

Présentation de **l'entreprise(objectifs,enjeux,missions** **etc...):**

BackMarket est une entreprise de commerce électronique française , plus spécifiquement de ventes de produits reconditionnés. Fondée en 2014 , elle a pour fondateur : Thibaud Hug de Larauze le PDG ,Vianney Vaute et Quentin Le Brouster elle obtient 230 millions d'euros de CA en 2018 . L'entreprise est présente dans 16 pays : France, Espagne, Allemagne, Italie, Belgique, Royaume-Uni, Irlande, Autriche, Pays-Bas, Finlande, Portugal, Grèce , Slovaquie , États-Unis , Japon et Suède .

Backmarket a pour mission de : «rendre les produits reconditionnés aussi fiables que désirables. Ni neuf, ni d'occasion.»

Elle a pour vision de rendre plus communs les appareils reconditionnés et de les rendre qualitatifs .

Backmarket crée de la valeur tout d'abord avec ses plateformes en ligne qui mettent en avant des produits reconditionnées , moins chères que le neuf. Mais surtout l'activité principale est le reconditionnement grâce à des anciens appareils plus utilisés et des sous-traitants qui fabriquent les pièces des smartphones par exemple de réparer et reconditionner des appareils qui semblaient être en fin de vie avec des techniciens de qualité qui ont la capacité de redonner vie à ces produits.

Donc nous avons la plateforme, et la transformation d'un appareil utilisé et non utilisable, grâce à des sous-traitants et du savoir-faire, en un appareil ressusciter complètement fonctionnel et surtout moins cher que le neuf.

Les enjeux chez Backmarket sont notamment l'écologie avec le recyclage et aussi le prix.

Ils assurent que leurs produits reconditionnés ont 88% en moins de pollutions en déchet électronique , ils expliquent que plus de 281 kg de matières premières sont extraites pour un téléphone neuf alors que c'est seulement 21kg pour un téléphone reconditionné, ils ajoutent que grâce au reconditionnement , ils évitent 80kg d'émission carbone(transport du

matériel ect) et ils finissent par expliquer qu'ils sauvent 70 L d'eau par téléphone reconditionné.

Pour montrer leur honnêteté en fin de page il est marqué ceci : «NON, acheter un smartphone reconditionné ne sauvera pas le monde. OUI, ça pourra aider»

L'objectif de Backmarket est aujourd'hui de continuer ce qu'elle fait tout en continuant à développer son expertise industrielle avec ses ravitaillements et

partenariats pour obtenir des téléphones à reconditionner et des pièces de rechange mais aussi elle souhaite avancer dans la recherche et le développement expérimental. Backmarket souhaite recruter près de 400 personnes en 2022 pour atteindre les 1500 salariés et elle souhaite s'étendre au continent américain notamment grâce aux récentes levées de fonds importantes pour la start-up.

Sources :

-<https://www.usine-digitale.fr/article/back-market-leve-450-millions-d-euros-pour-renforcer-sa-position-sur-le-secteur-du-reconditionne.N1175172>

-<https://story.backmarket.fr/des-chiffres-et-des-lettres-mais-surtout-des-chiffres-limpact-environnemental-du-reconditionne/>

- <https://www.backmarket.fr/fr-fr/about-us>

- https://fr.wikipedia.org/wiki/Back_Market

ANALYSE INTERNE:

Analyse des ressources:

- Des Équipes techniques chargée de la maintenance des serveurs
- Laboratoire pour l'examen des produits reconditionnés avec différents tests
- Bureaux et locaux dans plusieurs pays(Paris,Bordeaux,New-York et Berlin)
- Capital financier grâce aux levées de fonds
- Service client opérationnel
- Le Black Label(gage de qualité pour les clients, assure une qualité minimale)
- Plateforme en ligne de vente de produits reconditionnés
- les ingénieurs

Compétences:

- Maîtrises des algorithmes permettant de fournir les meilleures offres aux clients, les offres les plus pertinentes en fonction des besoins du client.
- L'habileté à mettre en relation les particuliers ou les professionnels du reconditionnement avec les clients.
- Qualité de la communication , misant principalement sur l'éthique permettant à Backmarket d'être le leader du reconditionnement en France.

