

PREPA 2021 - ECT - Technologique

Management et sciences de gestion

GUENIN

ILYESS

Note de délibération : 19.63 / 20



Né(e) le

Nom

G U E N I N

Prénom(s)

I L Y E S S

19.63 / 20



Épreuve : Management et sciences de gestion

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 2

Numéro de table 0 0 7

Commencez à composer dès la première page

- 1) Une organisation peut, au cours de sa vie, choisir de se développer soit par elle-même, c'est-à-dire grâce à ses moyens, soit en ayant recours à d'autres moyens. On distingue plusieurs modalités de croissance :
- ① La croissance interne
 - ② La croissance externe
 - ③ La croissance conjointe.

Dans le cas de l'entreprise Kyriba, on a :

Année	Modalité de croissance	Description et pertinence de la croissance opérée.
Création	Croissance interne	L'entreprise s'est développée grâce à ses propres ressources notamment aux États-Unis où un investissement important seulement permet d'être viable.
	Croissance conjointe (co-entreprise)	Réalisée avec SunBridge Corporation au Japon. Permet de se développer sur le marché japonais.
	Croissance conjointe (partenariats)	Réalisée avec des distributeurs (intégrateurs) locaux tel que Accenture, qui peuvent permettre à Kyriba de se développer rapidement sans efforts.

NE RIEN ÉCRIRE

DANS CE CADRE

19.63 / 20

Kyriba a dès sa création, voulu s'internationaliser et développer son activité aux États-Unis du fait de l'attrait du marché, les nombreuses possibilités de croissance et l'essor de la gestion de trésorerie dans cette région.

D'après Young, Dimitrakos et Dana, réussir sa stratégie d'internationalisation passe avant tout par les réseaux d'affaires car ils permettent à une jeune entreprise, de croître rapidement à l'étranger. C'est ce qu'a fait Kyriba, elle s'est intégrée dans un réseau de distributeurs à l'international, et a surtout travaillé avec des entreprises américaines pour pouvoir pénétrer le marché américain.

2) La Valeur ajoutée permet à l'entreprise d'évaluer sa performance financière et les gains effectués. Elle-ci est à comparer avec le secteur.

Le calcul : $(\text{Marge commerciale} + \text{production}) - \text{consommation en provenance des tiers}$

$$\underline{2019} : VA = 17\,625\,301 \text{ €}$$

$$\underline{2018} : VA = 15\,168\,675 \text{ €}$$

$$\text{Taux d'évolution} = \frac{17\,625\,301 - 15\,168\,675}{15\,168\,675} \times 100$$

$$= 16,19 \%$$
 La VA a augmenté de 16,19 %.

entre 2018 et 2019.

L'excédent brut d'exploitation est un indicateur qui permet aux actionnaires d'apprécier la performance.

$$EBE = (VA + subventions d'exploitation) - (\text{salaires/traitements} + \text{charges personnel})$$

$$2019 : EBE = 345356 \text{ €}$$

$$2018 : EBE = 2070697$$

Il y a eu une baisse de 83% de l'EBE entre 2018 et 2019, celui étant devenu une insuffisance.

- $\frac{\text{Masse salariale}}{VA} \times 100 (2019) = 98,36\%$

La plus grande partie de la VA est absorbée par la masse salariale. En 2019, l'entreprise compte 16 salariés de moins qu'en 2018 et pourtant la VA a augmenté. Le personnel hautement qualifié (R&D) a permis à l'entreprise de dégager plus de VA du fait de leur forte productivité, aptitudes.

Toutefois, puisque leur niveau de qualification est élevé, celle-ci doit plus les rémunérer, d'où cette hausse de la masse salariale. Les salariés sont donc essentiels pour Kyriba, car ils créent beaucoup de valeur, tout en étant moins nombreux que l'année précédente.

