

RENAULT « DOKKER TPMR »

Le modèle « Dokker TPMR » lancé en 2012 par Renault Tech est un modèle de voitures spéciales, exclusivement à destination des personnes à mobilité réduite. Le lot de 1 500 véhicules innovants est à destination des marchés des pays développés à un prix jugé cher (qui atteint 20000 euros).

Source : www.etudes-et-analyses.com

BUGATTI

Filiale du groupe Volkswagen et l'un des plus prestigieux constructeurs automobiles au monde, a pour stratégie de produire de luxueuses séries limitées à des intervalles réguliers. Une ambition qui nécessite de réduire le temps de conception des voitures au minimum, mais sans négliger la qualité pour autant.

Source : www.usine-digitale.fr

FERRARI

« Ceux qui achètent une Ferrari achètent du rêve. Ils doivent être assurés que leur rêve d'exclusivité va perdurer. » (*Enzo FERRARI*)

En renforçant l'exclusivité de chaque modèle, Ferrari, filiale du groupe FIAT, cherche à rendre chaque véhicule unique. En faisant du « sur-mesure », la marque italienne veut revenir à son positionnement initial ou – encore – monter en gamme pour passer au rang de référence mondiale en termes de voitures de sport de luxe.

Source : www.autocult.fr

TOYOTA MOTORS CORPORATION

Toyota s'inscrit dans une logique de réduction des coûts (son modèle de management repose sur le « Just in time » et de lutte contre le gaspillage). Pour cela, elle cherche non seulement à toujours améliorer l'utilisation des ressources, mais aussi à trouver des alternatives peu coûteuses pour la conception de ses véhicules. Les différentes améliorations peuvent alors entraîner une réduction de 10 à 25% du prix de vente par rapport à ses rivales.

Source : www.ladissertation.com

RENAULT « DACIA »

Renault a fêté récemment les 10 millions d'exemplaires de sa gamme à bas coût qu'aucun autre constructeur n'a réussi à répliquer grâce au lancement de sa Dacia. Ce DAS particulier fait de Renault un roi du "low cost" lui permettant de dépasser ses concurrents internationaux.

Source : www.lepoint.fr

PSA « PEUGEOT- CITROEN - OPEL »

Le groupe PSA a présenté récemment un nouveau plan stratégique visant une meilleure rentabilité et une production de masse passant de 150 000 à 400.000 véhicules entre 2020 et 2025 sur le plus gros marché mondial. Il compte gagner d'avantage puisqu'il s'est inscrit dans une logique de baisse des coûts depuis ces dernières années.

Source : www.lepoint.fr

VOLKSWAGEN « e-Golf »

Le groupe Volkswagen a décidé une diminution de 4.000 euros du prix de sa e-Golf lancée à une quantité limitée en vue de tester le marché en croissance des véhicules électriques. La pénétration de ce nouveau marché s'est effectuée avec un prix compétitif (27 900 euros).

Source : www.la-croix.com

« WALLYS CAR »

Créée en janvier 2006, « Wallys car » la voiture 100% tunisienne produit un seul modèle, le 'Izis' qui est homologué aux normes européennes depuis 2009 et considéré d'une grande fiabilité. Une série limitée de 200 voitures d'Izis a été exportée au Maroc, en France et au Qatar. Depuis sa création, l'entreprise est restée sur une production dans une niche bien particulière à savoir : les véhicules de plaisance.

Source : www.lepoint.fr

RENAULT- LOGAN

Logan : la stratégie gagnante de Renault pour conquérir les pays en voie de développement. Pour cela, la Logan est considérée une voiture familiale, robuste et accessible en prix, a été conçue spécialement pour les pays émergents.

Source : www.etudes-et-analyses.com

FIAT

Le groupe Italien Fiat a misé sur une expansion géographique sur le marché international de l'automobile basée sur une stratégie de minimisation des coûts. Le choix de cette voie stratégique se justifie par la capacité de l'entreprise à réaliser des économies grâce à l'effet d'expérience (Parmi les pionniers des grands constructeurs européens de l'automobile, crée en 1899).

