**ACER IN 2001: THE REORGANIZATION**

1. **What is competition like in the computer and peripherals industry ?what do we learn about the nature and strength of the competitive pressures Acer faces from doing a five forces analysis ?**

**Answer:**

Dalam Industri Komputer, Persaingan sangat ketat dan sering sekali terdapat potongan harga. Berdasarkan Analisis Global Industri pada faktor kompetitif utama adalah harga, kinerja produk, kualitas produk dan kehandalan, layanan pelanggan dan support, dan juga distribusi. Acaer menunjukan keberhasilannya dengan inovasi teknologi, berikut menurut saya:

* **Threats of New Entrants**

Ancaman terhadap pemain baru dalam industri komputer sangat terbuka lebar, karena teknologi yang di terapkan sudah relatif umum. Akan tetapi untuk memasukin industri ini membutuhkna modal yang besar, sehingga pemain baru di industri ini tidak tumbuh terlalu banyak. Hal ini juga di dorong bahwa Pemain lama sudah bermain di pasar Internasional dan Global, yang akan menyebabkan pemain baru hanya bisa melakukan di lokal atau regional dari suatu negara saja. Tapi perlu diingat ada pemain baru yang memiliki potensi untuk ke Pasar Global jika mereka menawarkan suatu Perbedaan atau harga yang murah dengan kualitas yang sama.

* **Threat of Substitutes**

PC pengganti, Laptop atau Notebook yang merupakan produk yang sangat populer karena kesederhanaan dan mobilitas, tetapi dalam industri PC, Acer tidak perlu khawatir tentang arti ancaman produk pengganti ini, karena harga laptop atau notebook jauh di atas PC. Selain itu, Acer sendiri menghasilkan produk-produk ini sehingga diharapkan pelanggan Acer tidak akan pindah ke kompetitor lain.

* **Bargaining Buyer Power**

Tingkat diferensiasi produk dalam industri ini tidak terlalu jauh, sehingga pelanggan memiliki daya tawar yang sangat besar karena mereka hanya pindah ke produk lain tanpa khawatir tentang perbedaan dalam teknologi dan fitur yang ditemukan di PC.

* **Bargaining Supplier Power**

Acer memiliki banyak pemasok untuk memproduksi produk-produknya. Selain itu, Acer di seluruh dunia. Ini berarti bahwa Acer tidak hanya harus bekerja sama dengan pemasok lokal, tetapi Acer juga harus mampu bekerja sama dan membangun hubungan yang baik dengan pemasok dan eksternal (global). Juga karena Acer memproduksi massal (dalam jumlah besar) Acer harus memiliki daya tawar yang besar terhadap pemasok, Acer selain memproduksi barang dengan merek mereka sendiri, Acee juga kontraktor manufaktur untuk perusahaan PC besar seperti HP dan IBM. Selain itu, akuisisi perusahaan dan pemasok dengan Acer, Acer tentu daya tawar akan meningkat, yang di beberapa negara, bahkan Acer melakukan join venture dengan pemasok lokal melalui anak perusahaan.

* **Industry Rivalry**

Pesaing di industri ini terus tumbuh, namun karena masuk ke industri ini sulit (membutuhkan modal yang besar dan perubahan yang cepat), pesaing dalam industri ini terbatas pada pemain lama yang aktif bersaing dengan penerbitan produk baru dan bersaing dalam hal harga, promosi, dan teknologi. Selain itu, perubahan teknologi yang cepat juga mempengaruhi sehingga pesaing tidak diperbarui dengan teknologi baru atau tidak efisien dalam operasi akan dengan mudah keluar dari industri ini..

**Amerika:** Compaq, Dell, IBM, and Hewlett-Packard  
**China:** Legend, Founder, Great Wall, TCL, Tsinghua Tongfang, Hisense  
**Worldwide:** Toshiba, Fujitzu Siemens, NEC, Sony, Apple

1. **How would characterize Hyundai Acer’s strategy? What are the chief components of its strategy?**

**Answer:**

Strategi yang digunakan oleh Hyundai yang telah diadopsi oleh Acer adalah "Global Brand, Local Touch" and "Fast - Food Business Model". Ini merupakan keuntungan bagi Strategi Pemasaran Acer dalam industri teknologi. Awalnya Acer membuat produk elektronik untuk pasar Taiwan sebelumnya kasus ini mirip dengan yang di lakukan yang menciptakan lokal Market Hyundai kemudian meluas ke negara-negara lain. Acer excel dalam menciptakan Kepemimpinan Biaya rendah untuk produk acer dikenal di Pasar Global adalah produk premium dengan harga yang lebih rendah dibandingkan dengan pesaingnya. Acer menjadi perusahaan Taiwan pertama membuat chip DRAM, Plasma Display, Handset dan produk lainnya dikenal sebagai produk bernilai tinggi..