Analyse VRIO:

Ressources	V	R	I	O	AC
Laboratoire	Oui	Oui	Non	Oui	Temporaire
Bureaux	Oui	Non	Non	Oui	Non
Capital financier	Oui	Non	Non	Oui	Non
Black Label	Oui	Oui	Oui	Oui	Soutenable
Service client opérationnel	Oui/non	Non	Non	Oui	Non

Compétences	V	R	I	O	AC
Maîtrise des algo	O	O	N	O	Temporaire
Qualité de la communication	N	O	N	O	Non
Habilité dans le relationnel	N	O	N	O	Non

La chaîne de valeur:

Voici les différentes étapes dans le processus de reconditionnement :

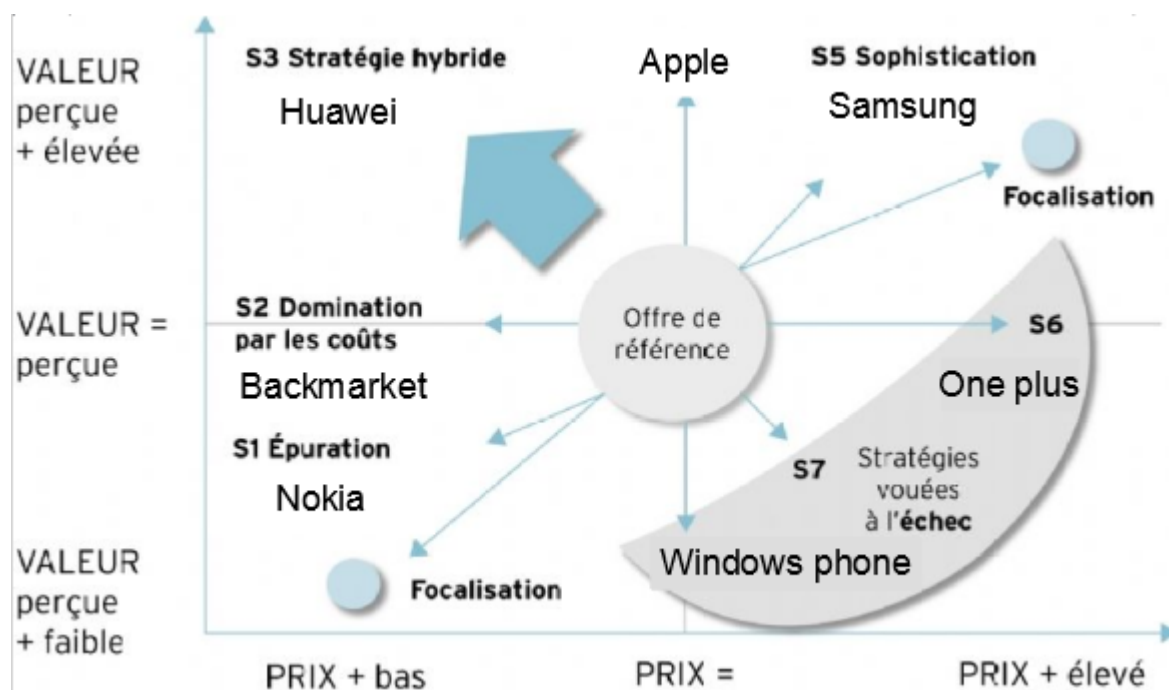
Dans un premier temps, dès leur arrivée à l'usine, les smartphones considérés comme des "déchets" sont démantelés et envoyés en recyclage. Tandis que les autres intègrent le processus de reconditionnement.

Dans un second temps, à lieu un diagnostic esthétique et fonctionnel du téléphone. Chaque élément est observé (écran,batterie,micro etc.).

Dans un troisième temps, toute les données personnelles des anciens utilisateurs sont effacées et les dernières mises à jour logicielles sont effectuées.

Dans un troisième temps, les téléphones sont nettoyés, réparés et les accessoires sont remplacés. Dans un quatrième temps, les téléphones sont testés et un contrôle qualité a lieu. Cela déterminera la qualification de l'état/grade du téléphone (bon état, très bon état, état "neuf"). Dans la foulée, les téléphones sont emballés puis expédiés pour être stockés en attendant d'être vendus en ligne. Chaque étape du reconditionnement est un gage de qualité, cela permet à Backmarket de se démarquer de ses concurrents en affichant un produit plus qualitatif, plus sûr pour le client qui sera donc disposé à payer plus cher.