Source : www.etudes-et-analyses.com

SKODA

La marque tchèque de Volkswagen fait des miracles et bat de nouveaux records en termes de ventes pour le groupe. Pour des coûts compétitifs, une Skoda coûte au client moins cher que ses concurrentes et voir même moins cher qu'une SEAT de Volkswagen.

Source : www.challenges.fr

TESLA

Tesla, la voiture électrique dont l'utilisation est limitée aux petits trajets courts, est une voiture qui fait rêver les clients. Ce sont des voitures de luxe (pour la Tesla S ou X) ou de haut de gamme (pour le modèle 3) que ce soit grâce au design, à l'accélération, au silence du moteur, ou aux fonctions de conduite automatique. En 2016, 400000 unités ont été vendues.

Source : www.benoitsarazin.com

FORD

Ford a réussi à dépasser ses rivaux en prenant la tête du marché américain et a réalisé une augmentation de ses ventes de 48 % sur le marché international. Le confort et la sécurité de ses véhicules issus d'un effort intensif en innovation justifient ses prix considérés moyennement chers.

Source : www.etudes-et-analyses.com

MERCEDES

Mercedes incarne la tradition du luxe automobile alliée au prestige et au plaisir de la conduite. Sa notoriété est supérieure à celle de ses rivaux. Ayant l'image d'une marque jugée trop classique, Mercedes décide de réagir avant que la situation ne devienne critique : la direction stratégique envisage donc de rajeunir et de moderniser l'image.

Source : www.automobilestrategies.wordpress.com

BMW

Le leader mondial de l'automobile premium BMW mise sur les technologies, l'électrique et l'investissement massif en innovation pour maintenir son rang sur le grand marché international de l'automobile. Il vise une marge opérationnelle supérieure à 10 % en 2021, lui permettant de rester le leader incontesté des voitures sportives de Luxe.

Source : www.lesechos.fr

AUDI

Devenir un symbole de réussite ne tombe pas du ciel. Aujourd'hui, une marque phare liée au luxe automobile, Audi a construit son positionnement dans le [sport automobile](#) grâce à ses innovations technologiques poussées. Ainsi, elle souhaite être davantage destinée au grand public.

Source : www.etudes-et-analyses.com

ALFA ROMEO

Le dernier modèle [coupé 4C](#) de la marque italienne Alfa Romeo lui a attribuée une nouvelle image jeune et un retour à la sportivité. Autant d'investissements sur ce produit ont fait évoluer l'image de marque et par conséquent, les ventes ont augmenté pour dépasser, pour la première fois, la barre des 100.000 unités vendues.

Source : www.autoplus.fr

KIA

Les brillantes réalisations de Kia reviennent à ses deux modèles phares à savoir la Rio et la Picanto dont les ventes ont enregistré une progression de 117% par rapport à 2018, la positionnant ainsi comme leader du segment des citadines de qualité inférieure. Ses prix ne sont pas chers et ses équipements sont minimums.

Source : www.etudes-et-analyses.com

HYUNDAI

Dès son lancement en 2012, le producteur de véhicules d'entrée de gamme est devenu un grand styliste de l'automobile en excellant aussi bien dans le design que dans la communication. Le modèle de gestion de l'entreprise lui a permis un incontestable succès commercial, renforçant la réputation de Hyundai de constructeur de voitures à prix abordable.

Source : www.cairn.info

JEEP

Jeep dévoile cette année une nouvelle version de son modèle innovant « Compass » ouvert à une nouvelle cible plus large . Cette nouvelle génération présente une amélioration à tous les points de vue : design, équipement et surtout un moteur assez puissant. Toutefois, cette innovation est coûteuse pour l'entreprise ce qui explique un prix de vente supérieur à l'ancienne génération.

Source : www.dguideautoweb.com