1. **Does your competitive strength analysis of Acer company and its rivals reveal that Acer company has a competitive advantage or a disadvantage in the computer and peripherals industry? what are the sources of the advantage do disadvantage? Does Acer company have a sustainable competitive advantage in the automobile industry?**

**Answer:**

Acer bersaing di PC dan peripheral industri memberikan solusi komputasi personal bagi konsumen dan bisnis. Hal ini memungkinkan Acer untuk mempertahankan margin untuk setiap merek. Sebagian besar merek di PC industri menawarkan hanya satu merek Acer menawarkan berbagai merek untuk segmen yang berbeda. Aspek utama adalah bahwa Acer berdiri sendiri dibandingkan dengan pesaing dalam menawarkan berbagai merek yang menargetkan berbagai segmen.

Merek Acer diakui baik di antara kebanyakan konsumen di Taiwan dan wilayah lain seperti Eropa dan Amerika Utara. Merek yang kuat perusahaan memberikan keunggulan kompetitif dan memungkinkan untuk perintah harga premium untuk produk-produknya. Perusahaan menghasilkan mayoritas pendapatan dari zona Euro, dan perlambatan ekonomi di zona Euro bisa memberikan tekanan pada pendapatan perusahaan

1. **Can Acer company continue to be successful? What issues does management need to address?**

**Answer:**

Tentu bisa. Karena setelah reorganisasi, Acer masih memperoleh peningkatan pendapatan operasional sebesar 28% sehingga dapat dikatakan bahwa reorganisasi ini cukup berhasil. Isu bahwa manajemen perlu untuk mengatasi adalah perubahan konstan, persaingan yang tinggi, operasi yang sulit, menggabungkan kontrak manufaktur dan bisnis sendiri-merek.

1. **What impresses you about this company? What aspects of Acer Company do you find unimpressive? Is it a great strategy, superb strategy implementation and execution or great leadership?**

**Answer:**

Meskipun berada dalam kesulitan, Acer tidak menyerah tapi masih berusaha untuk menemukan solusi untuk menyelesaikan masalah mereka dan selalu membuat inovasi.

Saya pikir saya tidak terkesan tentang Acer tidak fokus ke bisnis utama mereka berada di komputer pribadi (PC), peripheral komputer dan kontrak manufaktur komputer dan produk elektronik.

Saya pikir itu adalah strategi yang hebat dan kepemimpinan yang besar. Karena Stan Shih sangat berani untuk membuat keputusan untuk melakukan reorganisasi. Reorganisasi yang Acer melakukan adalah memindahkan fokus kepada pelanggan dan itu strategi yang hebat.

1. **Based on appendix One what steps should Acer Company take to improve its corporate performances and to strengthen its position in automobile industry? What is your recommendation for Acer Company to improve its Corporate strategy in order grow its market?**

**Answer:**

Langkah yang harus Acer ambil:

* Untuk pasar yang dipilih dengan kompetitif-edge, mengembangkan produk saat ini dan baru.
* Untuk pasar yang lemah, membawa lebih banyak produk hanya setelah kondisi membaik.
* Mengoperasikan e-bisnis, mulai dari Taiwan dan memperluas ke daratan Cina
* Memanfaatkan pengetahuan e-bisnis yang dikembangkan di China untuk menciptakan produk baru yang inovatif

Rekomendasi saya:

•Mempertahankan 3 Strategi utama yang telah di terapkan yaitu Pemasaran Merek

melalui Distribusi, logistik lokal, manajemen rantai penjual Global)

• Fokus pada biaya rendah dan harga rendah

• Merealokasikan sumber daya manusia baru

• Lanjutkan divestasi investasi non-core.