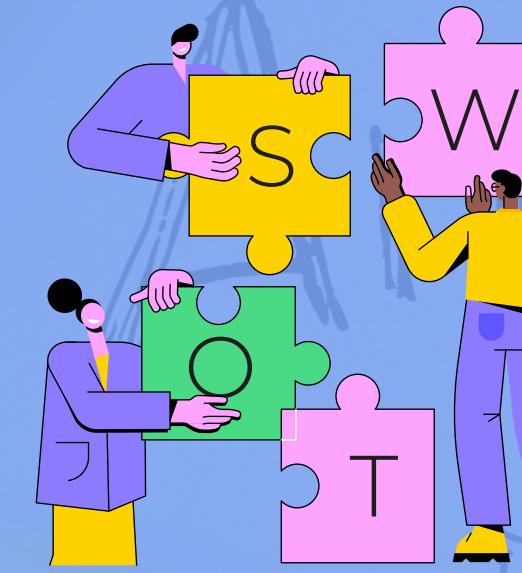




DÉFINITION DES OBJECTIFS ET FINALITÉ D'UN PROJET (SWOT)



Bloc de compétence :

Objectif du cours :

Comprendre et analyser une structure à l'aide de l'outil SWOT

Moyens :

Cours magistral

Prérequis :

Analyse et contexte

Support de compétences transversales :

Projet
Analyse, récolte des données de l'environnement, de
la structure
Problématique

Évaluation du bloc :

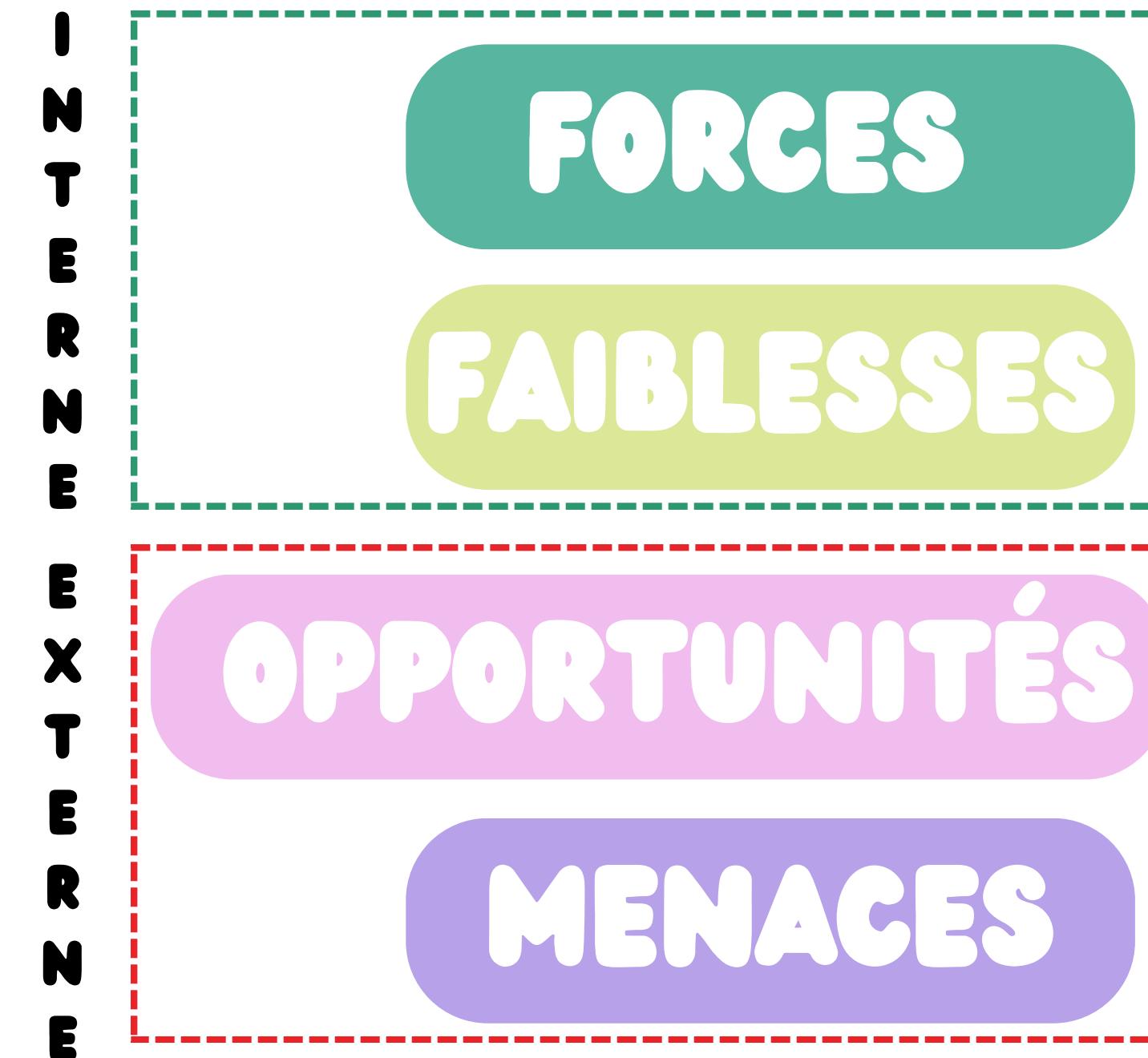
Le :

