

SAMSUNG

Do what you can't

Galindo Adrian | Soupramaniane Vimal
Bardou Martial | Lassaad Amir



SOMMAIRE

01 L'entreprise

- **Histoire**
 - Moments clés
- **Analyse de l'industrie**
 - Mission | Vision | Objectif | Valeur | Enjeux
- **DAS**

02 Analyse Externe

- **PESTEL**
- **Escenario + scenarios**
- **Mapping**
- **5 + 1 Forces de porter**
- **FCS**

SOMMAIRE

03 Analyse interne

- **Ressources et Compétences**
- **VRIO**
- **Chaîne de valeur**
- **Matrice BCG**
- **Forces et Faiblesse**

04 conclusion

- **Recommandation**



01

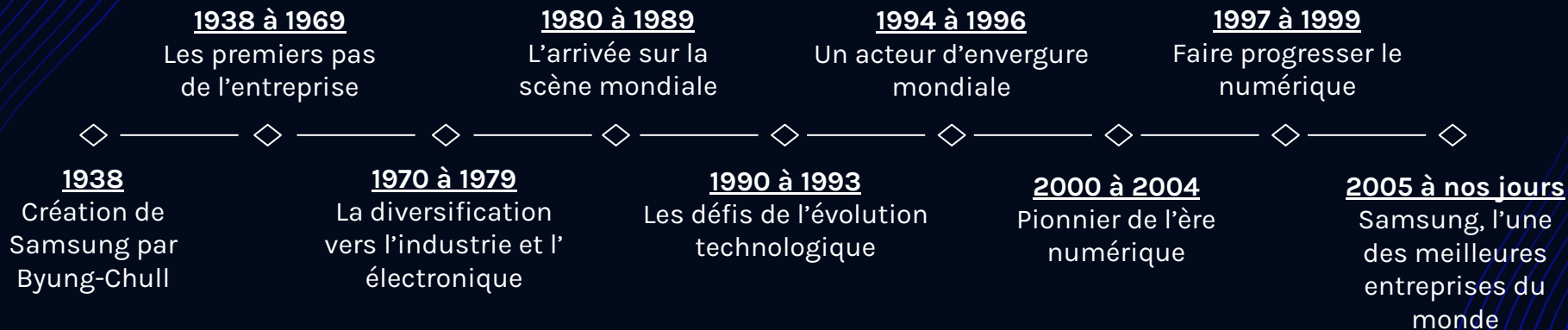
L'entreprise

Histoire

Samsung a été créée en 1938 par un entrepreneur, Byung Chull Lee (1910-1987) et est dirigé actuellement par Lee Kun-Hee, fils du fondateur. C'est un groupe qui possède 120 filiales dans 65 pays du monde, dont le siège est situé à Séoul, et qui concentre 275 000 employés dans le monde entier. Le chiffre d'affaires de Samsung s'élève à plus de 170 milliards de dollars par an depuis 2007. Samsung a été, au départ, une société de commerce d'import-export d'alimentation. Durant près de 30 ans, Samsung exploite le secteur d'importation de produits de première nécessité indispensables et le secteur industriel (fabrication d'engrais) et forme le plus grand conglomérat de Corée. Ce n'est seulement qu'à la fin des années 1960 que Byung Chull Lee se lance dans l'électronique en débutant par une coopération avec Sanyo Electric (firme japonaise). Dès lors, Samsung s'est développé et diversifié dans des secteurs plus tournés vers l'électronique, l'informatique et les télécommunications. Samsung a d'abord été connu pour ses produits bas de gamme et bon marché, le groupe s'est ensuite imposé pour ses produits à la pointe de la technologie grâce à un modèle industriel efficace. Il est devenu l'un des leaders mondiaux de l'ère numérique, notamment à travers sa principale filiale Samsung Electronics. Samsung est présent dans les secteurs d'activités d'électronique (42.6% du chiffre d'affaire), d'industrie lourde et biens équipement (7.7%), d'ingénierie génie-civil (5.7%), de services financiers (37.8%), et divers (textile, hôtellerie, communication) (6.2%). Samsung est devenu l'un des principaux chaebols et le plus ancien de Corée. Les chaebols sont des conglomérats ou ensembles d'entreprise, de domaines variés, liés entre elles par des participations croisées et des liens financiers tissés à partir d'une banque. Samsung Electronics CO. Ltd., la filiale la plus important du groupe Samsung, est un chef de file mondial dans les technologies des semi-conducteurs, des télécommunications, des médias numériques et de la convergence numérique, employant approximativement 190 000 salariés sur 185 sites répartis dans 65 pays et avec un chiffre d'affaires de 116,8 milliards de dollars. Reconnu parmi les marques mondiales affichant la croissance la plus rapide, Samsung Electronics est un des principaux fabricants de téléviseurs numériques, de puces mémoire, de téléphones mobiles et d'écrans TFT/LCD. L'action de Samsung Electronics est cotée en bourse est actuellement à 810.000 won. Voici la variation de l'action Samsung Electronics durant les 5 dernières années.

