

ECRICOME PREPA 2024 - ECT - Technologique

Management et sciences de gestion

503577

RAHMANI

ETTAYIB

02/09/2003

Note de délibération : 19 / 20

Numéro d'inscription

503577

Né(e) le

02 / 09 / 2003

Signature

Kee

Nom

R A H M A W I

Prénom (s)

E T T A Y I B

19 / 20

Ecricome

Épreuve :

Management

Sujet

☐ 1

ou

☐ 2

(Veuillez cocher le N° de sujet choisi)

Les feuilles dont l'entête d'identification n'est pas entièrement renseigné ne seront pas prises en compte pour la correction.

Feuille

☐ 0☒ 1☐ 0☐ 3

Numéro de table

☐ 0☐ 0☐ 2

Commencez à composer dès la première page.

Introduction au cas : Neobrain est une start up qui propose des licences d'utilisation à d'autres entreprises. Ces licences comportent des outils d'aide à la décision (cartographies de métier et de compétences, etc...), son CA a doublé en 1 an passant de 4 millions € à 8 millions en 2022. On cherche à savoir comment Neobrain va poursuivre son développement dans ce secteur fortement digitalisé.

Analyse du cas :

1) Le modèle économique ou business model selon Pigneur et Osterwalder désigne la logique de l'entreprise, la façon dont elle opère pour créer de la valeur afin d'assurer sa pérennité.

(A) composant BM Neobrain

(B) Vente croisée

~~Croissance de l'entreprise~~- Proposition de valeur :

Neobrain propose une large gamme de produit avec 4 modules spécialisés en fonction des demandes

Le large gamme de service proposée par Neobrain qui permet de proposer davantage de service et donc d'élargir sa cible de vente. La croissance serait interne due fait d'une augmentation des ventes (IA).

- Relation client: Neobrain entretient des relations privilégiées avec ses clients. Notamment avec Bosch ^{et la SNCF}. Neobrain lui propose un module « AI Skills Management » qui vise à connaître les attentes des salariés de Bosch ainsi que le Module stratégique qui est un indicateur prospectif de performance.

La vente croisée résulterait du fait que Neobrain pratiquerait du Knowledge Marketing (selon Kohli et Armstrong) car elle s'immerge dans tous les besoins de Bosch et par conséquent Neobrain propose des services en cohérence avec les attentes de Bosch. La croissance résulterait également d'une augmentation des ventes.

- Ressources clés: Neobrain fonctionne en modèle SaaS et est donc par conséquent à 100% digitalisée au niveau de son offre. Le numérique et la digitalisation sont deux ~~composants~~ ^{composantes} intégrantes de son cœur de métier.

- La vente croisée: cette pratique lui permet de vendre plus, et donc elle est contrainte d'augmenter ses capacités de production par de quotidiennes urbanisations successives de son parc d'équipement et de son SI. La croissance serait donc interne (augmentation des capacités de production.).

La croissance est rapide car la demande l'est tout autant.

En proposant des solutions personnalisées à des entreprises, qui elles mêmes recherchent de l'or dans la vitesse dans leur traitement. Son modèle leur permet donc de fidéliser son clientèle.

2) Le calcul de l'EBE se fait par le compte de résultat.

Formules de calcul de l'EBE : $(\text{immobilisée} + CA)$

~~P~~ VA = MC + Production exercée - Autres achats et charges externes

EBE = VA - Impôts et taxes - Salaires - Charges sociales.

$$VA = 1.194.821 + 1.031.348 - 1.208.654$$

$$= 1.017.515.$$

$$EBE = 1.017.515 - 10.130 - 777.603 - 271.137$$

$$\text{EBE} = 41.363. \quad 2020.$$

BE =

Éléments	2020	2019	2018
VA	1.017.515	507.925	155.038
EBE	-41.363	30.200	30.399
Rentabilité éco.	4,23% - 0,04	2,15%	73,40%
Résultat exploit	-182.482	11.139	74.667

L'EBE est un indicateur pur et homogène, il prend compte de la capacité d'une entreprise à dégager des ressources à partir de ses achats et ventes.

Analyse de la dégradation de l'EBE de Neobrain:

En 2019, 2020 son EBE est positif. Il devient déficitaire en 2020. Les principales causes sont l'explosion des charges externes qui sont des frais de sous-traitances.

Cet arbitrage résulte ~~des~~ du dilemme de faire ou faire théoriser par Coase et Williamson. On émet l'hypothèse que la forte ~~augmentat~~ croissante de Neobrain a induit une externalisation de son activité. Reste à voir si Neobrain détient un pouvoir de négociation selon Porter pour faire baisser ces coûts.