Stratégies et Horloge de Bowman sur le marché du smartphone:



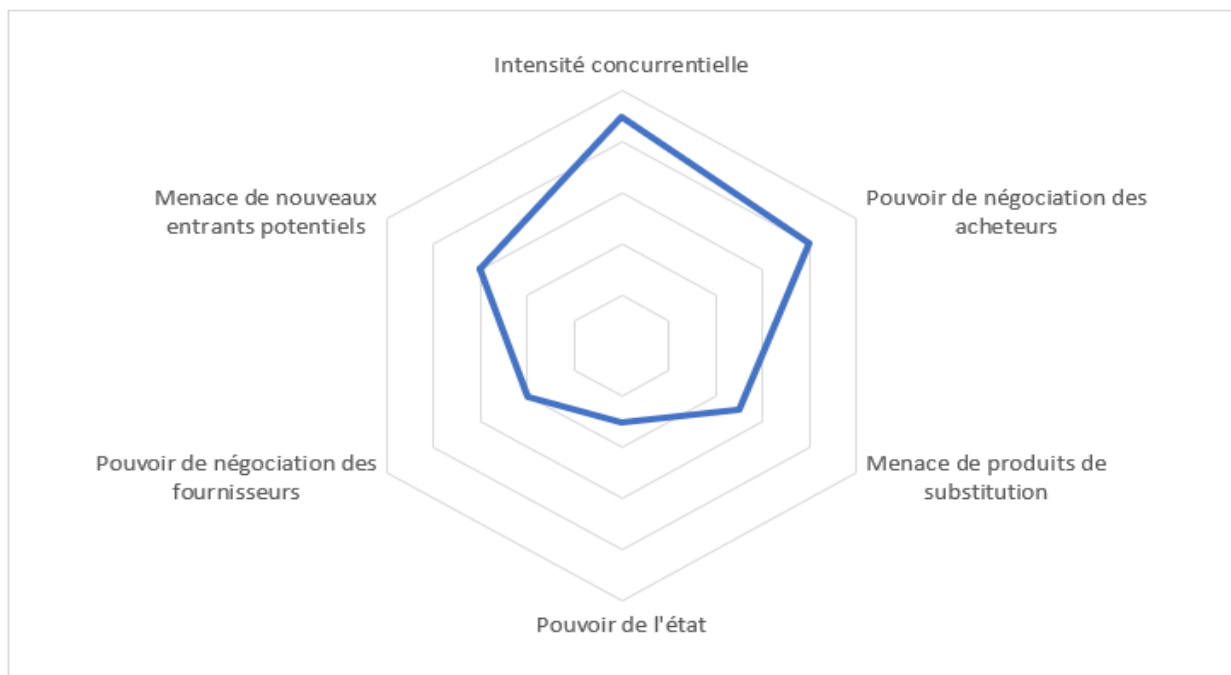
Ici Backmarket vise forcément une domination par les coûts avec le reconditionnement comparé au marché général du smartphone.

CONCLUSION ANALYSE INTERNE(Forces et Faiblesse):

Pour conclure cette analyse interne, Backmarket peut compter sur l'image de marque dont elle dispose sur le marché du reconditionnement. Tout cela est dû à sa très bonne communication (publicité, service client). Elle peut aussi profiter de l'absence de réel concurrent du moins sur le marché français. Toutefois, un des problèmes auquel elle fait face est les faibles marges qu'elle réalise même si ce problème n'est pas propre qu'à Backmarket mais à tous les acteurs du marché du reconditionné. En effet, par rapport au neuf, le reconditionné ne permet de réaliser que très peu de profit. Ainsi pour améliorer ses recettes Backmarket devra soit vendre beaucoup plus soit augmenter ses prix. Enfin un dernier aspect négatif sur Backmarket est qu'elle dépense énormément de fond, étant une startup elle recherche toujours à parfaire son business model afin de le rendre optimal et rentable .