3) Le stockage chez Amazon Web Service comporte :

Des avantages :

- Permet la confidentialité des données stockées, surtout entre les concurrents (Auchan, Carrefour)
- Accéder aux données depuis partout
- Une gestion simplifiée et un coût plus faible que les cloud privés (pas d'entrepôt, de local, ni de serveurs à construire, louer, AWS se charge de tout)

- Une rapidité de mise en oeuvre (1 minute), pas d'attente

Mais des limites :

- Le cloud est public
- Kyriba a besoin d'échanger les données recueillies avec les distributeurs, or ceux-ci étant des concurrents d'Amazon, ils ne peuvent pas le faire.
- Prix qui est progressif (des tarifs qui sont de plus en plus chers au fur et à mesure que l'on monte en gamme / formules / packs).

De ce fait, AWS constitue une bonne alternative au cloud privé car la gestion est opérée par Amazon, ce qui permet à l'entreprise de se concentrer sur son cœur de métier.

1) Cette affirmation est à nuancer. En effet Kyriba est spécialisée dans la gestion de trésorerie et son rôle est de faciliter la gestion de celle-ci, non pas faciliter la gestion du BFR. Toutefois, elle contribue indirectement à la gestion du BFR, qui est étroitement lié à la trésorerie. Le BFR va s'améliorer quand on va ~~accroître~~^{recourir} le délai de paiement des créances clients et on a appris dans l'introduction que celle-ci travaille avec des grandes entreprises qui gèrent beaucoup d'encassements, de ce fait, elle pourra agir sur ce délai de paiement pour ^{réduire} ~~améliorer~~ le BFR et donc ainsi améliorer la trésorerie.

2) Fausse. Kyriba n'est pas en relation directe avec l'ensemble de ses clients car elle délègue aux distributeurs la vente de ses packs réduits de services. Elle n'est donc pas en contact avec eux. Son réseau de distributeurs se charge de la relation.

Numéro d'inscription



Né(e) le

Nom

G U E N I M

Prénom(s)

I L Y E S S

19.63 / 20



Épreuve : Management et sciences de gestion

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

02 / 02

Numéro de table

007

Commencez à composer dès la première page...

De plus Kyriba n'est pas directement en relation avec ses clients car ceux-ci sont en relations avec diverses plateformes, comme Rubis ou Topage, et non pas Kyriba directement.

3) Cette affirmation est fautive. Un système d'information est en constante évolution du fait de l'addition perpétuelle de nouvelles données sur celui-ci. L'entreprise paiera plus si elle stocke plus d'information.

1) L'affirmation est ^{en partie fautive} ~~fautive~~ : De plus en plus d'entreprises souhaitent fidéliser leur clients et cela passe par une communication (du marketing opérationnel "4P") souvent relationnelle ou one-to-one (Peppers & Rogers) afin de faire sentir au client qu'il est important et le fidéliser. Cela se passe souvent par le biais d'un logiciel de CRM (gestion de la relation client), qui va envoyer des newsletters personnalisés, des offres personnalisés.

De plus en plus donc, ce mode de communication est adopté. En revanche, cela ne peut se substituer à une stratégie de mass ~~media~~ communication puisque avec les NTIC, c'est le mode préféré des entreprises qui vont notamment utiliser les réseaux sociaux pour atteindre le maximum de personnes. Cela dépend en fait des caractéristiques de chaque entreprise. La communication de masse peut être appropriée pour "telle" entreprise mais pas pour une autre. De même pour la communication relationnelle qui peut ne pas être adaptée. La communication doit être cohérente avec les autres variables (distribution, prix, produit) et la cible.

2) En partie vraie. Il existe en effet des grilles de salaires ^(RNP) en fonction du diplôme obtenu. Un seuil existe pour chaque diplôme et la rémunération ne peut être inférieure à ce seuil. Toutefois, l'entreprise peut tout à fait aller au-delà de ces grilles et proposer une rémunération plus intéressante. Toutefois et de plus en plus, les compétences (hard et soft) sont plus valorisées que les diplômes, ~~parce~~ ^{de même} pour les expériences professionnelles.

3)

Star/vedette	dilemmes
Vache à lait	poils morts



d'affirmation est vraie. Par exemple, un D.A.S qui ne croit plus mais qui rapporte beaucoup de recettes (vache à lait) va permettre à l'entreprise de financer un autre D.A.S qui connaît des difficultés, grâce aux recettes du D.A.S vache à lait.