Analyse de la rentabilité économique:

- Celle-ci désigne la capacité de Neobrain à générer un résultat à partir de son activité par rapport à des capitaux engagés.

- D'une part la dégradation de cet indicateur s'explique par le résultat d'exploitation devenu déficitaire.

C'est une situation alarmante car cela veut dire que la propre activité / cœur de métier de Neobrain ne lui permet pas de générer des profits.

- Neobrain présente toutes les caractéristiques d'une entreprise en hyper croissance. Notamment avec la hausse des charges de personnels. Ainsi qu'un paradoxe, le CA double mais l'activité se dégrade. Neobrain ne vend pas mais immobilise elle-même ses propres créations.

Finalement la situation ~~est~~ économique de Neobrain tend à devenir grave si elle ne procède pas à une réorganisation de sa production.

3) La fidélisation est principe psychologique qui consiste à mettre en place ~~to~~ un ensemble de mesures/d'action

Numéro d'inscription

5 0 3 5 7 7



Né(e) le

0 2 / 0 9 / 2 0 0 3

Signature

Nom

R A H M A N I

Prénom (s)

E T T A Y i B

19 / 20

ecricome

Épreuve : ManagementSujet ☐ 1 ou ☐ 2

(Veuillez cocher le N° de sujet choisi)

Les feuilles dont l'entête d'identification n'est pas entièrement renseigné ne seront pas prises en compte pour la correction.

Feuille 0 2 / 0 3

Numéro de table

0 0 2

Commencez à composer dès la première page

qui visent à garder le plus longtemps possible un individu.
Les moyens d'action pour agir sur la fidélisation des salariés des entreprises clientes sont :

- En se focalisant sur les attentes (théorie VIE de Droom). Avec la solution performance et engagement Neobrain a accès directement au performance et résultat des salariés des entreprises clientes. En reconnaissant leur productivité à juste titre Neobrain confère à ses clientes entreprises la possibilité de motiver leur client et donc de les fidéliser (selon Elton Mayo. (module talent Market place)

- En favorisant la mobilité : Puisque Neobrain propose une forme de GPEC en IA, Neobrain capte les futurs besoins et compétences et formation des ~~ses~~ ses clients. Or, selon Herzberg les formations, et reconnaissance de mobilité sont des facteurs de motivation pour le collaborateur qui est fidélisé.

- En favorisant l'estime de soi : Ce besoin énuméré par Abraham Maslow résulte d'une prise en compte de l'individu notamment dans le processus décisionnel.

En chiffrant les performances des salariés, cela leur donne l'opportunité de trouver des perspectives d'amélioration. par une prise des responsabilités par exemple. Facteur de motivation pour l'individu Y selon McCregor.

Partie 2:

1) Affirmation Orin

Les modalités de développement peuvent être de différentes natures. Par ^{voie} de croissance :
interne, externe et/ou conjointe.

- En interne : Neobrain a vu son CA augmenter d'année en année, de même que son bassin d'emploi et donc sa masse salariale augmente. Neobrain se développe bien en interne.

- En externe : par des acquisitions successives de *Viser Skills*, une startup d'outils de simulation ainsi que *Flashbrand*, une startup américaine spécialisée dans l'optimisation. Ainsi, Neobrain s'est développée par différents modes.

2') Affirmation: partiellement vraie.

Le système d'information selon R. Reix est un ensemble de données ; logiciels, etc permettant de collecter, stocker et traiter et diffuser l'information dans et hors l'entreprise.

La sécurisation du SI de Neobrain a pour objectif:

- Gère de renforcer ses clients car en sécurisant son SI Neobrain envoie des signaux (selon Spence) d'une entreprise de confiance, car si les données des entreprises finissent cela peut s'avérer dangereuse si elles tombent aux mains de la concurrence.

- Mais également en optimisant sa propre gestion.

On voit que l'augmentation de son activité entraîne une hausse des CF. Optimiser et sécuriser son SI lui permettront de mieux gérer ces coûts.

3') Affirmation: totalement vraie.

La segmentation de la clientèle consiste à attribuer une clientèle spécifique à un produit. Il s'agit d'une des composantes du Marketing Mix. Dans le cas de Neobrain la sa clientèle est segmentée de telle façon:

- Les entreprises: qui cherchent à bénéficier du module n°2 pour façonner leur stratégie

- Les salariés: des entreprises en question car Neobrain propose également un parcours personnalisé à ces collaborateurs.

