****

**De Groot Didier**

**De Troyer Vincent**

**Godfroid Jonathan**

**Yilmaz Enes**

**TP1 (modérateur : Godfroid J.)**

* Nom de l’entreprise: Narcos Motors
* Noms des étudiants du groupe:

De Groot Didier

De Troyer Vincent

Godfroid Jonathan

Yilmaz Enes

* Système de rotation de modérateur:

1. Godfroid Jonathan
2. De Troyer Vincent
3. Yilmaz Enes
4. De Groot Didier

* Mission de l’entreprise : Design et production de moteurs brushless pour loisir et performance accessibles à un grand public.
* Produits : Moteurs brushless à destination de drones, voitures téléguidées, bateaux, etc.
* Marché visé : L’entreprise vise le marché grand public, ainsi que le public spécialisé. Elle fabrique des moteurs sur mesure et profite de l’expérience et des demandes des clients spécialisés afin de développer et d’offrir, à un coût abordable, de nouveaux moteurs performants pour le grand public. Elle est présente en ligne et sur diverses plateformes, type ‘Amazon’.
* Processus de production : Des experts formés se chargent de construire les moteurs sur mesure et de voir dans quelle(s) mesure(s) ceux-ci sont, peut-être, intéressants à produire à plus grande échelle. Afin de les produire à plus grande échelle, une chaine de montage est prévue dans l’usine. Tout ceci sera plus détaillé dans le TP suivant concernant la stratégie de l’entreprise.
* Stratégie concurrentielle : La stratégie concurrentielle est la différentiation, tout en profitant de l’expérience des clients afin d’offrir des produits de qualité rapidement. Le contexte concurrentiel étant en pleine expansion, il est très important pour l’entreprise d’être aussi bien capable de répondre à des demandes spécialisées, ainsi qu’à des demandes ‘grand public’. La qualité, la flexibilité et les délais sont donc très importants pour les clients. En ce qui concerne le prix, la vision de l’entreprise est double. S’il s’agit d’une demande ‘sur-mesure’, il va de soi que le prix sera élevé, alors que pour les moteurs produits à plus grande échelle, l’objectif sera d’écraser le prix de vente.
* Stratégie de production : Etant donné les objectifs de l’entreprise, la stratégie de celle-ci est double. Elle est, d’une part, ‘Make to order’ afin de pouvoir répondre à une demande spécialisée et sur mesure d’un client, et d’autre part, ‘Make to stock’ afin de produire en plus grande quantité les moteurs qui semblent intéressants pour un plus grand public et d’être capable de les fournir dans un délai rapide. La production est, ici, dite à point de regroupement. En effet, de nombreuses pièces sont nécessaires afin de monter les moteurs brushless mais ceux-ci sont ensuite répartis en quelques catégories et sont ensuite, ‘spécialisés’ par toutes les options possibles. Les produits finis et les matières premières sont donc en nombre important tandis qu’il n’existe qu’un nombre limité de sous-ensembles intermédiaires.
* Types de procédés : Etant donné que l’entreprise doit répondre à des demandes assez spécialisées, elle possède des ateliers spécialisés (job-shops). Mais l’entreprise produit, également, en plus grande quantité des produits plus standards, elle possède donc, également, une ligne de production en séries moyennes (batch flow) relativement automatisée mais nécessitant des interventions humaines entre certaines étapes.
* Volume de production : Dans les ateliers spécialisés de l’entreprise, ce sont plutôt des productions unitaires ou en petites séries alors que dans la chaîne de production, ce sont plutôt des séries moyennes à grandes de moteurs qui sont fabriqués.
* Autonomie : L’entreprise dépend de différents fournisseurs afin d’être alimentée en matières premières et en produits semi-finis (ex : bobines de cuivre).