

Team ALFA

AUCUNE TOLÉRANCE ENVERS LA CONCURRENCE.

LYAM TORRES

FATOUMATA DIALLO

ABDOURAHMANE DIALLO

Soutenance

Introduction

Team ALFA est une entreprise de smartphones basée sur les marchés asiatique et européen.

Le nom de la marque vient des initiales des prénoms de chaque membre de l'équipe : **A**bdourahmane, **L**yam et **F**atoumata.

Notre mission est d'obtenir les plus grandes parts de marché parmi toutes les entreprises pour au moins un segment de chaque marché.

Nous allons évaluer quels ont été les stratégies employées tout au long de la simulation pour nous rapprocher de cet objectif.

I - Création de nouveaux produits



Gphone

Idéal pour le marché européen

Ciblage des segments par. haut de gamme et pro. haut de gamme

Design sportif

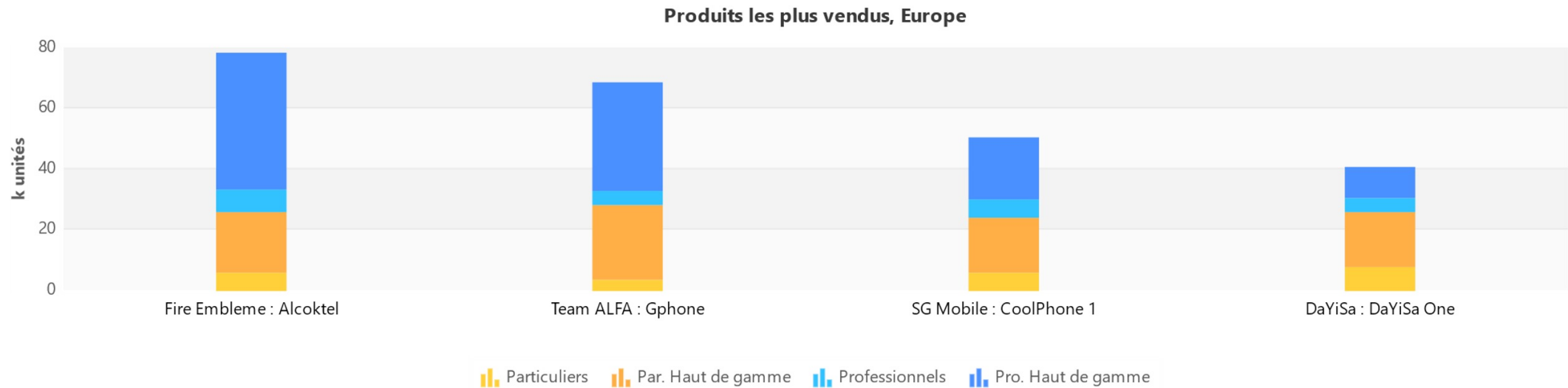
Performance et autonomie élevés

Toutes les caractéristiques disponibles

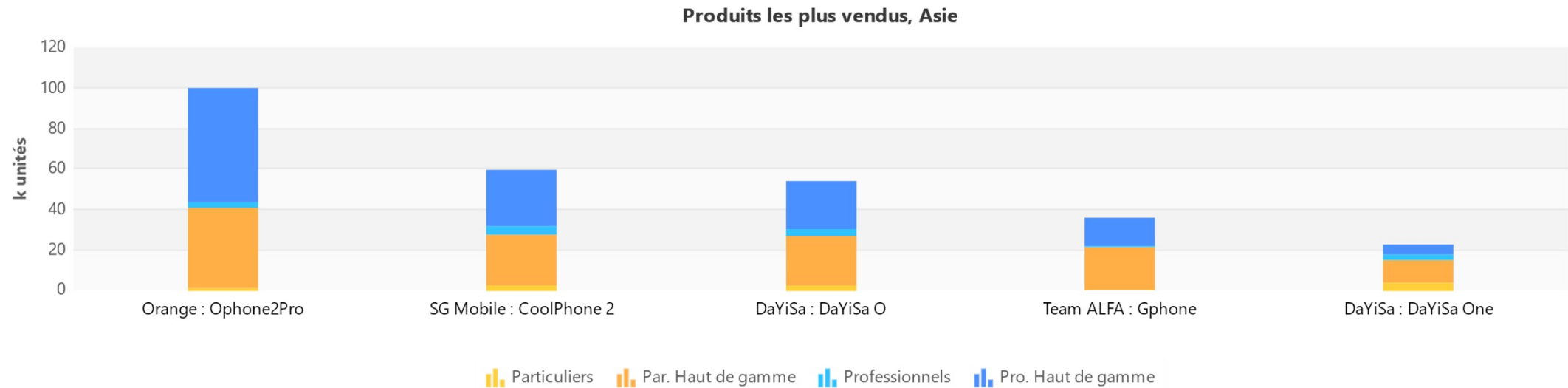
Garantie 12 mois

Smartphone premium

Gphone : Ventes en Europe



Gphone : Ventes en Asie



Gphone SE

Idéal pour le marché asiatique

Ciblage des segments particulier et professionnel

Design classique 📞

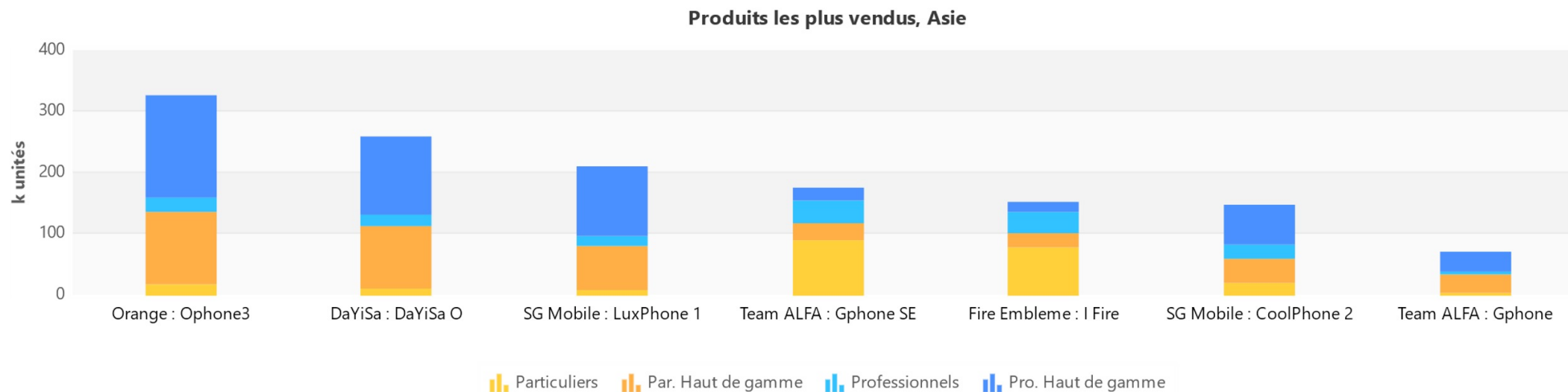
Performance et autonomie réduites

Carte mémoire, écran HD

Garantie de 24 mois

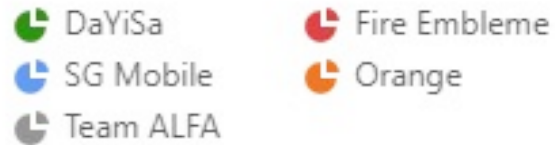
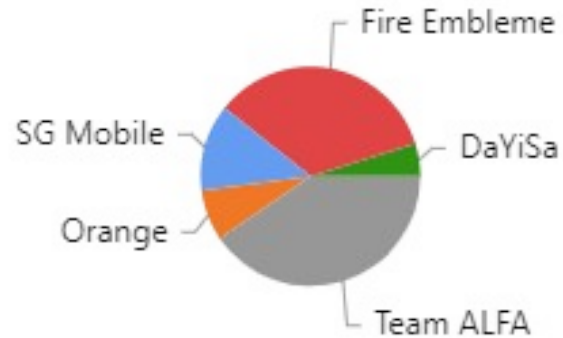
Smartphone petit budget

Gphone SE : Ventes en Asie

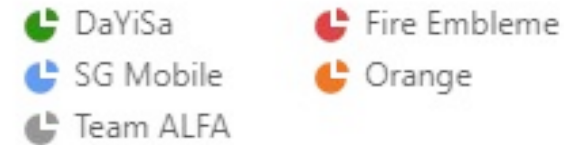
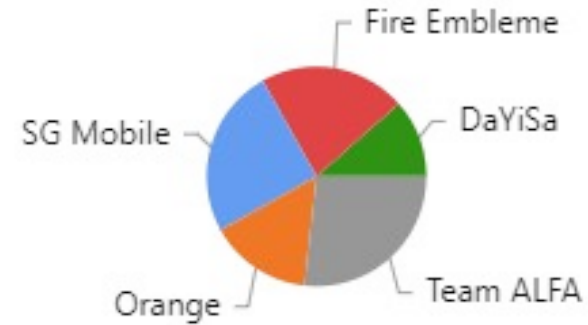