Par : Floriane DA SILVA

Le SWOT (Strengths - Weaknesses - Opportunities - Threats) ou MOFF en français (Menaces - Opportunités - Forces - Faiblesses,) est un outil très pratique lors de la phase de diagnostic stratégique.

Vous utiliserez cet outil stratégique pour identifier les actions à mener afin de développer votre activité tout en renforçant votre compétitivité. Un outil idéal pour prendre les bonnes décisions et faire croître une entreprise !

Il présente l'avantage de synthétiser les **forces** et **faiblesses** d'une entreprise au regard des **opportunités** et **menaces** générées par son environnement.



Les axes d'analyses internes

Le diagnostic interne recense les **caractéristiques actuelles** de l'organisation, vues comme des **forces** ou des **faiblesses** selon les activités exploitées..

Elles concernent généralement : les ressources humaines, les capacités de production, les capacités financières, les savoir-faire détenus.



Forces : ressources possédées et/ou compétences détenues conférant un avantage concurrentiel.

Exemple

- Planning de cours collectifs variées
- Une grande amplitude horaire
- Localisation attractive (zone commerciale)
- Communication digitale
- Matériel neuf et spécifique à la préparation physique



Faiblesses : manque au regard d'un, voire plusieurs facteurs clés de succès ou bien face aux concurrents.

Exemple

- Aucun cours d'haltérophilie proposé pour les débutants
- Diminution de 20% de nouveau adhérent sur l'année N-1
- Salle peu visible depuis la route
- 1 cours proposé le samedi matin
- Peu d'enfants de - 8 ans inscrit
- Pas de site internet / pas à jour

Les axes d'analyses externe

Le diagnostic externe énumère des éléments qui ont un impact possible sur l'entreprise.



Opportunités : l'environnement de l'entreprise peut présenter certaines zones de potentiel à développer. Il convient de les identifier.

Exemple

- Création de partenariat avec ***
- Évènement extérieur
- Ajouter un cours supplémentaire



Menaces : certains changements en cours ou à venir, peuvent avoir un impact négatif sur les activités de l'entreprise.