ANALYSE EXTERNE :

5+1 FORCES DE PORTER



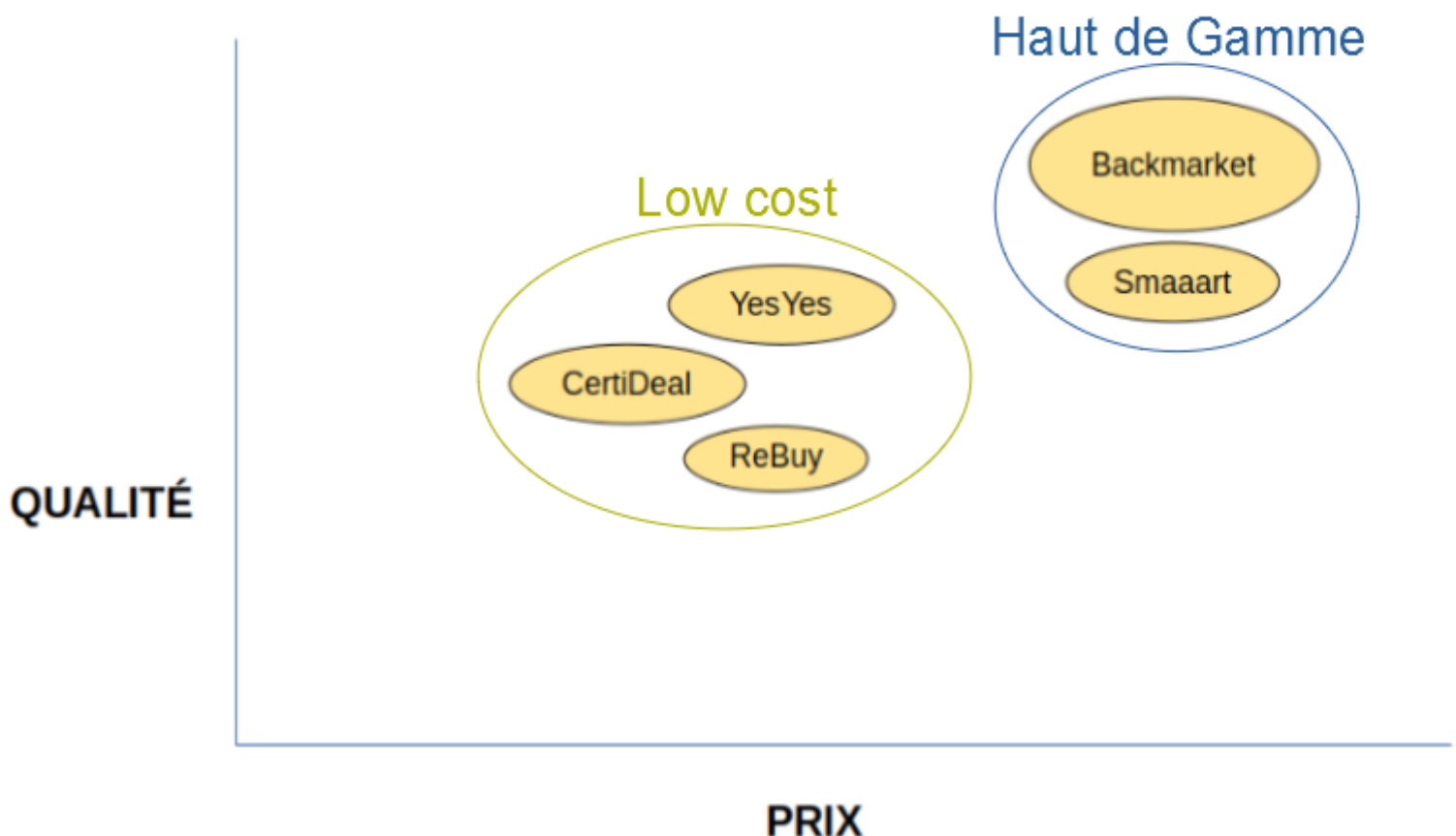
Sources :