Gphone SE : Parts de marchés

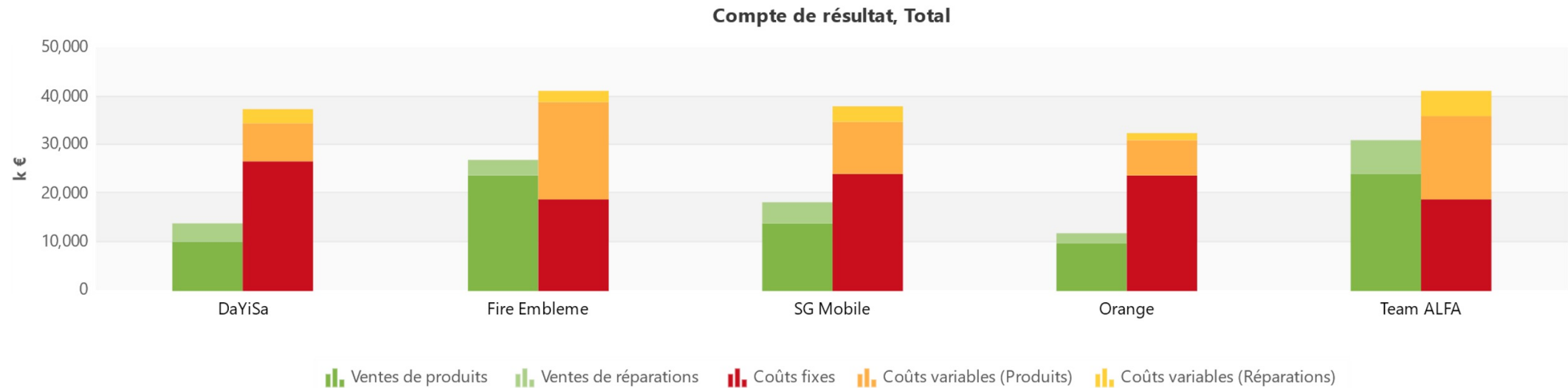
Parts de marchés, Asie, Particuliers



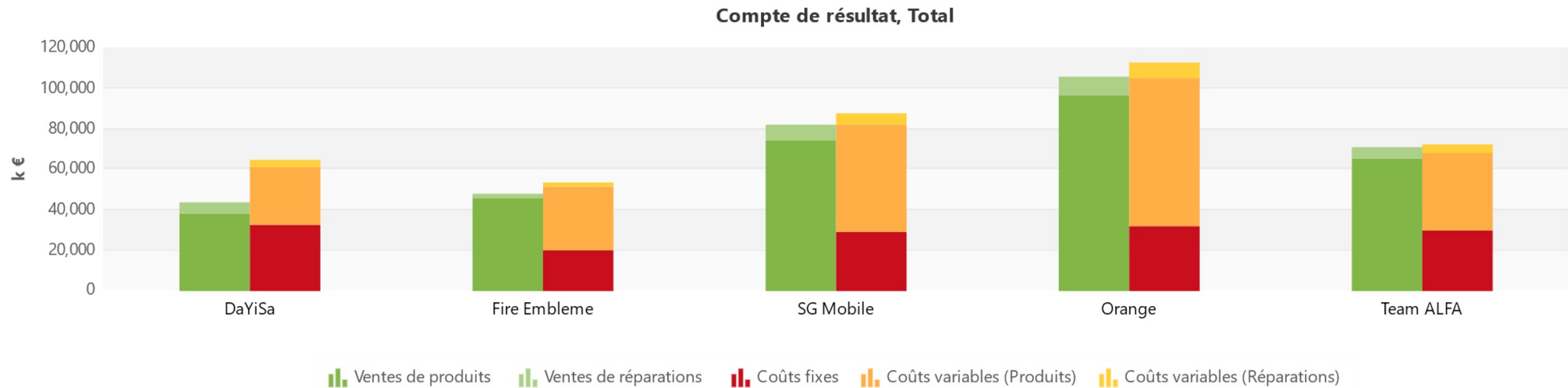
Parts de marchés, Asie, Professionnels



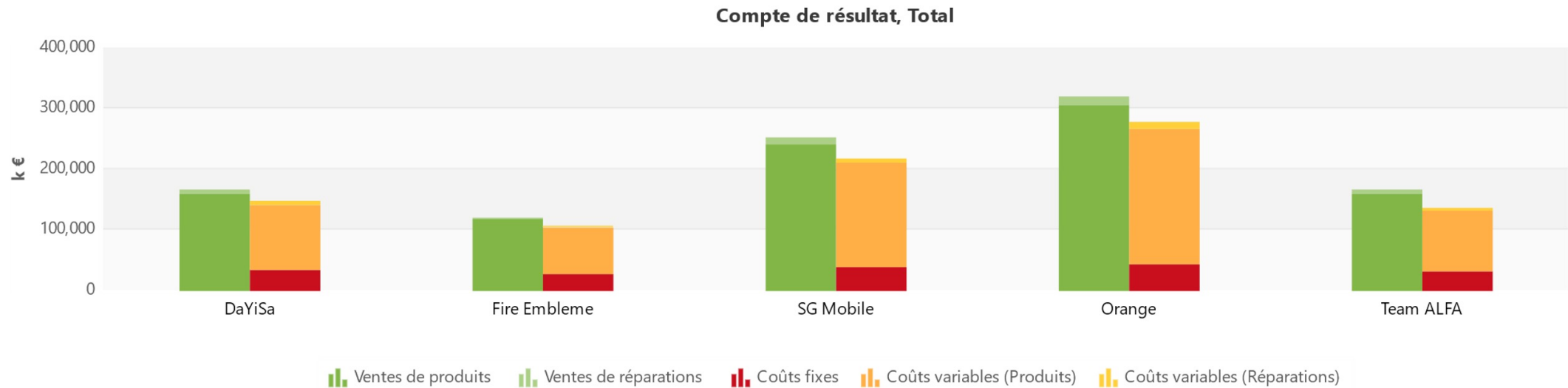
Compte de résultat (fin tour 1)



Compte de résultat (fin tour 2)



Compte de résultat (fin tour 3)



II - Diminution des prix



