



SBAT
Small Business Assessment Tool

**MESURER LA
PERFORMANCE
DES PME**

DIAGNOSTIQUEZ VOTRE ENTREPRISE

AMÉLIORER
LA PÉRÉNITÉ ET
LA CROISSANCE
DES ENTREPRISES

Outil de pilotage stratégique pour les TPE-PME industrielles



CERNA

Centre d'économie industrielle
Centre for industrial economics



ESSCA SCHOOL OF
MANAGEMENT



SBAT, un outil de pilotage stratégique à la jonction de l'entreprise et du territoire

- Répond à la problématique d'opacité/isolement des petites entreprises
 - Peu, voire pas d'informations disponibles (asymétrie d'information)
 - Une attention majoritaire aux ratios comptables et financiers
 - Pas d'indicateurs spécifiques adaptés
- Offre aux entrepreneurs un diagnostic de leur activité et leur permet de se comparer à des entreprises similaires
 - ▷ Moins de 25% des entrepreneurs émergents sont accompagnés, et la durée d'accompagnement est relativement courte.
- Aide les collectivités à orienter leurs actions d'appui à l'entrepreneuriat et de consolidation des écosystèmes industriels, sur la base d'un jumeau numérique de leur territoire

SBAT, l'outil d'analyse qualitative et extra financière



1. Facilite la collecte, l'analyse et le traitement de **données** qualitatives.

2. Génère automatiquement des **rapports** : modèle d'affaires de l'entreprise, positionnement stratégique de l'entreprise par rapport à son secteur, et ses concurrents à l'instant « t », scoring sur chaque dimension examinée

3. Constitue un **Jumeau Numérique entrepreneurial** d'un territoire/ secteur

4. Renforcer l'**autonomie** des entrepreneurs pour élaborer leur **stratégie** de développement

Parce que l'entreprise ce n'est pas **que** l'image qu'en donne sa comptabilité, **SBAT** est basé sur une typologie innovante des processus entrepreneuriaux pour fournir une **vision globale** du modèle d'affaires de l'entreprise et son **positionnement** dans toutes ses dimensions :

- Accès au financement
- Innovation
- Internationalisation
- Leadership et management
- Ressources Humaines
- Responsabilité Sociale de l'Entreprise

Focus sur les TPE industrielles
Raisonnement en termes de bassins industriels locaux
Constitution d'écosystèmes de sous-traitance

Des questions simples – une structure robuste

Étape 1 : détermination du modèle d'affaires

17 questions concernant :

- ▷ Les produits,
- ▷ Les concurrents,
- ▷ Les fournisseurs,
- ▷ L'approche du marché,
- ▷ Le carnet de commande et son horizon.

Permettent de :

- i) Qualifier le **processus de production** et le **marché de l'entreprise**,
- ii) Classifier l'entreprise dans l'un des **4 modèles d'affaires** développés par SBAT,
- iii) Trouver le **bon référentiel de comparaison**