www.Backmarket.fr

www.etudes-et-analyses.com/blog/decryptage-economique

On voit ici grâce à l'analyse des 5+1 Forces de PORTER que BackMarket se situe dans un marché à forte intensité concurrentielle elle va donc devoir se démarquer de la concurrence . On observe aussi un grand pouvoir de négociation des acheteurs et une importante menace de nouveaux entrants potentiels. Donc Backmarket doit pouvoir s'adapter à la clientèle et aussi faire attention aux innovations potentiels des nouveaux entrants , elle doit donc elle-même innover et proposer un service qui plaît aux acheteurs . Néanmoins on voit une menace de produits de substitutions faible et les fournisseurs ont peu de pouvoir de négociation. Backmarket peut donc pleinement se consacrer à la vente de ses produits avec un avantage sur les contrats avec les fournisseurs de pièces de rechanges et de l'électronique pour pouvoir continuer à produire des appareils reconditionnés . De plus, elle n'a pas trop à se soucier du pouvoir de l'État qui n'a pas mis en place beaucoup de loi qui pourrait gêner Backmarket puisqu'elle est sur un jeune marché.

MAPPING STRATÉGIQUE :



Sources :

-<https://www.reepeat.fr/articles/top-15-des-meilleurs-sites-de-produits-reconditionnes-en-2021>

-<https://smaaart.fr/1352-apple-iphone-11-noir-128go.html>

-<https://certideal.com/iphone-11-reconditionnes/iphone-11-128-go-noir-4968#reviews-product-anchor>

-<https://www.rebuy.fr/i,11168589/mobile/apple-iphone-11-128-go-noir>

-<https://www.backmarket.fr/fr-fr/p/iphone-11-avec-batterie-neuve-128-gb-noir-debloque/3477d8ff-b3e0-4751-99a1-5e56f48c2e50#l=12>

Sur le mapping stratégique on observe que BackMarket est dans le Haut de Gamme et elle met la priorité sur la qualité plutôt que sur un faible prix . En effet on peut observer que pour un même article Backmarket vendra plus chère un appareil reconditionné comparé au secteur du low cost mais elle propose un gage de qualité avec son label reconnu et on peut aussi observer sur le site , les avis des clients qui sont très positifs. Contrairement à ses concurrents qui sont principalement dans la zone du low cost qui vont certes vendre moins chère leurs produits mais les avis sont plus mitigés et moins représentatifs car moins nombreux.&

PESTEL BACKMARKET:

Politique

Opportunité: Des lois comme la loi AGEc incitent les grandes marques à recycler plus leurs appareils ainsi qu'à être beaucoup plus transparents sur l'utilisation des matériaux et leur possibilité de recyclage et de reconditionnement ainsi que la réparabilité de leurs produits .

Menace: Loi sur les produits reconditionnés du numérique , une taxe sur chaque vente de produit (tablette, smartphone) qui augmente selon la capacité de stockage de l'appareil (De 32 Go à 64 Go inclus = 7,20 euros et plus de 64 GO 8,40 euros).

Economique

Opportunité: à cause de la crise et le manque de moyens, acheter les produits électroniques reconditionnés est devenu moins chère et plus viable.

Menace : Avec les nouvelles opportunités sur le marché du reconditionné on observe une intensification de la concurrence qui conduit à une diminution des marges de l'entreprise qui est donc moins rentable.

Social

Opportunité: Ces dernières années, la quantité d'utilisateurs d'appareils électroniques augmente ce qui nous montre que le intérêt de plus en plus et cela pour différentes raisons (prix attractif, motivation morale etc..) . Ainsi ,au vu de la conjoncture il semblerait que la part de produits reconditionnés ne cessera d'augmenter d'ici les prochaines années.

Menace : Dans la société le smartphone est un marqueur social et ainsi un téléphone reconditionné sera moins valorisé socialement qu'un smartphone neuf (consommation ostentatoire)

Technologique

Opportunités: nous pouvons bénéficier d'un appareil moderne à un tarif plus accessible tout en ayant l'assurance qu'il a été contrôlé par des professionnels.

Menace: la technologie avance de plus en plus et les gens aiment le neuf et les nouveautés ce qui peut les amener à ne pas être attiré par BackMarket .

Legal

Opportunités: des lois ont été créées par le gouvernement qui favorise la vente d'appareils reconditionnés.

Menace: des plaintes déposées par "UFC-que-choisir" qui dénonce des abus de la part de Backmarket.

Écologique

Opportunités: les usines partenaires ont une technologie de pointe et donc la pollution est réduite. Et le reconditionnées est donc bien moins polluant puisque la plupart des matériaux sont dus au recyclage et à la récupération.