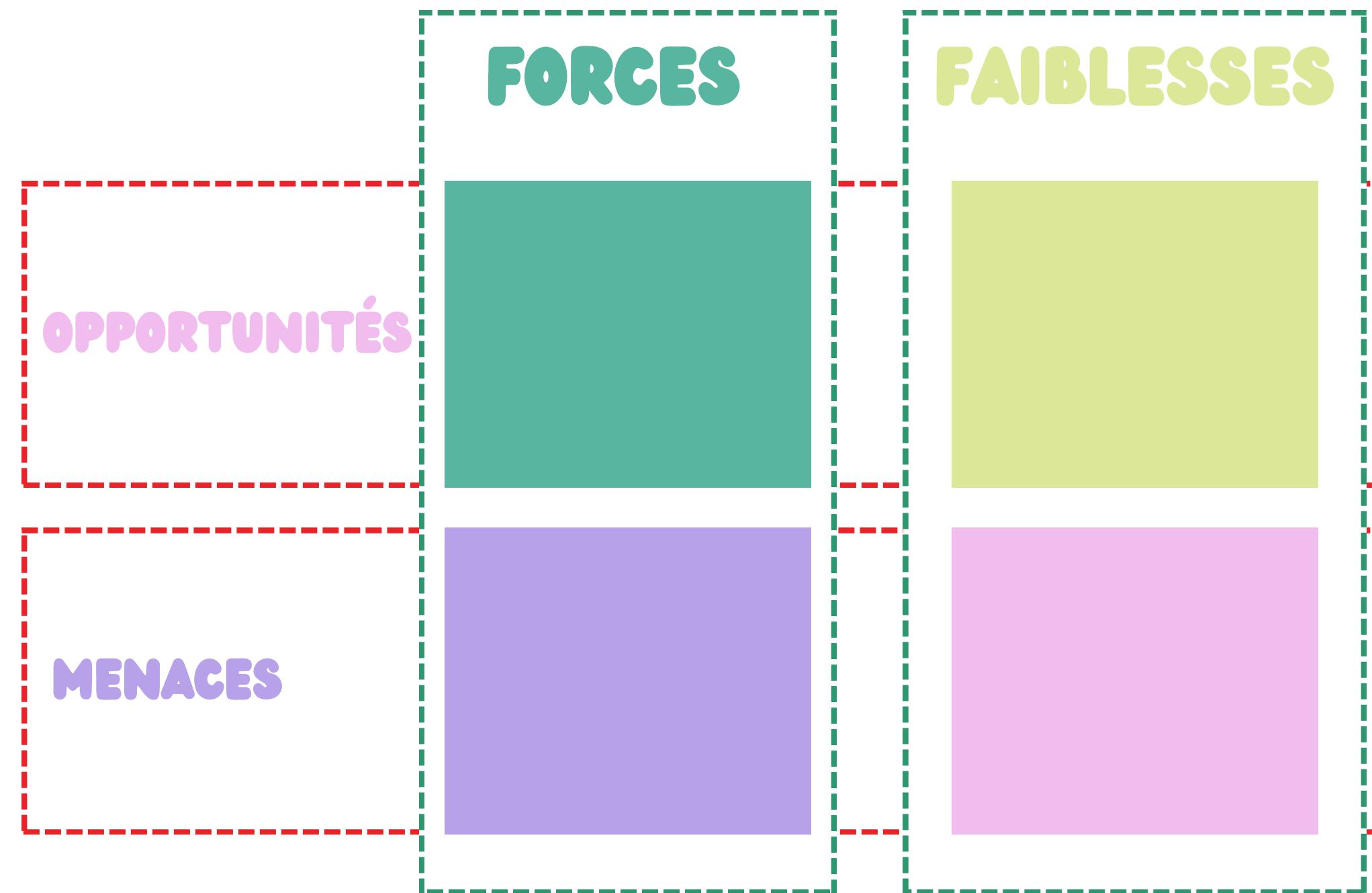
Exemple

- Concurrences direct/indirect
- Sédentarité
- Travaux en face de la structure pendant 1 an et demi

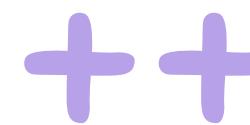
Analyse

Maintenant que vous avez ces informations, comment les retravailler pour en extraire une ou plusieurs problématiques ?

Voici une organisation possible des données : création d'une matrice SWOT croisant les éléments **internes et externes**.



Les données croisées



Forces / opportunités : La priorité maximale.



Vous êtes sur un domaine **potentiel** avec de réelles capacités de développement.

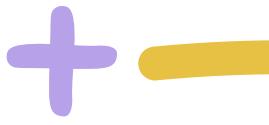
Vous devez vous interroger sur les **options à votre disposition** pour tirer parti de cette opportunité.



Faiblesses / opportunités : les opportunités **sont là**, mais vous ne détenez pas les atouts nécessaires.



La question à se poser est de savoir si la **faiblesse peut être levée** ou non afin d'exploiter ce potentiel.



Forces / Menaces : une question stratégique



Comment **employer vos atouts** pour vous défendre face à la menace identifiée ?



Faiblesse / Menaces : situation potentiellement dangereuse.

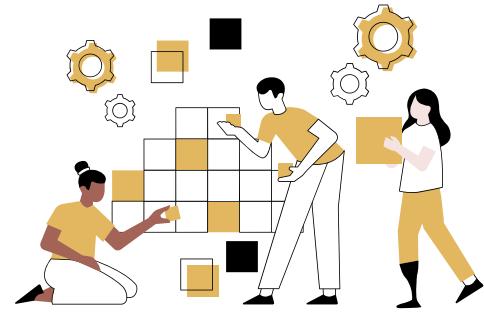


Evaluez le risque pour savoir s'il est nécessaire d'organiser la défense et dans l'affirmative, définir comment procéder.

DE CES ÉLÉMENTS RESSORTIRONT VOTRE PROBLÉMATIQUE

À l'aide de cet outil et en cohérence avec **vos buts**, vous déterminez quelles orientations stratégiques retenir :

- Capitaliser sur certaines de vos forces, les **développer pour créer des avantages concurrentiels** et marquer une véritable différenciation concurrentielle,
- Combler des faiblesses pour **améliorer** votre compétitivité
- Exploiter des opportunités sur de **nouveaux segments**
- Rechercher le **leadership** sur un marché
- Miser sur la création de valeur avec des produits **innovants**
- **Neutraliser** des menaces (l'émergence de nouveaux concurrents, etc.)



Vos priorités



Garder en tête vos **but et objectifs** pour ne pas partir dans tous les sens. Listez en conséquence vos forces et faiblesses, comme les opportunités et menaces de votre environnement.