Histoire

- **Moments clés**



Analyse de l'entreprise

- **Mission :**

- Ressources humaines et ressources technologique
- Supériorité des produits et services
- Amélioration de la société mondiale

- **Vision :**

- Inspiration mondiale
- Innovation
- Amélioration de la vie et prospérité sociale future

- **Objectif :**

- Environnemental : Généraliser les matériaux recyclés
- Création de projet en partenariats avec le programme des Nations-Unis dans le but d'atteindre des objectifs pour un avenir meilleur

- **Valeurs :**

- Électronique, construction navale et bâtiment

- **Enjeux :**

- Judiciaires : Par rapport au plagiat des produits adverses (Apple)
- Cybersécurité et de la mobilité de l'entreprise



● **DAS :** Choix du groupe : Samsung Electronics

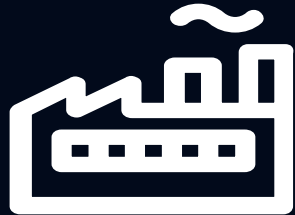
| SAMSUNG | Technologie | Publique visé | Besoins satisfaits |
|--|--|---------------------------|--|
| Electronics (Produit electroniques) | TV LED, smartphones, accessoires connectés, écrans LCD... (+) | Entreprise Particulier | Faciliter une tâche, communiquer, divertissement, gagner du temps |
| C&T corporation (Construction, mode, commerce et hôtellerie) | Parcs d'attractions (Everland Resort), musées (Leeum et Ho-Am), Fashion Group | Entreprise | Espace confortable, accueillant un nombre déterminé de personnes (selon les situations), esthétique |
| Life assurance (de vie, décès, maladie, retraite, rentes) | Assurances | Entreprise Particulier | Rassurer, soulager une pression/problème/ charge |
| Heavy Industries (Construction navale, éoliennes) | Construction navale, éolienne | Entreprise | Navigation maritime en toute sécurité, soutenir une source d' énergie non-polluante |
| Engineering (Services d'ingénierie, Hydrocarbures, industriel et environnemental) | présent indirectement dans le projet Burj Khalifa, Traitement du gaz (GOSP, GSP) | Entreprise | Solutions des problèmes, gestion des hydrocarbures, innovations |

- **DAS :** Choix du groupe : Samsung Electronics

- Dans Samsung Electronics nous trouvons :

- **Téléviseurs** (Ecrans LCD principalement)
- **Appareils ménagers** (Réfrigérateurs)
- **Semi-conducteurs** (mémoires RAM, Flash, les cartes graphiques, etc.). Ils sont surtout destinés aux professionnels et fabricants d'ordinateurs.
- **Réseaux et Télécom** (Equipements pour entreprises - WMAX, etc. - téléphones portables)
- **Supports numériques** (Appareils photos numériques, caméra numériques, imprimantes, etc.)





