Management

Cas d’entreprise – Lenovo

I Analyse de la situation de l’entreprise

1) Microinformatique : Ordinateurs de bureau et ordi portable/Conventions/

2) Réussite : Acquisition d’IBM, pc puissants et 11 heure d’autonomie, spécialisation dans les portables de PME, technologies nouvelles (webcam intégrée et veriface), exportation, design, support client.

II – Identification du problème de management

3) FCS du marché : (facteurs clé du succès) :

Vente croissante, marché concurrentiel et novateur :> netbooks

4) Lenovo est sur un marché déjà saturé par l’offre et doit se différencier et s’adapter à la demande du marché.

5) Baisse du prix, autonomie aussi forte mais capacités accrues et design amélioré ; ainsi qu’une adaptation au marché des tablettes ou le nomadisme des pc portables amélioré.