

Etude de cas « NETFLIX »

Netflix, est une multinationale américaine SA, s'affirme aujourd'hui comme le leader incontesté de la SVOD (est un service de vidéo à la demande par abonnement reposant sur la technologie du streaming).

Cette startup innovante compte aujourd'hui plus de 120 millions d'abonnés à travers le monde et emploie plus de 5000 collaborateurs. L'entreprise, fondée en 1997, proposait à ses débuts de la location ou de l'achat de DVD qui étaient livrés à domicile. En 20 ans, l'entreprise a su évoluer de manière agile et a réussi à rebondir à chaque écueil rencontré pour être aujourd'hui un géant mondial du divertissement audiovisuel avec une présence dans 50 pays, une part de marché mondiale de 66% de la vidéo en streaming et un chiffre d'affaires qui est passé d'environ 1,36 milliard de dollars en 2002 à 15,8 milliards de dollars en 2018. Cette ascension fulgurante s'est d'abord faite sur le marché américain, puis à l'international. Le management ainsi que les valeurs de l'organisation l'ont beaucoup aidé dans cette évolution.

Initialement, le business model proposé par son fondateur Red Hastings, consiste à proposer un service de location de DVD commandés par internet et envoyés par la poste. En 1999, Netflix abandonne le système de la commande et du paiement à l'unité pour celui de l'abonnement mensuel. Cependant, la formule peine à démarrer. Netflix accumule les pertes et cherche même un repreneur. Mais, sa situation s'améliore grâce à une innovation technique : un « moteur » de recommandation de films, lancé dès 2000 et proposé aux abonnés. En 2007, Netflix fait évoluer son business model en complétant son offre d'un service de vidéo en streaming en illimité et accessible via internet (service offert à ses abonnés et qui complète l'activité de location des DVD). C'est le premier pas du groupe dans la SVOD et en dehors de son métier d'origine. En 2011, Netflix prend la décision de dissocier les deux activités.

Cette réussite Netflix la doit à sa capacité à avoir perçu et répondu aux changements affectant le marché américain de la vidéo.

Le groupe a su anticiper et répondre le premier à la transformation des usages en matière de consommation audiovisuelle provoquée par l'arrivée et la diffusion d'internet et la numérisation des contenus. Cependant, il est à noter que les géants du streaming vidéo à l'instar de Netflix ne sont pas encore passés à l'énergie verte...

Les ressources humaines sont considérées comme un acteur central de la métamorphose de la compagnie. Netflix a su mettre en place un management inédit et une culture d'entreprise unique basée sur la confiance.

Cette confiance se substitue aux règles et entraîne une responsabilité des salariés. A travers cette confiance, l'entreprise a installé des rapports sincères avec ses salariés, ce qui a entraîné des comportements positifs, tels que la persévérance, la créativité, et la rigueur. Ces trois valeurs sont des facteurs indispensables au développement d'une entreprise.

Par exemple les salariés ont des congés illimités. Ils ont la responsabilité de choisir le nombre de congés, en fonction des besoins de leur équipe, du travail accompli, du travail encore à faire. La politique de rémunération dépend aussi du travail accompli, et non pas du temps passé dans l'entreprise.

Pour renforcer cette idée de performance d'équipe, l'entreprise offre le meilleur cadeau à ses salariés les plus collaboratifs, "Travailler avec les meilleurs". Ce travail d'équipe se ressent également à travers le décloisonnement des services, en incitant l'entraide entre les différentes équipes de travail.

Source : www.lescahiersdelinnovation.com

- 1) Présentez l'entreprise « Netflix ».
- 2) Préciser les produits et/ou services qu'elle propose.
- 3) Classifiez-la selon les différents critères. (Juridique, dimensionnel et sectoriel).
- 4) Identifiez les finalités de « Netflix ». Expliquer chacune.