02

Analyse Externe

● PESTEL

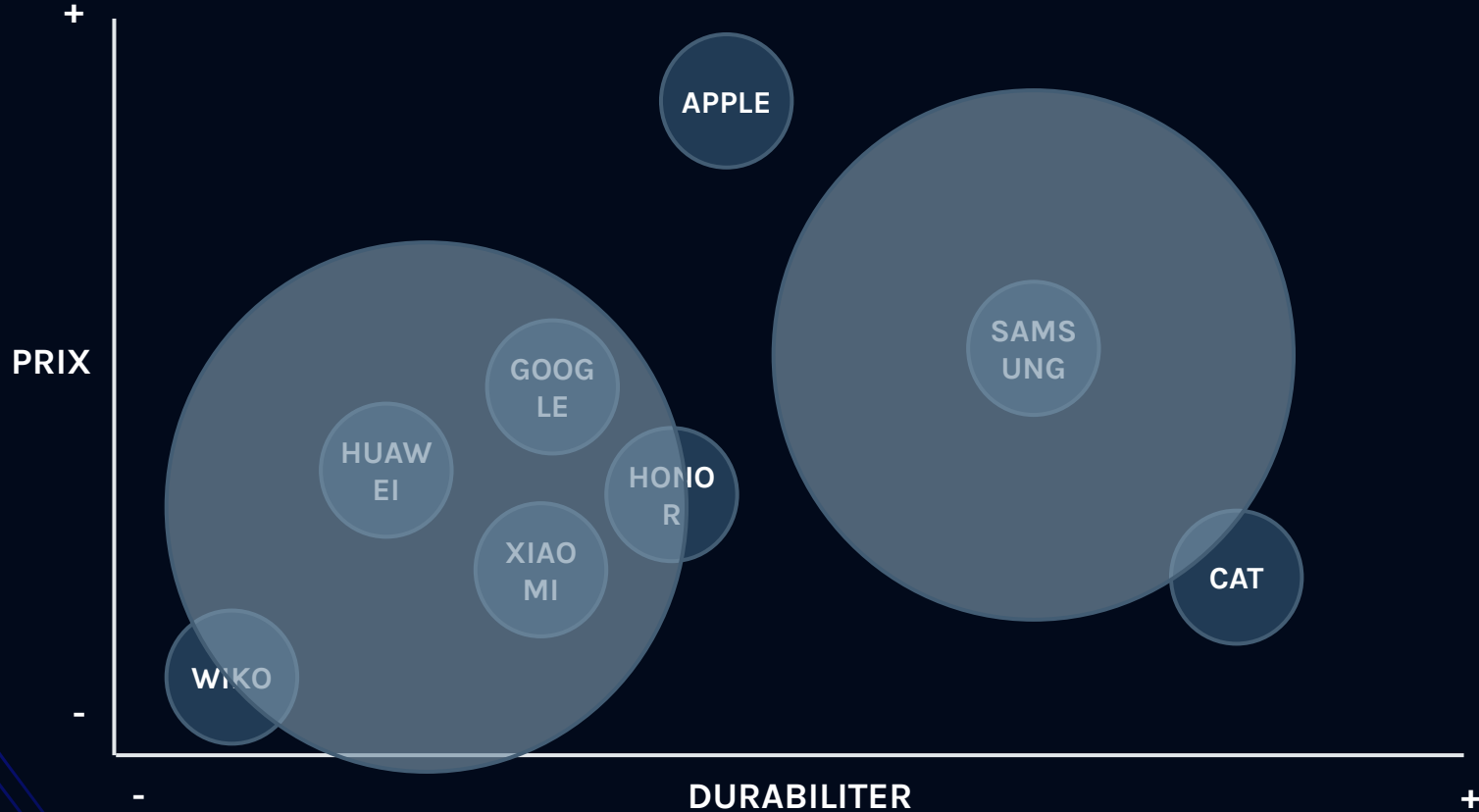
| SAMSUNG | Opportunité | Menace |
|---------|--|---|
| P | <ul style="list-style-type: none"> L'aide de l'Etat coréen | <ul style="list-style-type: none"> Instabilité politique à cause du conflit avec la Corée du Nord |
| E | <ul style="list-style-type: none"> Ventes mondiales de téléphone 2013 : 1820 Millions (1220 en 2009) Ouverture de nouveaux marchés dans les pays émergents | <ul style="list-style-type: none"> Crise économique de 2008 : chômage (impact sur les ventes) Concurrence du marché chinois (ZTE, Huawei) |
| S | <ul style="list-style-type: none"> Développement des nouvelles technologies, téléphone toujours plus performant | <ul style="list-style-type: none"> Baisse de la fidélité des consommateurs Création de la famille "Apple addict" |
| T | <ul style="list-style-type: none"> Arrivé la 4G Investissement en recherche et développement | <ul style="list-style-type: none"> Innovation constante du marché de la téléphonie |
| E | <ul style="list-style-type: none"> Initiative du chargeur universel Effort de recyclage des composants des téléphones | |
| L | <ul style="list-style-type: none"> Haute protection de la propriété intellectuelle | <ul style="list-style-type: none"> Victime de problèmes concernant les problèmes concernant les brevets sur le marché des smartphones |

