

CAS : "ELECTRODE"

Corrigé indicatif

Première Partie : Questions de connaissance et d'analyse

Question 1 : *Quelles sont les quatre principales causes de l'effet d'expérience ? Donner une explication concise de chaque cause. Présenter votre réponse sous forme d'un tableau. (2 points)*

Cause	Explication
Economies d'échelle	Etalement des frais fixes
Effet de taille	Pouvoir de négociation
Effet d'apprentissage	Temps écoulé + volume de production cumulé
Innovation	L'expérience peut entraîner l'amélioration du produit et/ou du processus

Deuxième Partie : Politique Générale – Cas « ELECTRODE » (4 points)

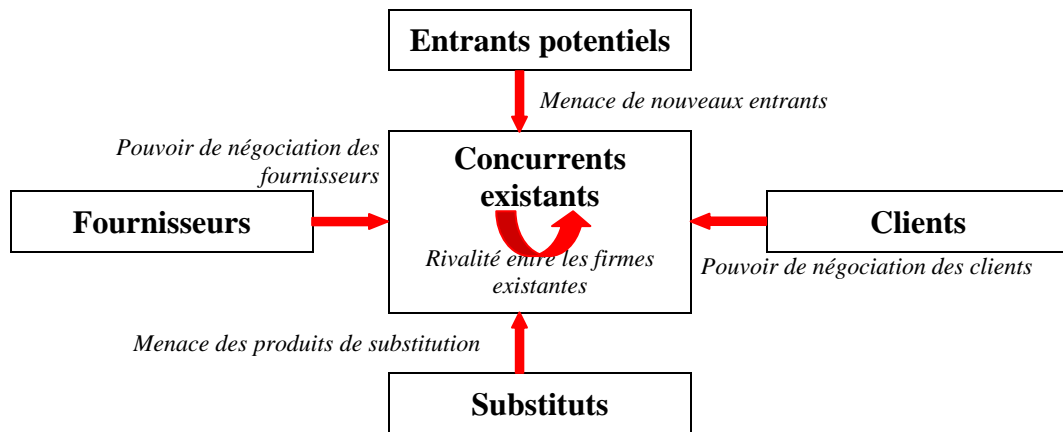
Question 1 : *Commenter la décision de gérer l'activité de fabrication et de commercialisation de téléviseurs comme un nouveau DAS. (1 point)*

D'après le texte, l'ingénieur a surestimé la spécificité des compétences nécessaires à la fabrication de téléviseurs. Il est donc compris que les compétences nécessaires sont globalement les mêmes que celles utilisées pour la fabrication des autres produits. En outre, les téléviseurs sont destinés à la même clientèle, distribués à travers le même réseau de distribution et sous la même marque. Donc, les compétences communes sont plus importantes que les compétences spécifiques (surestimées).

D'après ce qui précède, l'activité de fabrication et de commercialisation des téléviseurs présente de fortes synergies avec les activités existantes.

D'où la décision de gérer cette nouvelle activité comme un nouveau DAS n'est pas adaptée et il serait nécessaire de gérer l'ensemble des activités comme un DAS unique.

Question 2 : Schématiser le modèle de la concurrence élargie de Porter et analyser deux des cinq forces. (2 points)



Force	Analyse	Intensité
Pouvoir de négociation des Fournisseurs	La qualité des produits d'ELECTRODE dépend largement des composants utilisés et ses coûts de transfert sont devenus assez élevés → l'entreprise dépend de ses fournisseurs et ne peut pas facilement changer de fournisseurs	Forte
Pouvoir de négociation des Clients	Le nombre de distributeurs est très important par rapport au nombre de fabricants de ce type de produits → les fabricants sont concentrés par rapport à leurs clients	Faible

Question 3 : Quelle est la voie de développement stratégique suivie par l'ingénieur ? Argumenter. (1 point)

La voie de développement stratégique : la spécialisation (par diversification) marketing

Argumentation : diversification de la gamme de produits tout en s'appuyant sur les mêmes compétences de fabrication et de commercialisation (même cible et même réseau de distribution).