L'intérêt réside dans le fait que chaque cible rencontre

demande une offre particulière. Cela a un coût pour Neobrain de produire un service en module 1 ou en module 3. Sa structure de coûts très fixe dégrade cette tendance. Ainsi, plus Neobrain ~~sera~~ ciblera précisément sa clientèle, plus elle réalisera d'économie d'échelle. L'intérêt économique opère. De même d'un point de vue réputationnel, en segmentant clairement sa clientèle en lui donnant à chaque ses caractéristiques elle pourra mieux cibler son offre.

En général:

Affirmation partiellement vraie.

1.) Le lean management selon Taiichi Ohno est fondé sur trois principes Muri/Muda/Mura. Il s'agit d'optimiser la production en pratiquant la politique du 0 gaspillage en réduisant les coûts au maximum. Ainsi, le lean management permet bien d'améliorer la performance économique d'une entreprise car [1] [...]

[...] 4. elle permet de réaliser des économies d'échelle:

En effet, le principal objectif du lean management est l'élimination de "coût cachés" qui ~~per~~ représentent énormément au niveau de la production. Ainsi, en éliminant tous les postes de production générateurs de coûts, l'entreprise produit autant (voire plus) mais avec moins de ressources employées. D'autant que le lean management est généralement accompagnée d'une stratégie de Kaizen (petit pas)

Numéro d'inscription

503577



Né(e) le

02 / 03 / 2003

Signature

Nom

RAHMANI

Prénom(s)

ETTAYIB

19 / 20

Ecricome

Épreuve :

Management

Sujet

☐ 1

ou

☐ 2

(Veuillez cocher le N° de sujet choisi)

Les feuilles dont l'entête d'identification n'est pas entièrement renseigné ne seront pas prises en compte pour la correction.

Feuille

03

/ 03

Numéro de table

00

2

Commencez à composer dès la première page.

qui vise à exporter des changements très progressifs au sein de l'entreprise. Les économies d'échelle sont une performance économique car l'entreprise obtient de meilleures performances.

II. Mais permet également d'améliorer :

L'image de marque de l'entreprise :

En effet, dans le lean management, la pratique du gaspillage est considérée comme une pratique de RSE. La RSE a été introduite en 2001 dans le Livre vert de la commission européenne, il s'agit d'inclure désormais systématiquement des préoccupations notamment environnementales dans son processus de fabrication. Selon Brown et Davis, lorsqu'une entreprise entreprend une action en lien direct avec son activité, elle ne peut que espérer des retombées positives sur son image de marque.

Affirmation vraie

- 2) Le style de management a connu un cheminement théorique important. Des styles de ~~dirige~~ management de Henri Lippert (paternaliste, autoritaire, participatif...) au pratique du country club de Blake et Mouton jusqu'à l'entreprise libérée d'Isaac Getz. Il s'agit de la façon dont une entreprise va gérer la relation avec ses collaborateurs. Plus l'environnement de travail est positif et amical à une bonne gestion des relations moins les risques psychosociaux sont élevés. Les risques psychosociaux en entreprises sont ceux liés aux burnouts, à la perte sens^{em} en entreprises, etc...

mauvais

1. Le style de management à l'origine des risques psychosociaux.

Selon la tranche d'âge (génération X Y et Z) les besoins en management diffèrent. Ne pas adapter le style de management au profils en face mène à une source de dissonance cognitive selon Lion Festinger, 1957. Les dissonances cognitives en entreprises sont à l'origine de tous les conflits en entreprises qui détériorent les climats sociaux et donc augmentent les risques psychosociaux. Il convient donc selon Greenberg, 1987 de mettre en place une modèle de management qui inclurait tout le

monde, une forme de justice organisationnelle.

Mais ~~éviter~~ éviter ce mauvais style de ~~mag~~ management n'est pas aisé. L'asymétrie d'information est forte. (selon Akerlof). Ainsi, Urooom propose de se forcer d'avoir un style de management focalisé sur les attentes (Valeur, instrumentnalité, et expectation.)

Affirmation fautive.

- 3) Michel Montebello (2003) a ~~en~~ dédié une majeure partie de ses travaux à la notion de Valeur perçue. En effet, pour lui, dès lors que le prix d'un bien ou d'un service augmente mais que sa qualité augmente aussi, la demande augmente également. Il parle de « valeur relative perçue ». En ce sens pour lui tout est question d'image ~~et~~ et valeur perçue. Si le bien que j'achète est positionné favorablement dans mon esprit (selon Dubois et Jolibert, 2013) peu importe le prix, je serai prêt à le payer. Cette étude psychologique a notamment été menée par Frank Ross en 1962. ~~En~~ ^{En} ~~au~~ contraire la demande augmente même parfois car en augmentant ses prix dans certains produits l'entreprise en question envoie un signal qualitatif. (selon Spence) d'une stratégie de sophistication avec surprise selon Falkner et Bowman.