● Escenario + scenarios

- **Variables pivots** : épuisement des ressources nécessaires à l'entreprise, les progrès technologiques
 - Interprétations : dans ce **scénario 1**, les ressources sont encore largement disponibles et exploitables, car Samsung arrive finalement à trouver de nouveau moyen d'accéder à des ressources naturelles.
 - **Conséquences stratégiques** : Samsung peut diversifier ces sources de revenus. Elles peuvent gérer en entretien leur portefeuille d'activités stratégiques. Les facteurs clés de succès reposent sur la capacité des entreprises à sécuriser les nouvelles technologies et à proposer de nouveaux produits à faible prix.
 - Interprétations : dans ce **scénario 2**, les entreprises arrivent à trouver de nouvelles ressources (matière première) mais n'arrivent pas à mettre au point une quantité suffisante pour leurs clients afin d'obtenir de nouveaux progrès technologiques.
 - **Conséquences stratégiques** : Il y aura une forte augmentation de l'intensité concurrentielle.
 - Interprétations : dans le **scénario 3**, elle arrive à mettre au point rapidement de matière première afin de faire face à l'épuisement des ressources.
 - **Conséquences stratégiques** : intensification de l'intensité concurrentielle, guerre entre les principales entreprises du marché afin de faire imposer leurs prix.



• Mapping



5 + 1 Forces de porter



● Facteurs Clés du Succès

Développement du design

Développement de la technologie

Rapport qualité - prix

Ressources financières

Avantage concurrentiel :
Ancienneté de la marque



03

Analyse interne



● Ressources et Compétences

- **Ressources : Les actifs de l'entreprise.**
 - **Humaines et technologiques** : nombre de salariés, expérience, expertise, savoir-faire, brevets).
 - **Financières** : Trésorerie.
 - **Physiques** : Equipement, machines, sites de production et localisation géographique
 - **Réputationnelles** : La marque Samsung.
- **Compétences : Déployer ses ressources.**
 - **Développer** les meilleurs produits et services (**Innovation**).
 - **Commercialisation, Vente et service** : Capacité à identifier précisément les besoins des différents segments de clients et à proposer une offre adaptée, capacité à percevoir, voire à anticiper, les changements des attentes du marché.
 - **Gestion financière**: Capacité à gérer la trésorerie de manière optimale, capacité à gérer les besoins de financement.
 - **Organisationnelles** : Performance d'organisation, coordination (pour un projet).