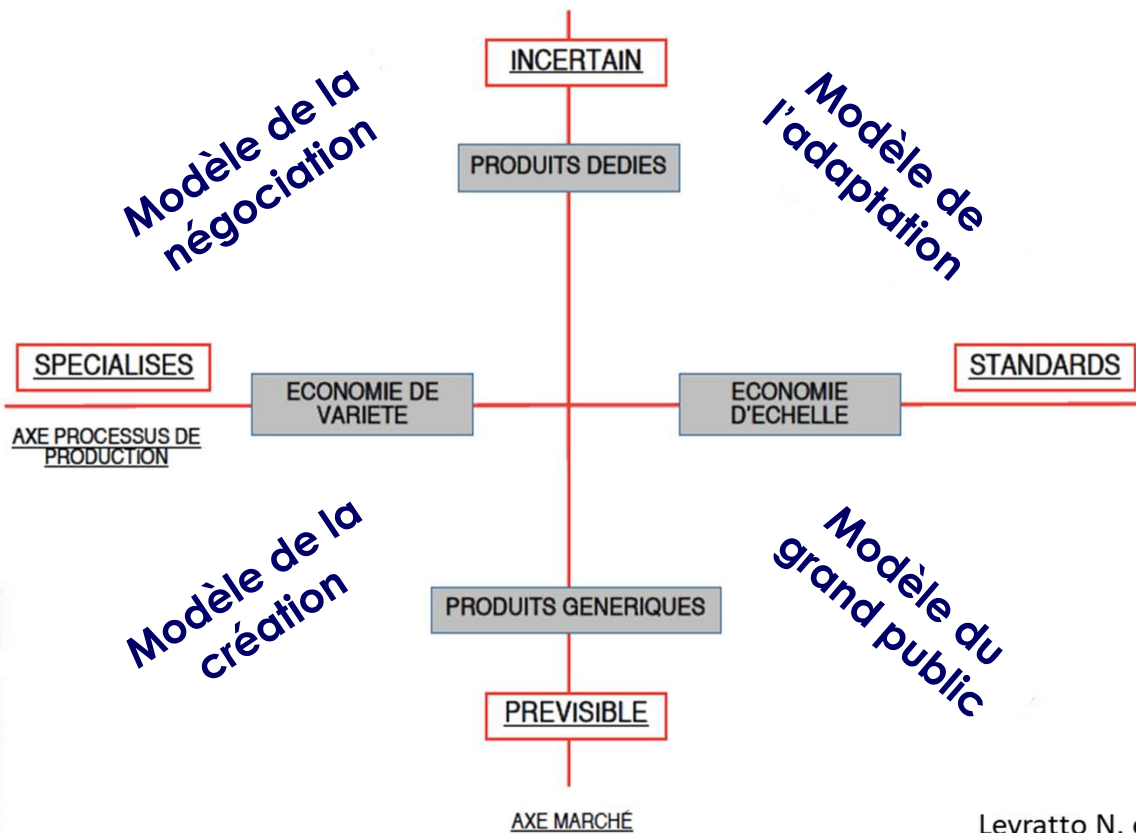
Étape 2 : position de l'entreprise dans son modèle d'affaires

Questionnaires de spécialité comportant entre 20 et 30 questions chacun pour :

- ▷ Mesurer l'engagement, la nature (produit, procédé) et le degré d'innovation de l'entreprise,
- ▷ Évaluer l'accès au financement et les relations financières avec les partenaires bancaires et non bancaires,
- ▷ Caractériser la forme d'internationalisation de l'entreprise (commerciale, technologique, globale) et son intensité,
- ▷ Autres volets en cours de développement (RSE, RH, leadership).