Gphone SE+

Idéal pour le marché européen (peut-être ?)

Ciblage des segments particulier et professionnel

Design avant-garde

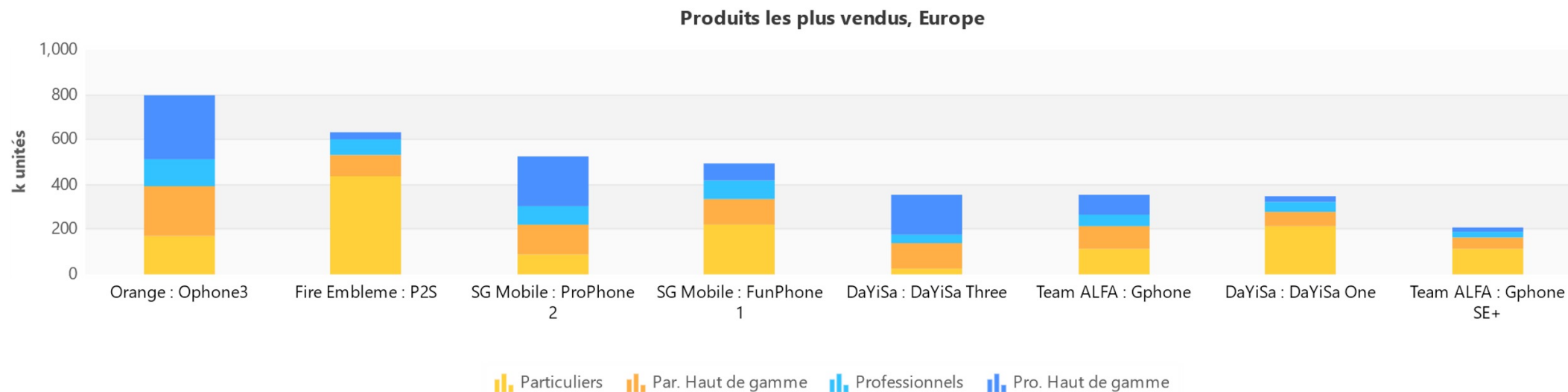
Performance et autonomie réduites

Camera, carte mémoire, écran HD

Garantie de 36 mois

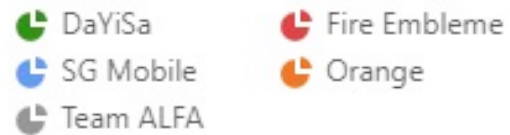
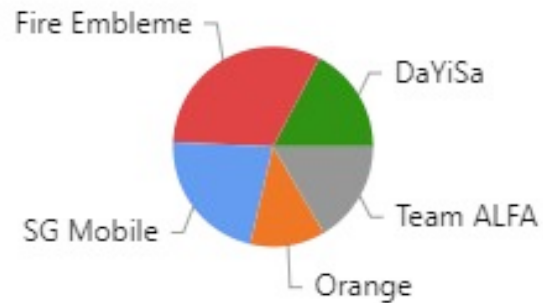
Smartphone petit budget

