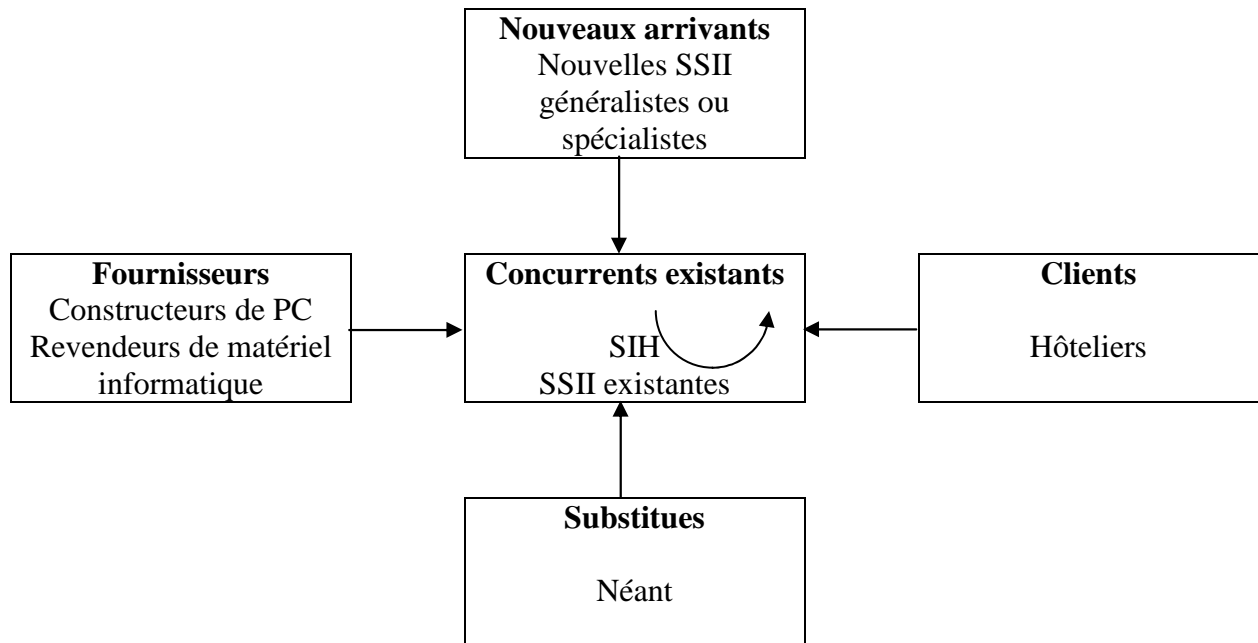


# CAS : SOCIETE D'INFORMATIQUE HOTELIERE (SIH)

## Corrigé indicatif

### QUESTION 1

**Segment** : les SSII fournissant des produits et des services aux hôteliers de la région de Sousse.



#### **Rivalité entre les concurrents est faible :**

- Nombre de concurrents relativement faible dans la région
- Croissance de la demande
- Possibilité de spécialisation (différents créneaux)

#### **Pouvoir de négociation des fournisseurs ne peut être évalué :**

- Pas d'information dans le cas

#### **Pouvoir de négociation des clients est faible :**

- Concentration relative des concurrents par rapport aux hôteliers
- Demande qui est plus importante que l'offre
- Faible risque d'intégration vers l'amont des hôteliers

#### **Menace des entrants potentiels est forte :**

- Pas de barrières à l'entrée
- Cadre législatif encourageant
- Activité attractive vue sa jeunesse et les projections de croissance du marché.

#### **Menace des produits/services de substitutions est faible :**

- Pas de produits/services de substitutions

---

## **QUESTION 2**

a) Pour 1991 :

- Ali et son équipe ont segmenté mais ils n'ont pas utilisé les avantages que leur offrirait une spécialisation en répondant aux besoins spécifiques de leur clientèle.
- Ils n'ont pas suivi l'évolution du secteur informatique en matière de nouvelles technologies et outils se trouvant ainsi dépassés au niveau de leurs compétences.
- Ils se sont concentrés sur la gestion opérationnelle.
- Ils n'ont pas révisé leur objectifs régulièrement pour prendre en compte les nouvelles données de l'environnement concurrentiel (marché restreint et ralentissement de son taux de croissance). Ils n'ont pas engagé une prospection de nouveaux marchés.

b) Pour 1997 :

- Ils se sont concentrés sur la gestion opérationnelle.
- Ils n'ont pas révisé leurs objectifs et stratégie régulièrement pour prendre en compte les nouvelles données de l'environnement concurrentiel (marché restreint et ralentissement de son taux de croissance). Ils n'ont pas engagé une prospection de nouveaux marchés.

---

## **QUESTION 3**

*Proposition de Mourad et Ahmed* : Cyber-café et Cyberspace, Page Web pour les Hôtels et Formations Internet (installation, configuration et utilisation...)

- Compétences existantes (formation, solutions réseaux, développement d'outils sous Windows, vente de matériel) donc pas de changement de vocation.
- Connaissance de la clientèle (hôteliers) pour introduire les nouveaux produits et services autorisant un renforcement des compétences dans le domaine.
- Cet acquis permet d'élargir la clientèle cible aux autres organisations telles que les entreprises et les administrations de la région voire les particuliers.

*Proposition de Faouzi* : Assemblage de micro-ordinateurs (importateur/grossiste)

- Changement de vocation d'où un besoin pour certaines nouvelles compétences.
- Arrivée en retard par rapport à la concurrence existante
- Investissement important.

En se basant sur les informations présentées dans le cas concernant le savoir-faire de SIH, la proposition de Mourad et Ahmed semble être plus adaptée.