Positionnement sur une matrice Production / Marché

4 modèles d'affaires de référence



Critères des modèles d'affaires

Nature de l'incertitude

Gestion de l'incertitude

Forme de concurrence

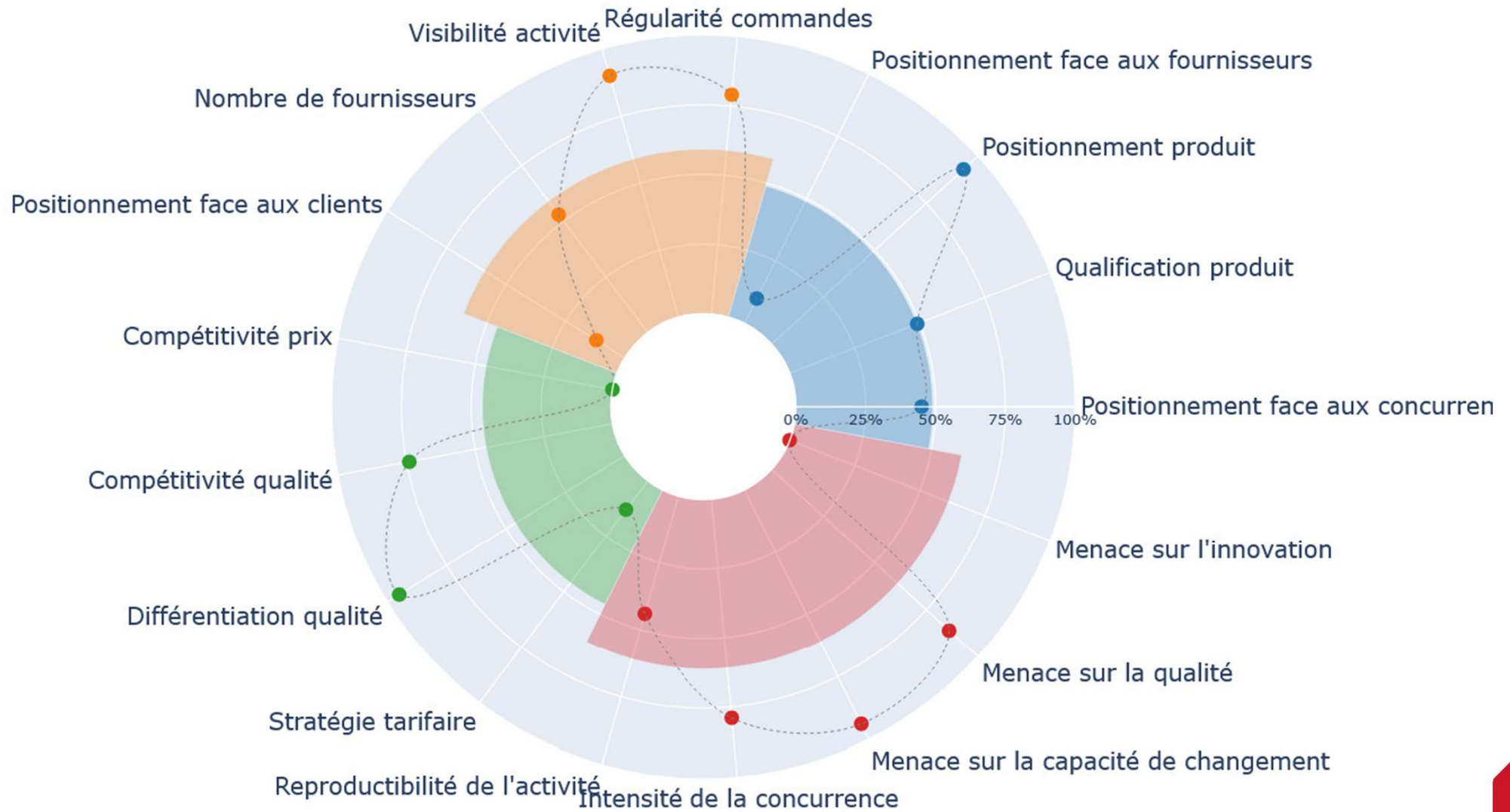
Facteurs de réussite

Dépenses clefs

Fonctions clefs dans l'entreprise

Levratto N. et B. Paraque (2011) Informational intermediation, a tool to assess SMEs' ability to access financing, *Euromed Journal of Business*, 6(3) :276-293.

Positionnement par domaine et par rapport aux entreprises semblables



Scoring

MARCHÉ



Connaître son marché pour mieux définir son positionnement est l'une des clés de la survie, du développement et de la rentabilité d'une entreprise. Cette rubrique permet d'identifier les structures du ou des marchés auxquelles sont confrontées les entreprises d'un modèle d'affaires donné de manière à mieux mobiliser ses ressources financières, matérielles et humaines dans la durée.

Détails ▼

POSITIONNEMENT



Ne pas tenir compte de la concurrence est un risque majeur pour une entreprise car cette dimension conditionne l'élaboration de la stratégie à suivre pour proposer une offre visible par le marché qu'il faudra mettre en avant commercialement.

Détails ▼

CLIENTS / FOURNISSEURS



Les relations entre une entreprise et l'amont (fournisseurs) et l'aval (clients) conditionnent son organisation et son processus de production. Il n'existe pas une seule façon de structurer ces liens; c'est pourquoi il est important de comprendre comment opèrent les entreprises les mieux adaptées à un modèle d'affaire donné pour identifier les points de vigilance et atouts de votre entreprise.