- En pratiquant de telle sorte, vous construisez une grille de lecture pertinente.
- N'hésitez pas à noter sur papier les questions que vous vous posez, pour ensuite effectuer vos recherches : études documentaires, interrogation des clients, etc.
- Privilégiez les indicateurs quantitatifs plutôt que qualitatifs. Ils sont beaucoup plus opérationnels et vous permettront de prendre des décisions plus facilement.
- Hiérarchisez les faits de façon à pouvoir prioriser vos décisions. Encore une fois, passez-les en revue à la lecture de vos buts pour conserver un déroulé cohérent de la démarche.



Grâce à cette approche, vous serez en mesure de créer des stratégies pertinentes pour exploiter un nouveau potentiel ou bien développer un gisement existant.

Vous serez également à même d'anticiper une menace pesant sur votre activité.

Enfin, au-delà de l'intérêt opérationnel de cette méthodologie, en adoptant cette démarche, vous affûterez votre capacité d'analyse et d'évaluation de votre activité. Vous apprendrez à vous **poser les bonnes questions** et à savoir comment trouver des **réponses pertinentes**.

La problématique

Elle est toujours sous forme de **question** pour enfin y répondre.

Comment dynamiser le nouveau plateau musculation/training et palier à la demande de nouveauté au sein de la salle ?

Comment pouvons-nous rassembler les parents et enfants autour d'activités sportives et ludique ?



Les objectifs de mon projet

1. Objectif

Un objectif est toujours chiffré !

Un objectif est un but formulé de manière **quantitative**, c'est-à-dire **mesurable** (rappel SMART) à l'aide de données ou d'indicateurs numériques. Contrairement à un objectif **général ou qualitatif**.

- ♦ Objectif **qualitatif** : Améliorer la satisfaction client.
- ♦ Objectif **chiffré** : Atteindre un taux de satisfaction client de 90 % d'ici décembre 2025.

Tu peux avoir différents et plusieurs objectifs :

- Le nombre de personnes souhaité au cours de ta manifestation
- Le chiffre d'affaire souhaité au cours de ta manifestation
- Le taux de satisfaction client
- Le nombre d'abonnement/vente au cours de ta manifestation
- Le nombre de partenaire/sponsor/mécénat recueillit
- La baisse de x% de taux de résiliation avant dec.2027

Un objectif chiffré doit idéalement suivre la logique **SMART** :

- Spécifique : clair et précis, sans ambiguïté.
- Mesurable : basé sur des indicateurs quantitatifs.
- Atteignable : réaliste en fonction des moyens.
- Réaliste : pertinent par rapport aux priorités.
- Temporel : défini dans le temps (date limite).

2. Le but du projet

Le but reste plus large, **qualitatif** et stratégique. Il exprime le “**pourquoi**” du projet, tandis que les objectifs détaillent le “comment”.

Exemple de but :

But : Augmenter le nombre d'adhérent

Projet : Mise en place d'un nouveau cours

Exemple de but :

But : Lutter contre la sédentarité chez les jeunes et favoriser l'initiation des jeunes aux activités sportives et susciter leur motivation à pratiquer

Projet : Organiser deux journées sportives avec les jeunes adhérents et les nouveaux jeunes de Tyrosse

Exemple de but :

But : Promouvoir la salle et donner accès au sport aux personnes plus âgées

Projet : “Portes ouverte à nos anciens”

3. Finalité

La finalité correspond à l'impact **global** recherché sur le **long terme**

→ Reprenons nos exemples précédents :

Projet : Mise en place d'un nouveau cours basé sur le bien-être

Objectif :

- Réaliser 3 abonnements annuels
- Obtenir 80% de taux remplissages des 3 cours proposés
- Un taux de satisfaction à 95%
- Avoir 5 nouveaux abonnements sur instagram/facebook

But :

Augmenter le nombre d'adhérents au sein de la structure et proposer un cours accessible à tous et à tous niveaux.

Finalité :

Court terme : perdurer le cours jusqu'à la fin de ma période de stage.

Long terme : intégrer ce nouveau cours au sein du planning pour la rentrée 2026-2027

PROBLÉMATIQUE

Comment faire connaître et donner envie aux futurs adolescents seignossais à venir à l'Espace Jeunes ?



Réaliser une Journée Portes Ouvertes aux enfants de la classe de CM2; les futurs adolescents.



Le but est de donner envie au jeunes de participer à diverses activités et de rencontrer des jeunes de leurs âges et plus grand.



La finalité est de lutter contre la sédentarité chez les jeunes, la sensibilisation des écrans et de créer du lien, des souvenirs, le sens partage et la responsabilité.



L'objectif de cette journée
Avoir **10 CM2** participant à la journée
3 inscriptions ou pré-inscriptions (selon l'âge de l'enfant et la documentation obligatoire)

Voici ce qu'il doit apparaître dans ton dossier après ton analyse du Swot !

1. Ta problématique
2. La réponse de celle-ci : intitulé de ton projet
3. Ton objectif/but/finalité