Gphone SE+ : Ventes en Europe

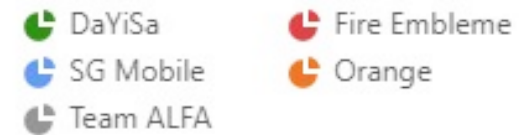
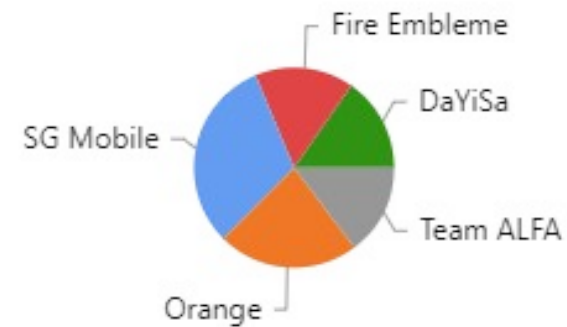


Gphone SE+ : Parts de marchés

Parts de marchés, Europe, Particuliers



Parts de marchés, Europe, Professionnels



Gphone SE+ : Causes d'échec

Offres très compétitives dans les segments moyenne de gamme (P2S, DaYiSa One).

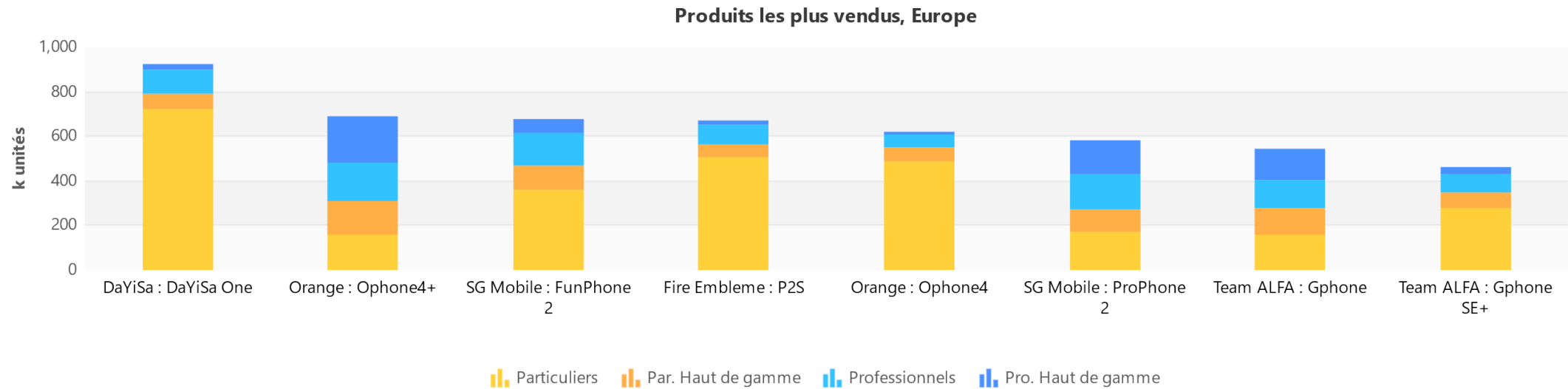
La différenciation par design n'est pas déterminante.

Performance et autonomie trop limités.

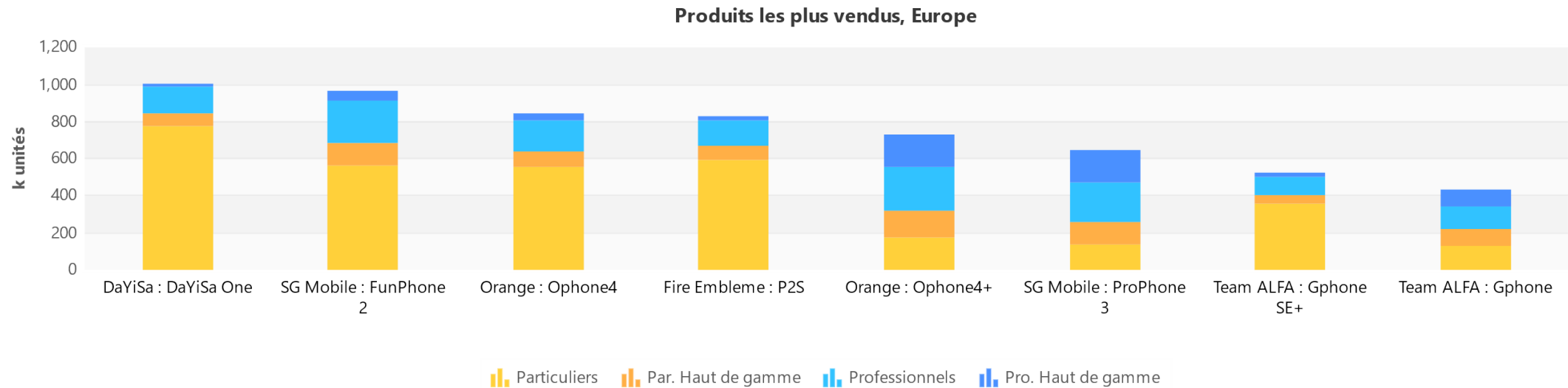
Investissement en publicité insuffisant.