Détails ▼

CONCURRENCE

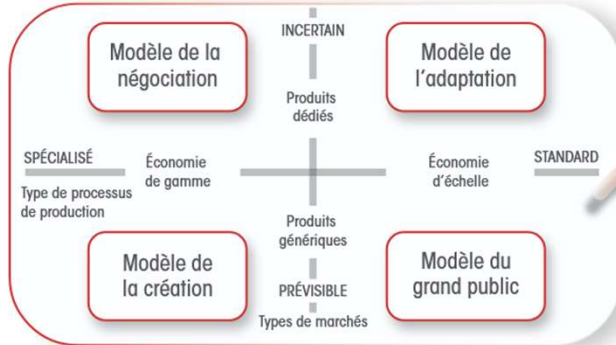


Comprendre le milieu dans lequel évolue votre entreprise permettra de marquer son positionnement différentiel par ses meilleurs attributs, ses avantages, ses atouts, ses innovations. Pour ce faire, la perception de sa propre situation au regard de son environnement immédiat et direct sert non seulement à se situer dans un contexte donné mais aussi à poser les fondements d'un positionnement différentiel futur.

Détails ▼

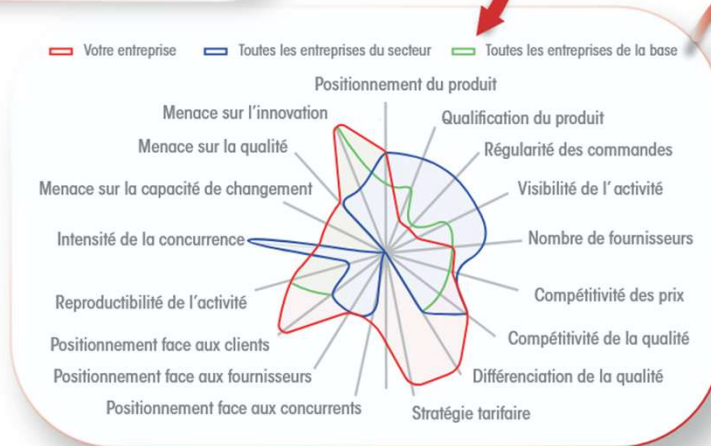
En Résumé

Matrice

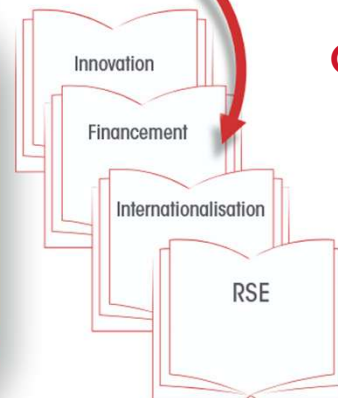


■ Mettre l'intelligence artificielle au service des entrepreneurs ■

Positionnement



Questionnaires dédiés



Nous recherchons des partenaires

- ▶ **Pour réaliser un projet pilote à l'échelle 1** sur un territoire, un groupement d'entreprises, un secteur d'activité
- ▶ Par exemple : Collectivités territoriales, zones franches urbaines, Territoires d'industrie, Pôles de compétitivité, cluster, associations ou regroupements d'entrepreneurs/entreprises, chambres consulaires, associations d'experts comptable, etc.
- ▶ **Pour contribuer au développement des nouvelles briques** et enrichir le spectre du SBAT
- ▶ Par exemple : consultants ou intervenants des domaines de l'entrepreneuriat, du conseil stratégique, ou du développement économique.

**MESURER LA
PERFORMANCE
DES PME**

DIAGNOSTIQUEZ VOTRE ENTREPRISE

AMÉLIORER
LA PÉRÉNITÉ ET
LA CROISSANCE
DES ENTREPRISES

Odile Dubois

Odile.dubois@cnr.fr

06 .11. 45 . 25 . 02



CERNA

Centre d'économie industrielle
Centre for industrial economics



ESSCA SCHOOL OF
MANAGEMENT