

# Analyse de l'environnement de l'entreprise Samsung

## → Analyse SWOT

### Forces

- La marque s'est imposée sur le marché et le domine depuis plusieurs années, elle occupe 18,5% des parts du marché et est reconnue pour les prix qu'elle a reçus (ex : CES, Consumer Electronic Show)
- Recherche et développement => Samsung a une position concurrentielle, reconnue pour ses compétences innovantes avec un bon chiffre d'affaires
- Bonne démarche environnementale => appareils respectueux de l'environnement donc hausse de la réputation de la marque
- Position géographique avantageuse, surtout en Asie, ce qui a permis une croissance notable de l'entreprise

### Faiblesses

- Samsung est fortement dépendante du marché américain, ce qui représente un obstacle ainsi qu'un risque de récession
- Baisse des ventes de smartphones depuis 2017 en Asie
- Avec plusieurs cas de livraisons de produits endommagés, il y a eu une réduction de la confiance des consommateurs
- Image ternie à cause de certains scandales (ex : président de l'entreprise accusé de soudoyer la Corée du Sud pour une fusion éventuelle. Dans ce contexte, la marque a des difficultés à s'implanter sur le marché coréen)

### Opportunités

- La marque met en avant le développement de son activité : climatisation, télévisions, téléphones pliables... Il y a une diversification générale qui donne un avantage sur le marché
- La marque a équipé ses appareils d'une capacité de réseau de 5G et 6G

### Menaces

- Controverses liées à la violation de brevets
- Concurrence accrue (Apple, Xiaomi, Huawei)
- Menaces légales et réglementaires : la loi est différente selon l'endroit où la marque opère, donc cela mène à des entraves à la réglementation
- Contrefaçon d'autres marques (le Samsung Galaxy S7 Edge était contrefait)

## → analyse PESTEL

### **Politique :**

- Politiques et législation des gouvernements où Samsung opère affectent la stratégie commerciale (taxes, conditions de travail, normes écologiques, stabilité politique...)
- Marque sud-coréenne donc bénéficie de l'accord de libre-échange, donc tarifs moins chers et marque plus compétitive à l'internationale
- Changements de réglementations : impact des changements de standards technologiques, lois de protection de la vie privée, réglementation de la protection des données (ex : changements de réglementation des données utilisateurs peut affecter la manière de designer et commercialiser les produits)

### **Economique :**

- Impact des conditions économiques du pays comme l'inflation (influent le pouvoir d'achat des clients donc les ventes)
- Changements de taux de change peut impacter le profit de la marque (si plus cher à l'international, réduction des ventes)
- Taux de chômage : si haut, moins de pouvoir d'achat, plus si taux plus bas
- Politiques économiques des gouvernements (politique fiscale, monétaire...)

### **Socio-culturel :**

- Comportements des consommateurs envers la technologie importants à comprendre
- Changements de mode de vie et de "tendance", ex : montre connectée pour suivi de santé
- Facteurs démographiques (population, moyenne d'âge, revenus moyens...)
- Différences culturelles = différents besoins et intérêts, à prendre en compte lors du marketing et de la commercialisation des produits (ex : symbolique de la couleur, inquiétude sur la protection des données,...)
- Niveau d'éducation : plus il est haut, plus la marque a de chances qu'elle soit sollicitée
- Engagement éco-responsable important pour les consommateurs inquiets à ce sujet

### **Technologie :**

- Investissement constant de la marque dans la recherche et le développement pour être à la page des technologies et de ses avancées
- Gestion de l'obsolescence des produits
- Impact de l'état des infrastructures techniques (ex : réseau 5G)
- Transformation digitale : changements des habitudes avec le marketing digital, le e-commerce, le télétravail...
- Cybersécurité : menaces à gérer, protection renforcée
- Changements des réglementations (protection des données, IA, droits numériques...)

### **Environnemental :**

- Changement climatique = impact sur chaînes de production et de manufacture (catastrophes naturelles, inflation des matières premières)
- Gestion des productions de déchets et de la pollution engendrée par la production
- Importance de l'énergie durable, demande en hausse pour les produits "verts" (recyclés etc.)
- Ressources rares = conflits à gérer et responsabilité à garder
- Réglementations environnementales

- Pression sociale sur l'éco-responsabilité, critère très regardé actuellement par les consommateurs

**Légal :**

- Réglementation de la sécurité des produits
- Droits d'auteurs pour protéger les produits
- Réglementations à respecter pour conditions de travail dans chaque pays où la marque est implantée (salaires, heures de travail, santé et sécurité, discrimination...)
- Lois de protection des données et de la vie privée, lois environnementales, réglementations commerciales, lois de protection des consommateurs