

investissements n'ont pas forcément immédiates.

des parties prenantes externes:

- les États: les États cherchent à assurer l'ordre public de protection ce qui les conduit à imposer des normes de sécurité afin de préserver la santé nationale. Or, l'optimal d'autorisation de commercialisation conduit à une baisse de la rentabilité ce qui nuit aux actionnaires.

On constate dès lors que une activité de veille s'avère essentielle sur le secteur.

- les hôpitaux: qu'ils soient privés ou publics, les hôpitaux ont à respecter une logique de maîtrise des coûts. Or, les offres de Berlin à 400.000 € sont parfois près de 4 fois supérieures à celles réalisées aux USA. Les difficultés financières des hôpitaux viennent donc ici renforce la pertinence du positionnement de Berlin. Toutefois, ce positionnement réduit les marges et donc la rentabilité des capitaux investis.

Les intérêts parfois contradictoires semblent donc avoir été prise en compte dans

le cadre de la décision à la fois sur la logique de rentabilité avec la sous-traitance de la production et d'une partie de la distribution.

Enfin, le choix de l'internationalisation que nous allons étudier constitue également une aide à la convergence de intérêts individuels des parties prenantes vers un intérêt convergent.

1.4) Pour Alfred Chandler, la stratégie consiste à déterminer des buts et des objectifs sur le long terme ainsi que la mise en place de moyens d'actions et d'allocation de ressources pour atteindre ces objectifs.

L'internationalisation est une modalité de développement qui consiste à proposer des produits sur les marchés étrangers.

Nous étudierons la pertinence de l'internationalisation au niveau financier et au niveau économique en s'appuyant sur le modèle de P. De Woot.

- Performances économiques: (capacité à s'adapter

avec évolutions du besoins du marchés)  
Nous nous observent qu'il y a un problème de visibilité sur le marché, or, l'internationalisation augmente la taille du portefeuille client et permet d'augmenter la connaissance des besoins des capitaux. Gestion développe donc liens ses avantages concurrentiels à l'échelle internationale et les consolide grâce au flux informationnel généré par l'internationalisation.

- Performance financière: (capacité à optimiser les ressources)

La hausse du portefeuille client augmente le nombre de ventes ce qui induit des économies d'échelles internes. En effet, la conception d'un robot coûte le même prix et ce qui importe le nombre de produits vendus.

Conformément à la matrice de Philippe de Wood, l'internationalisation permet de dégager la rentabilité suffisante pour saisir les opportunités

Comme observé précédemment, l'internationalisation constitue bien un facteur clé du succès sur le marché et permet à Gestion de poursuivre sa croissance.

Conclusion Dossier 1: les choix réalisés par Gerlin semblent jusqu'à ce jour pertinent car ils permettent de saisir les opportunités sur le marché et de maintenir ses avantages concurrentiels.

Dossier n° 2:

L. 1) Le marketing réalisé par une entreprise permet de créer et surtout de satisfaire les besoins présents sur un marché.

Pour répondre à cette question, nous utiliserons les "4P"

- Produits et services: la vente de robots constitue l'offre primordiale de Gerlin. Toutefois, la vente de services dans la maintenance permettent en partie de lisser les revenus tout au long de l'année ce qui constitue une aide à la réduction du BFR.

La vente de housses de protection vient également lisser les revenus et permet à Gerlin de continuer à réaliser du chiffre d'affaires en l'absence de vente de robots →

Coller ci-dessous l'étiquette code barre correspondant à l'épreuve

S'il s'agit d'une copie supplémentaire, reportez ici le code à 6 chiffres situé sous le code barre :

004616

Date : 30/04/18

Epreuve / Sous épreuve : Management / gestion

Code Epreuve : 299

Nombre de copies supplémentaires : 3 (numérotez les pages dans le cadre en bas à droite)

Note

attribuée :

Suite Dossier n° 2 :

- Prix : Le prix des robots de Yelim (150.000 à 300.000 euros selon les modèles) permet d'opérer une pénétration sur de nouveaux marchés. Cela satisfait alors le besoin de maîtrise des coûts pour les hôpitaux observé dans le Dossier n° 1.

De plus, Yelim travail exclusivement avec des professionnels ce qui sous entend des relations contractuelles de longs termes. Or, les prix abordables constitue un élément de différenciation par le prix. Une fois le client fidèle, la valeur client pourra être intégrée de façon progressive.

- Place : Comme observé précédemment, la vente à l'international est pertinente car elle permet de saisir des opportunités sur des marchés en forte croissance et en demande d'équipements. →

Communication: In B to B et plus particulièrement sur ce segment de marché, la communication ne consiste pas à réaliser de la publicité. Il s'agit d'avantage de la gestion de la relation client qui est un outil de fidelisation. Il faut également proposer une assistance pour expliquer les spécificités et le mode de fonctionnement des produits et robots vendus.

. Globalement, la stratégie Marketing semble cohérente car elle permet de s'insérer sur de nouveaux marchés tout en proposant une gamme réduite qui lui permet de conserver son savoir faire et constitue un élément de différenciation par le haut.

La fidelisation client est quant à elle assurée grâce au suivi opéré avec les contrats de maintenance.

2.2] . Un système d'information est un ensemble organisé de ressources qui permet de collecter, traiter, stocker et diffuser l'information au sein de l'organisation.

Comme le montre Von Bertalanffy en 1957

dans la théorie générale des systèmes; l'organisation est un système car c'est un ensemble d'organes et de procédures.

Analyser le S.I. de l'entreprise, c'est adapter son approche systémique.

Pour Gerlin, le SI est absolument primordial pour assurer les projets de pénétration de marché à l'international. Le S.I. constitue une aide:

- à la connaissance client: le SI permet de connaître les besoins des hôpitaux à l'international et ainsi d'orienter la recherche et la conception vers des produits pertinents.

- à la connaissance législative: la mise en place d'une activité de veille informationnelle permet de faire face à la menace gouvernementale observée sur le marché.

La collecte d'information en termes de réglementation permet d'obtenir des autorisations de commercialisation plus rapidement et de s'adapter aux spécificités locales.

→

- à la coordination des activités: la sous-traitance de la production accroît la nécessité de S.I. Il fait en effet que l'information circule rapidement entre les sous-traitants et les filiales de distribution pour que ces dernières puissent informer fidèlement les hôpitaux en terme de délais de livraison.

Le S.I est donc une aide nécessaire pour accompagner les projets de développement de Geblin.

Le S.I est composé de ressources internes (ingénieurs, distributeurs) et de ressources externes (sous-traitants, hôpitaux).

2.3) Le tableau de bord a été introduit en premier par Alfred Sloan chez General Motors et permet d'avoir un indicateur synthétique de la gestion commerciale d'une entreprise.

On peut proposer pour Geblin:

① - Nombres et évolution des robots vendus dans le monde: cet indicateur permet de connaître la