

TP5 – L'adaptation à son environnement : Kodak

1) Qu'est-ce qu'une décision stratégique ?

Une décision stratégique est une décision qui est prise par les dirigeants d'une entreprise et qui touche toute l'entreprise. C'est une décision à long terme et qui engagera beaucoup de moyens matériels et/ou économiques

2) Quels sont les principales décisions stratégique qui ont permis à Kodak de devenir le leader mondial sur le marché de la photographie ?

Création de la pellicule (« premier film souple transparent ») qui, une fois utilisée, doit être renvoyée à Kodak pour être développée. L'utilisateur se voit donc envoyer ces photos et son appareil rempli de nouvelles pellicules. Kodak va passer par une très grande campagne marketing (ex : Kodak Girl) pour permettre de créer un nouveau marché du souvenir, de permettre à tout le monde d'immortaliser n'importe quel moment avec leur appareil photo en ce basant sur l'utilisation de l'appareil par les femmes au foyer qui leur permettrait de garder des souvenirs de famille.

3) Identifiez et classez dans un tableau les différents types de ressources de Kodak au milieu des années 1990.

Ressources de Kodak

R. Matérielles	Nombreuses usines partout dans le Monde
R. Immatérielles	1100 Brevet Nombreuses technologie Forte image de marque
R. Humaines	96 300 Employés PDG : Kay R. Whitmore George M. C. Fisher
R. Financières	CA = 10.3 Milliards Bénéfice net = 411 Millions 42 % de part de marché

4) Expliquer en quoi les ressources immatérielles peuvent constituer à la fois une force et une faiblesse.

Kodak est connu pour ses appareils à pellicule et base une très grande partie de ses revenus financiers sur la vente des pellicules. Leurs images de marque très prononcées peuvent devenir une faiblesse car même s'ils sont reconnus dans le monde de la photo, ils risquent d'avoir du mal à se développer d'autres marchés, avec par exemple leur appareil numérique qu'il vendait à perte.

5) Quelles étaient les menaces qui pesaient sur Kodak à cette époque ?

La perte des parts de marché causée par la montée de marques nouvelles qui se placent sur le marché du numérique. L'ouverture de ce nouveau marché a porté encore un coup à Kodak qui avait refusé à un de leurs employés le prototype d'un appareil numérique qui aurait pu être la révolution par Kodak. L'entreprise est donc menacée par ces entreprises qui lui volent des parts de marché et une baisse des ventes de leur pellicule car la technologie est trop ancienne et que les nouveaux consommateurs achètent directement des appareils numériques.

6) Identifier la décision stratégique prise par Kodak en 1996. Pourquoi ont-ils décidé de prendre cette décision ?

Création et mise en vente de nouvelle pellicule, ils essayent de relancer le marché de la pellicule

7) Faites un bilan sur les erreurs de Kodak et expliquez pourquoi Kodak a fait ces erreurs.