R&D insuffisant.

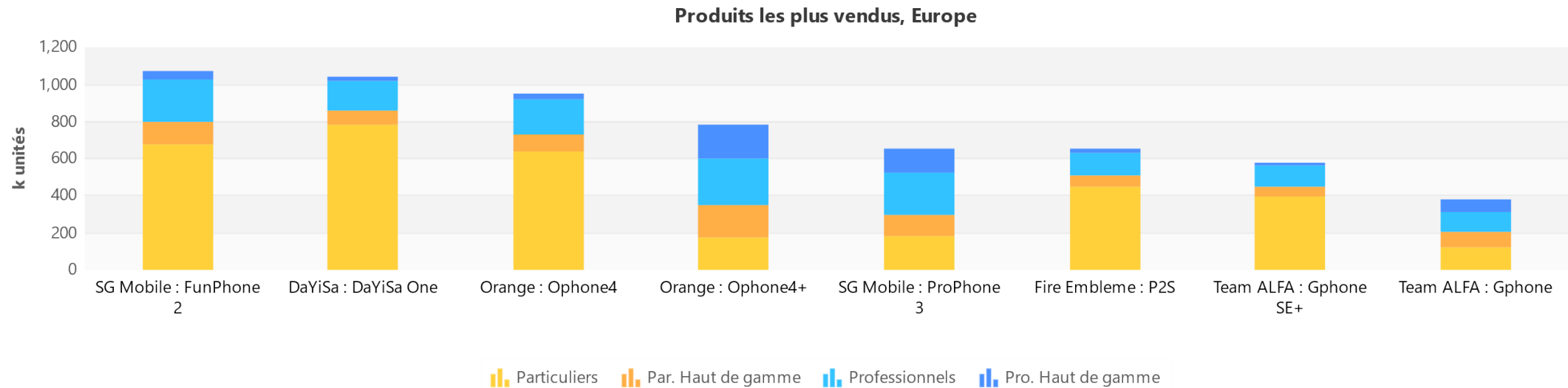
Résultats observés (fin tour 5)



Résultats observés (fin tour 6)



Résultats observés (fin tour 7)



Problèmes de la domination par les coûts

Technique difficile à exécuter correctement.

Gphone et Gphone SE+ sont les moins vendus en Europe.

Conséquences financières importantes par la diminution brusque des coûts.

Plusieurs concurrents ont adopté une stratégie similaire.

Il ne s'agit pas seulement de baisser le prix.

Il faut réduire le coût de production de chaque produit.

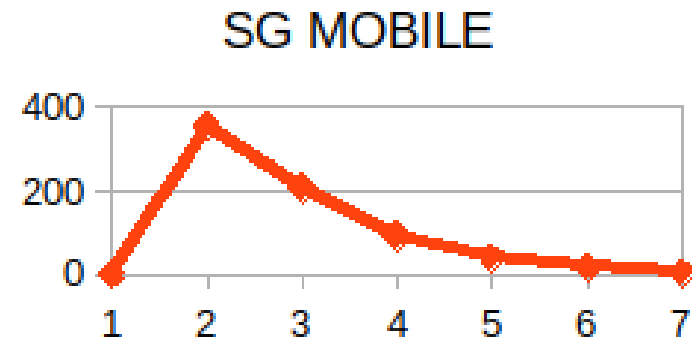
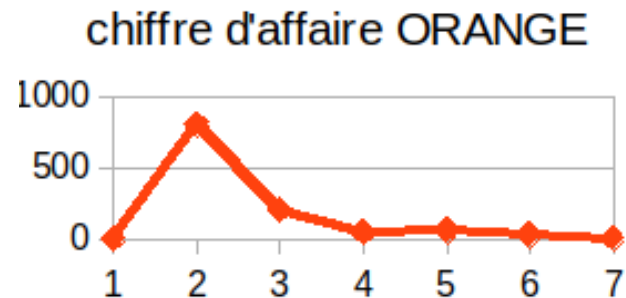
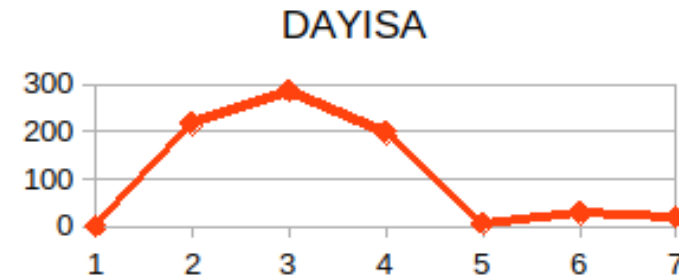
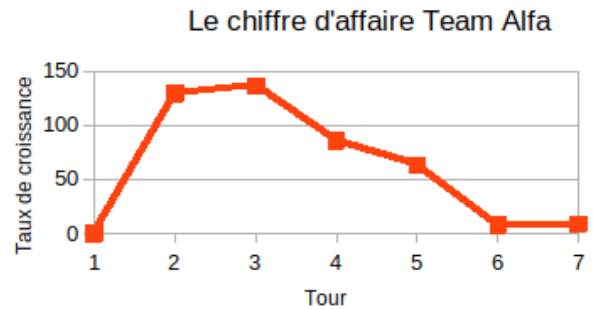
C'est nécessaire de cibler correctement pour maintenir que les fonctionnalités essentielles.

