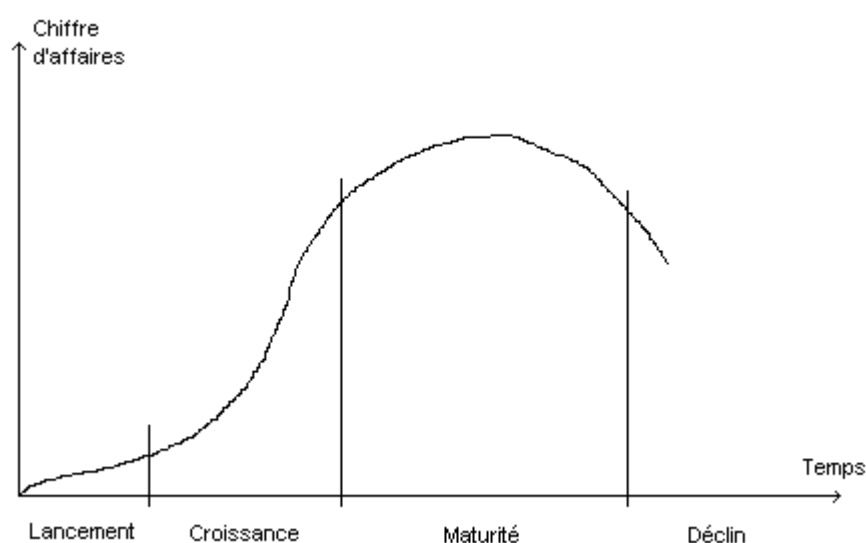
Compétences de base (core competencies) :

Selon deux enseignants américains G. Hamel et C.K. Prahalad, les compétences de base sont constituées par l'ensemble des savoirs, savoir-faire et faire-savoir de base historiques d'une entreprise.

Avantage concurrentiel :

Facteurs clés qui permettent à l'entreprise d'être plus profitable que ses concurrents et de lui garantir une position concurrentielle forte.

Cycle de vie d'un produit :



Matrices BCG (1969 et 1982) :

1969		Parts de marchés	
		Fort	Faible
Taux de croissance	Fort	<i>Vedettes</i>	<i>Dilemmes</i>
	Faible	<i>Vaches à lait</i>	<i>Poids morts</i>

1982		Intensité de l'avantage concurrentiel	
		Faible	Elevée
Sources de différenciation	Limitées	<i>Impasse concurrentielle</i>	<i>Volume</i>
	Multiples	<i>Fragmentation</i>	<i>Spécialisation</i>