

| | | |
|--|---|--|
| L'esprit de conquête est fondamental dans l'ambiance d'une entreprise. Xavier FONTANET | | |
| Xavier FONTANET | COURS DE STRATEGIE | version : 1 date : 07/2018 page : 1 / 1 auteur : gg |
| BFM TV | La valeur de la part de marché dans le service | Cours 5 |

Cours 5 : Celui qui a la plus grande part de marché est le plus rentable.

Nous avons pris des exemples de grandes entreprises pour vérifier cette règle.
Qu'en est-il des petites entreprises, notamment dans le service ?

Dans le service il n'y a pas de courbe d'expérience : il n'y a que des cas particuliers.

En 2012, des jeunes démarrent une entreprise de home vidéo.
Les ventes passent de 250 000 € à 500 000 € puis 1 000 000 € de 2012 à 2015 avec 10 % de résultat net.
Dans le même temps, le gros concurrent suit la même courbe, mais... à l'inverse :
1 000 000 € puis 500 000 € puis 250 000 € !

La part de marché de la nouvelle entreprise est passée de 30 % à 60 %, les résultats aussi.
On voit le couloir qui relie le résultat à la part de marché.
Il y a une relation directe entre le résultat et la part de marché.
Dans le service, la part de marché se mesure à un niveau très fin : au niveau de la ville.

Autre exemple : BENETEAU.

Lorsque j'y suis entré comme directeur commercial, la société faisait 3 000 000 € de ventes.

Nous avons des concessionnaires.

Nous n'arrivions pas à expliquer pourquoi certains concessionnaires gagnaient chaque année beaucoup,
alors que d'autres étaient chaque année à la limite de la perte nette.

Ils avaient les mêmes bateaux, les mêmes outils, la même formation : que se passait-il ?

Port par port, nous avons étudié les parts de marché et fait le constat :

La rentabilité évolue avec les parts de marché.

La stratégie de nénuphars : faire grossir son entreprise de service ville par ville.

Une petite entreprise peut devenir gigantesque, si elle est capable de
se développer en devenant leader ville après ville.

L'erreur stratégique consiste à attaquer de nombreuses villes en même temps, sans prendre le temps de
devenir leader avant d'attaquer la suivante : on s'épuise financièrement par manque de rentabilité.

Il faut développer ville après ville, puis plus le nombre de villes où l'entreprise est leader augmente,
plus la vitesse explose.

On peut construire une grosse société à partir d'une petite, en utilisant la stratégie des nénuphars.

Pour écouter ce cours aller sur le site <https://strathena.fr/>

Onglet

LE COURS

Cliquer sur

Chapitre 1

Effet d'expérience et part de marché

En bas de page

[Cliquez ici pour accéder à la vidéo suivante.](#)

Jusqu'au cours 5

Ou

<https://strathena.fr/chapitre-1-effet-dexperience-et-part-de-marche-4-4/>