• VRIO

| Ressources | Valeur | Rareté | Inimitable | Organisation | Avantage Concurrentiels |
|----------------------------|--------|--------|------------|--------------|-------------------------|
| Humaines et technologiques | ✓ | ✓ | ✗ | ✓ | ✓ TEMPO |
| Financières | ✓ | ✓ | ✗ | ✓ | ✓ TEMPO |
| Physiques | ✓ | ✓ | ✗ | ✓ | ✓ TEMPO |
| Réputationnelles | ✓ | ✓ | ✗ | ✓ | ✓ TEMPO |

• VRIO

| Competences | Valeur | Rareté | Inimitable | Organisation | Avantage Concurrentiels |
|-------------------------------------|--------|--------|------------|--------------|-------------------------|
| Innovation | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| Commercialisation, vente et service | ✓ | ✓ | ✗ | ✓ | ✓ TEMPO |
| Gestion financière | ✓ | ✓ | ✗ | ✓ | ✓ TEMPO |
| Organisationnelles | ✓ | ✓ | ✗ | ✓ | ✓ TEMPO |

● Chaîne de valeur

- **Activités de soutien :**

- **Infrastructure de l'entreprise :**

- L'infrastructure en elle-même

- **Gestion des ressources humaines :**

- Samsung Electronics adopte un système de traitement efficace :

- les employés sont mieux payés par rapport à la moyenne sur le marché. Cela vise à accroître leurs compétences et la sensibilisation de la qualité.

- **Recherche et développement technologique :**

- Rechercher continuellement de nouvelles technologies. En 2006, Samsung a défini un budget de 5, 58 milliards de dollars pour la recherche et développement.

- **Approvisionnements :**

- En collaboration avec les fournisseurs du monde entier
 - Partenariat avec les opérateurs téléphoniques : Orange, SFR, Bouygues en France Vodafone, O2 en Angleterre Autres opérateurs mondiaux.

- **Activités principales :**

- **Logistique interne :**

- La recherche et le développement expérimental bien développés.
 - Rythme d'innovation soutenu.
 - Aide financière importante de l'État Coréen.

● Chaîne de valeur

● Production :

- Rachat des fournisseurs.
- Fabrication de ses propres composants électroniques.
- Mains d'œuvre peu chères.

● Logistique externe :

- Distribution aux revendeurs tels que les grandes surfaces (Carrefour, Auchan) et les opérateurs téléphoniques (SFR, Bouygues, Orange). Mais aussi aux sites internet spécialisés dans la mobilité (ThePhoneHouse, PhoneAndPhone, etc.) Cette distribution est effectuée à l'aide de sociétés externes. En France, c'est la société Geodis qui est chargée de la logistique de Samsung Electronics, donc de la mobilité Samsung.
- Distribution intensive, Cadence de fabrication ajustée aux prévisions de ventes du mois.

● Commercialisation et vente :

- Samsung s'appuie sur les solutions offertes par la société Neolane. Neolane est une société de conseil qui répond aux enjeux stratégiques des directions marketing et communication grâce à la seule plateforme d'entreprise permettant de gérer et de coordonner les campagnes à la fois sur les canaux traditionnels d'interaction client et sur les canaux innovants comme les canaux mobiles. Pour appuyer son image de marque, Samsung a mis fin à tous ses contrats existants avec 55 agences de publicité et a signé un contrat de 400 millions de dollars avec l'agence FCB Worldwide. Les publicités Samsung sont présentes sur de nombreux événements sportifs (Jeux Olympiques en 2016, Coupe du monde 2010...).
- Leur marque aussi

● Services :

- Garanties
- Régulièrement élu meilleur SAV de l'année (Service après-vente)

● Forces et Faiblesse

I. Forces

- Technologie de pointe
- R&D très innovante
- Détention de nombreux brevets
- Clients fidèles
- Leadership des parts de marchés
- Position financière forte
- Bonne équipe (employés performantes)

II. Faiblesses

- Communication de masse
- Produits standards et peu d'innovation, produits « connus » car ils sont déjà proposés par la concurrence.
- Appareils de qualité moyenne, parfois pas assez diversifiés.