III - Rapport financier

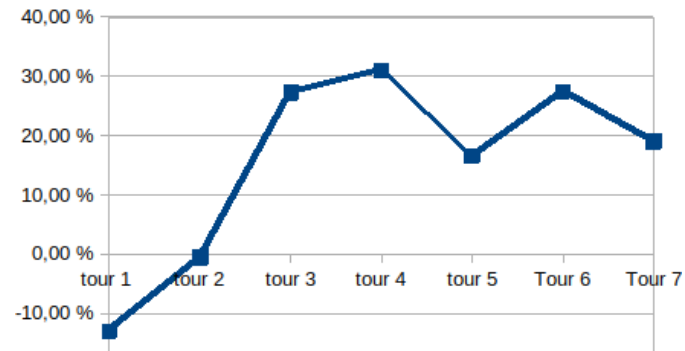
Les indicateurs comptables et financiers



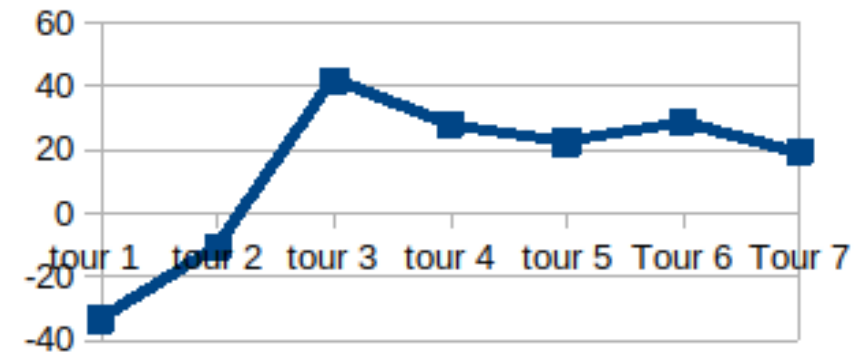
Taux de croissance du chiffre d'affaire



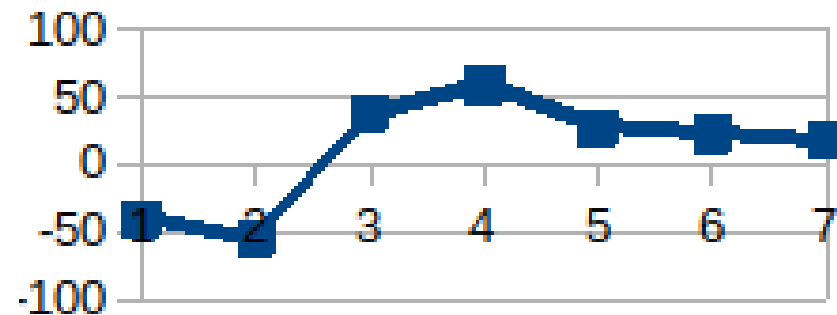
La rentabilité financière



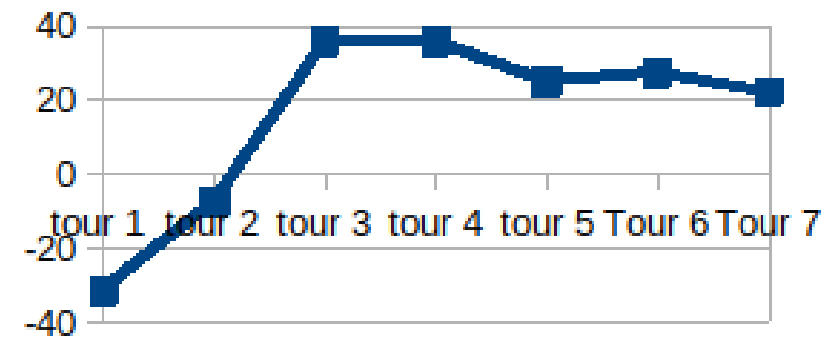
ORANGE



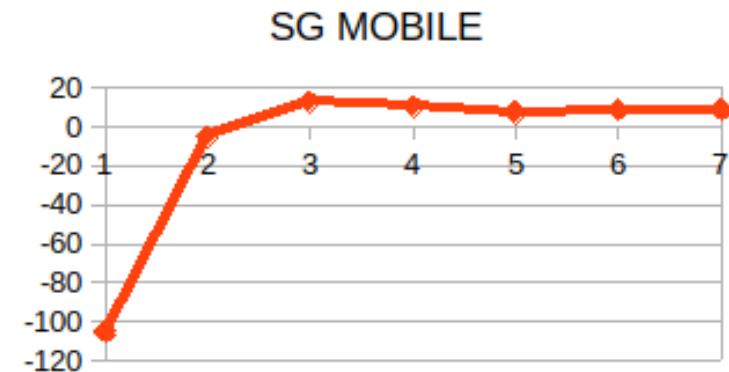
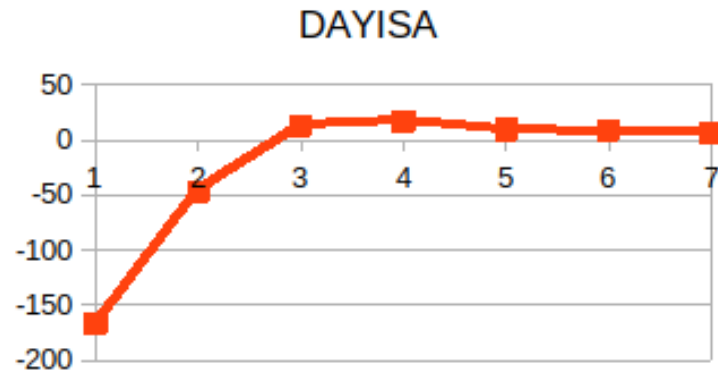
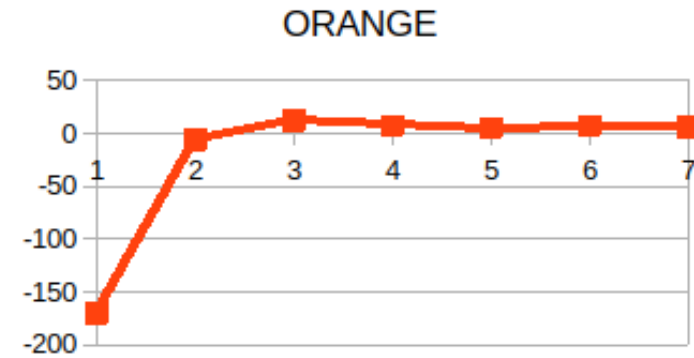
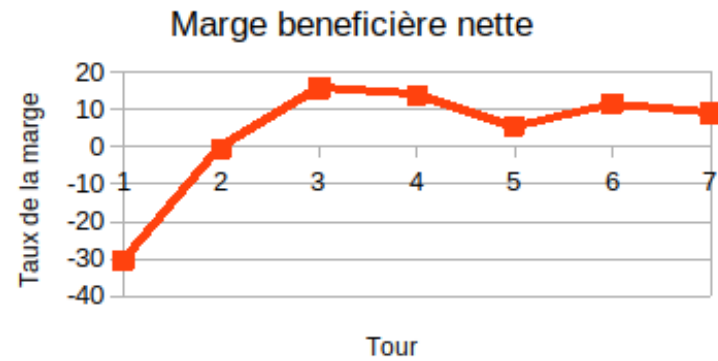
DAYISA



SG MOBILE



Marge bénéficiaire nette



Bilan

ACTIFS		PASSIF	
<i>Actif circulant</i>		<i>Capitaux propres</i>	
Créances clients	44 090	Capital social	80 000
Trésorerie et équivalents	225 027	Report à nouveau	87 530
		Résultat net (dernier tour)	63 217
		<i>Total capitaux propres</i>	230 747
		Total Dettes	38 370
TOTAL ACTIF	269 117	TOTAL PASSIF	269 117

Compte de résultat

Produits		Charges	
Ventes de produits	529 085	Coûts variables	398 005
Vente de réparation	18 600	Coûts fixes	64 555
		Résultats d'exploitations	85 125
Total produits	547 685	Total des charges	547 685

Conclusion

Plusieurs techniques employées plus ou moins efficaces.

Nous n'avons pas réussi à obtenir les plus grands parts de marchés de manière consistante.

Succès important en Asie avec Gphone SE depuis sa création.

Si on avait à refaire la simulation :

- Utiliser un bon ciblage et se concentrer dès le début du jeu sur un ou deux segments.
- Faire attention sur les conséquences financières de réduire trop les prix.
- Toujours prendre en compte les éventuelles actions de la concurrence.