

Corrigé cas FNAC

Secteur d'activité :

Marché des produits culturels ☐ distributeurs des produits de culture

Caractéristiques de la FNAC

Fiche technique ☐ identification complète de la marque.

Traits qui identifient la FNAC

La FNAC : symbole de banalisation de la technologie en la mettant à portée de tous :

variété de l'offre qui s'étend aux commandes des produits inexistant, elle est aussi caractérisée par un fort pouvoir d'innovation (en étant les premiers en France à vendre les CD, créer des magasins inédits , FNAC DIGITAL ,

La FNAC recherche la création de liens avec les acteurs externes ☐ forums, événements, débats ☐ favorisant tout type d'échange ;

Entreprise qui prône la diversité :

- offre d'une large panoplie de produits ...

- ... mais aussi de services (service après ventes, service technique, formation , formation à distance,

Promesse d'un prix inférieure que celui de la concurrence (remboursement dans un rayon de 50 km de France)

Le marché pertinent :

Choix du marché qui est un marché de croissance ;

Marché historique sur lequel on a des perspectives de développement en vue de domination.

Marché de la culture ; perspectives d'évolution sont les produits numériques et la vente en ligne.

Analyse des concurrents :

Aucune entreprise ne représente la même diversité

Il n' a pas un concurrents , mais il y' a des concurrents par segments.

☐ capacité à faire face aux crises au niveau du marché

il s'agit de la distribution, c'est un lieu où les gens qui sont intéressés par des achats précis vont venir, mais c'est aussi un lieu loisir (ceux qui ne veulent pas acheter pour venir) visite de la FNAC comme divertissement . avantage

produits référentiels sur un secteur qui peuvent être des produits d'appel pour d'autres (il y'a plusieurs chances qu'on sorte avec d'autres produits qu'on était pas censés acheter)

Barrières à l'entrée :

Aucune entreprise n'est capable de distribuer comme la FNAC il y'a forcément une barrière à l'entrée.

- montant d'investissements nécessaire =investissement en immobilier cher (centre villes+ grands espaces de magasins)
- Lieux de divertissement contexte de divertissement, déco attractive (escalators, lumières...)
- Expérience dans le magasin (essais des produits sur place)

Stratégie de l'entreprise :

Distribution dans le domaine du culturel innovation et non diversification

FCS :

Innovations dans les services et conseils, modèle de distribution (qui sont les facteurs clés de succès de la FNAC)

Création de l'évènement lui-même développement de liens externes avec les clients en organisant les débats, événements

Entreprise citoyenne

Forces et faiblesses :

Forces	Faiblesses
Qualité des produits et services Diversité de l'offre Qualité du conseil Grande notoriété Implantation idéale des magasins Développement des boutiques de locations des vidéos	Baisse du CA Fermetures de magasins Achat en ligne non développé Retard dans le numérique

Opportunités et menaces

<u>Opportunités</u>	<u>menaces</u>
Augmentation du CA du e-commerce Innovation constante des produits technologiques Insertion de nouveaux modes de consommation sur le net	

Principaux problèmes / menaces du secteurs

- Perte de rentabilité et changement de modèle économiques
 - o on va bcp plus vers le numérique qui constitue un changement radical / disparition du développement photo (alors que la Fnac basait son développement sur ce secteur)
 - o Croissance du piratage et copies des livres et autres œuvres (lutter : bibliothèque virtuelle)
 - o Développement de la concurrence sur internet / produits informatiques, photo et multimédia

□ Préconisations :

Développer l'enseigne dans les zones périphériques :

- Positionnement de la FNAC constitue un avantage et en même temps un inconvénient / accès limité : le fait qu'il soit en plein centre limite certaines personnes d'y aller ➤ développer le principe des périphéries comme les supermarchés (accroître l'accessibilité)
- S'implanter dans les grands centres commerciaux (auchan / carrefour...)
- Accroître la visibilité de l'enseigne
- Développer la franchise permettant d'assurer un développement sans moyens importants.

Développer les ventes sur internet :

- Baisser le prix des morceaux à télécharger (lutte contre le piratage)