III. Opportunités

- Nombreux marchés porteurs à conquérir, marché émergents et expansion à l'étranger
- Demande en croissance
- La vente « online »

IV. Menaces

- Nouveaux entrants agressifs (Chinois)
- Concurrence importante
- Ralentissement économique
- Cycle de vie du produit



- **Matrice BCG**

| CROISSANCE DU MARCHÉ | PART DU MARCHÉ | | |
|-------------------------|----------------|---------------------------------------|---------------------------|
| | SAMSUNG | PLUS | MOINS |
| | PLUS | VEDETTES Les smartphones Galaxy | DILEMMES Smartwatches |
| | MOINS | Vaches à lait Electroménager | POIDS MORT Imprimantes |

● Matrice BCG

- **Vedettes** - « Smartphones » : Les smartphones Galaxy sont la star de Samsung. La part de marché relative et la croissance sont élevées. C'est là que Samsung devrait investir pour augmenter encore ses profits.
- **Vaches à lait**- Électroménager : Samsung est connu pour ses appareils électroménagers de haute qualité et détient une part de marché relativement élevée. Le marché pour ceux-ci ne se développe pas beaucoup car la demande est constante.
- **Dilemmes** - « Smartwatches » : Les Smartwatches Samsung sont actuellement un point d'interrogation. La part de marché est faible, mais le marché croît très fortement. Samsung doit décider de passer à l'offensive ou de quitter le marché. Une offensive ici pourrait être de vendre le produit à un prix inférieur ou d'initier des mesures de marketing pour augmenter les ventes.
- **Poids morts** - Imprimantes : Pour les imprimantes, la part de marché relative et la croissance du marché sont faibles. Les imprimantes classiques ne devraient pas redevenir plus importantes à l'avenir. C'est pourquoi Samsung a déjà appliqué avec succès la stratégie de désinvestissement ici et a vendu la division des imprimantes à HP.

Conclusion

Samsung Electronics a su s'imposer dans le marché de l'électronique et du numérique avec des renouvellements de matériels toujours innovateurs.

Samsung Electronics se lance tout d'abord dans l'électroménager, ce qui modernise l'habitat et qui vise une majorité de la population. Puis dans les semi-conducteurs, afin de les utiliser dans la fabrication des appareils. Enfin, l'entreprise se lance dans le multimédia et la téléphonie mobile afin de viser une population plus jeune. Donc grâce aux différents domaines d'activités stratégiques de Samsung Electronics, la société s'adresse aux consommateurs de tout âge.

On constate pourtant que Samsung Electronics lance ses nouveaux produits après le lancement de produits similaires effectués par ses concurrents.

Il a pourtant surpris ses concurrents avec la création de son système d'exploitation mobile, qui a connu un grand développement remarquable et qui est maintenant bien implanté dans ses téléphones.

Les derniers choix de Samsung Electronics ont été bien accueillis par ses consommateurs fidèles puisqu'il garde sa position avancée dans son domaine.

RECOMMANDATION

Sur le **VRIO**, nous avons constaté que dans les Ressources et Compétences, la plupart les casses sont validés, ce qui donne à l'entreprise un avantage concurrentiel temporaire. Pour rendre ces dernières, un avantage concurrentiel tout court, il faudra valider les casses de "l'Inimitable", celui-ci reste très compliqué, car nous savons que pour être dans ce genre de marché, il faut être innovant par définition, aussi, en regardant ses concurrents, le fait d'être innovant reste compliqué, mais pas impossible.

Nous avons pensé à la création d'un système d'exploitation de la marque Samsung, qui leur permettra de plus être dépendant de la marque Android et leur rendra un peu unique, nous avons déjà vu ces genres inventions comme l'iOS d'Apple, ou encore mieux, continuer leur projet de l'assistante virtuelle Sam (Bixby). Comme concurrent, nous trouvons à Siri d'Apple, Cortana de Microsoft et l'assistant Google.

Une deuxième idée serait d'arrêter leur vente des composants (d'écrans LCD, etc) aux concurrents, dans le but d'utiliser toutes ses ressources afin d'avoir un avantage concurrentiel. Malheureusement, si l'entreprise fait cela, il perdra une bonne partie de leur chiffre d'affaires qui vient de la part de ses concurrents.



**Merci de votre
attention**