

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

**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/>