Scénario:

scénario 1 Interprétations: Les êtres humains prennent de plus en plus conscience sur la pollution et le réchauffement climatique est décidé à se tourner vers le reconditionné comme moyen de combattre la pollution excessive. Conséquences stratégiques: L'émargement des nouvelles entreprises retourné vers le reconditionné pour concurrence avec BackMarket. Actions stratégiques à mener: BackMarket devra imaginer des nouvelles stratégies pour attirer plus de clients et dominer le marché des reconditionnés.

scénario 2 Interprétations: Les êtres humains deviennent de plus en plus consommateurs et ne veulent plus acheter des produit reconditionné avec possiblement une technologie plus ancienne et la qualité pas si élevé que les produit tout neuf Conséquences stratégiques: BackMarket devra chercher à diversifier leurs sources de revenus et dans la création de nouveaux DAS pour diversifier son portefeuille. Actions stratégiques à mener: BackMarket devra intensifier ses recherches dans le marché des électroniques pour mener la meilleure stratégie pour que l'intensité de la concurrence soit moindre.

scénario 3 Interprétations: Les êtres humains apprennent comment recycler 100% les produits électroniques en fabricant des nouveaux produits et n'ont plus besoin de racheter les reconditionnés. Conséquences stratégiques: BackMarket aura une grande intensité de concurrent, ce qui l'obligera à diversifier son DAS. Actions stratégiques à mener: BackMarket devra chercher la meilleure façon de s'adapter au marché.

scénario 4 Interprétations: Les êtres humains n'ont toujours pas trouvé de moyen miraculeux de sortir de la crise économique et celle-ci s'intensifie de plus en plus.

Conséquence stratégique : Backmarket et d'autres marques de produits reconditionnées sont mises en avant et les entreprises du numérique et de l'électronique se tournent vers des partenariats avec le reconditionnés . Action stratégique a mené : Backmarket doit faire un important partenariat avec une entreprise de smartphone et de produit électronique pour continuer à être un des principaux acteurs du marché du reconditionnés .

BILAN DE L'ANALYSE EXTERNE(LES FCS):

Pour finir cette analyse externe , grâce aux différentes analyses faites et aux informations qui en ressortent on peut établir les facteurs clés du succès pour Backmarket qui sont : la qualité, le prix et le choix. En effet Backmarket propose une large gamme d'appareils pour palier à la concurrence et à l'innovation , en gage de qualité elle décide de créer un label , le Black label . Et pour finir elle mise sur le prix des ses produits qui concurrence le secteur du neuf avec les smartphones , tablette , ordinateur grâce au reconditionné qui est moins chère tout en restant plus qualitatif que le secteur de la vente des particuliers. Elle doit essayer de se concentrer sur ces 3 facteurs clés du succès pour continuer et s'imposer sur le marché du reconditionné .

CONCLUSION (recommandation):

BackMarket est une entreprise qui depuis quelques années gagne de plus en plus de reconnaissance et leurs innovations dans le marché du reconditionné leur a permis de devenir l'une des plus grosses entreprises dans son domaine .

Mais au vu des analyses internes et externes on constate que pour aller de l'avant , gagner en pérennité et se renforcer sur le marché Backmarket devrait continuer ce qu'elle fait notamment sur le développement de la qualité du reconditionné tout en diversifiant encore plus sa gamme de produit .Elle a pour cela des ressources et des compétences qui concordent avec cet objectif notamment le capital qu'ils peuvent investir dans leur laboratoire pour permettre une meilleur technologie de reconditionnement tout en étant attentif aux besoins du client grâce à leur service client et leur habilité dans le relationnel et leur qualité en communication . Il faut qu'il montre encore plus sur leurs plateformes leur engagement qualité pour que les clients voient l'évolution et la volonté de Backmarket . Il faudrait aussi que Backmarket soit plus transparent pour que la clientèle lui fasse plus confiance . Dans un futur proche Backmarket doit se préparer à une intensité concurrentielle encore plus forte car dans la plupart des scénarios le marché va grossir et être mis en avant c'est pour cela qu'il faudrait développer d'autres ressources et compétences inimitable pour se démarquer de la futur concurrence avec des innovations technologique par exemple qu'elle pourrait trouver grâce aux recherche qu'elle peut établir .