# Vrai ou faux ?

1. Vrai
2. Vrai
3. Faux
4. Vrai et faux mdr cela dépend de la partie prenante
5. Faux
6. Vrai
7. Faux
8. Vrai
9. Vrai
10. Faux

# 

# Analyse d’un cas d’entreprise (IKEA)

## Pestel :

<https://www.managerocean.com/pestel-ikea/#1_Les_influences_politiques>

| Politique | * Opportunités :   + Implanté un peu partout   + Programme de reconstruction, Exode   + Proche de noeuds de circulation * Menaces :   + Guerre en Ukraine   + Implantation dans des pays ou les infrastructure ne sont pas adapté |
| --- | --- |
| Economique | * Opportunités :   + Développement de son propre coin “occasion” * Menaces :   + Les clients ont tendances à épargner plutôt qu’à dépenser   + Problème de pouvoir d’achat dans certains pays   + Développement du marché de l’occasion   + Exode provoque une perte de clientèle (étudiant, personnes âgées) |
| Socioculturel | * Opportunités :   + Import de la culture (nom des meubles, couleurs, produits suédois) * Menaces :   + Nazis (Salut c’est cool) |
| Technologique | * Opportunités :   + Premier test à répétition |
| Écologique | * Menaces :   + Produire de manière plus durable, plus écologique |
| Législation | * Opportunités :   + Fuite de la Suède et installation en Suisse pour des questions de fiscalité |

**/!\ Diagnostique au partiel**

## Diagnostique interne :

|  | Opportunités | Menaces |
| --- | --- | --- |
| Diag externe | VOIR PESTEL | VOIR PESTEL |
|  | Forces | Faiblesse |
| Diag interne | Perf eco :   * Compétitivité prix * Bon rapport qualité/prix * Fournisseurs suedois donc faible prix * Economie au niveau du montage/packaging des meubles * Moins de casse donc réduction des coûts de perte * Optimisation des frais de transports * Très large gamme de produits * Economie d’échelle * Compétitivité hors prix * Mise en situation des meubles pour un rendu réaliste * Tests * Toujours sur de l’innovation (VR) * Possibilité d’essayer les produits * Capter le plus longtemps possible la clientèle * SAV * Notoriété et l’image d’IKEA   Perf orga :   * Garderie * Restauration * Plan du magasin * Usine sur place * Localisation des magasins sur les périphéries * Mise en place du système de parcours * Restaurant à la fin du parcours * Livraison plus rapide dû aux meubles en kit prenant moins de place * circuit au sein du magasin   Perf matériel :   * Magasins très bien placés (près des autoroutes) * grands parkings   Perf humaine :   * Spécialiste, vendeur disponible * Esprit familial, pas de cotation en bourse | * Produits standardisés ( - originalité) * Mauvaise image face à la déforestation * Problème de qualité sur le premier prix * Implantation à l'extérieur des villes |

Domaine de performance :

Economique

Compétitivité prix :

* Bon rapport qualité prix
* Optimisation des transports
* Économies d’échelle
* Large gamme de produits
* Synergies : ce qui fonctionne en Europe peut marcher en Amérique du Nord

Compétitivité hors prix :

* Satisfaction client
* Possibilité d’essayer les produits
* Garderie
* Notoriété
* SAV
* gammes de meubles plus luxueuses disponibles

Organisationnelle

* circuit au sein du magasin
* Restauration

Opérationnelle

Humain

* Beaucoup de salarié, conseillé
* Ne pas être coté en bourse, entreprise familiale

## Analyse :

méthode : forcer sur l'avantage concurrentiel / ce qui ne l'est pas

L’entreprise IKEA est parfois attaquée pour son impact écologique négatif et en même temps subit une évolution du marché du meuble préjudiciable car la clientèle se tourne de plus en plus vers le marché de l’occasion. Par ailleurs, la gestion financière et administrative de cette société semble opaque car non cotée en bourse sans parler du passé du dirigeant.

Cependant, IKEA reste leader du meuble et de la décoration du fait de son excellent rapport qualité/prix. Il impose au marché un certain nombre d’innovations notamment organisationnelles (garderie, restauration …). On peut donc dire aujourd'hui qu’un certain nombre de concepts d’IKEA sont copiés à travers le monde.

Innovation :

* Produit
* Procédé (manière de faire, organisationnel)

Issu de la R&D, long, rentable ?

Nouveau produit :

Un vélo de ville

Innovation : courroie + velo en kit

Echec : problème de sécurité

Conséquence : remboursement des clients, impact d’image

Nouveau procédé :

VR

Vente en ligne

Marché de l’occasion

Stratégie Ikea

* Globale : spécialisation dans le meuble
* De domaine : recherche de rentabilité
* De business

Étouffer le marché