

ECRICOME PREPA 2024 - ECT - Technologique

Management et sciences de gestion

Note de délibération : 19 / 20

Numéro d'inscription



Né(e) le

Nom

Prénom (s)

19 / 20



Épreuve: Management et science 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 01 / 12

Numéro de table 025

1) Le modèle économique décrit comment une organisation capture, crée et délivre de la valeur selon le modèle CANVAS d' Osterwalder et Pigneur il existe 9 composants de ce modèle économique.

Le modèle de l'entreprise Néobrain crée une croissance rapide grâce : au fait que la proposition de valeur de l'entreprise est de bonne qualité donc offre une satisfaction au client aboutissant à une fidelisation de client soit une logique de fidelisation des relations client :

L'entreprise propose de la vente croît donc une proposition de valeur croît qui renforce la relation client cela donc permet de fidéliser et

acquisition de nouveaux clients
 car les revenus augmentent
 car on a davantage de clients
 qui sont fidélisés et de nouveaux
 qui arrivent dans l'entreprise.

Par conséquent : La forte proposition de
 Valeur de l'entreprise lui permet de
 fidéliser les clients en améliorant les
 relations client basé sur la confiance
 et la proposition de produit de qualité
 ce qui permet de fidéliser et d'attirer
 de nouveaux clients dans l'entreprise.
 car le processus de vente croissant
 est efficace et de proposition de valeur
 personnalisés selon les entreprises
 (client professionnels)

Proposition client: "AI Skills Management"
 permet d'améliorer les compétences des
 salariés
 "Module "Strategic work force planning"
qualité, personnalisé permet d'atteindre les objectifs
efficace

Selon la typologie de Treacy et Wiersema on peut dire que l'entreprise américaine en continue sa proposition de valeur ce qui semble être efficace.

Relation client : - Personnalisés
- Confiance } Sur le long terme
logique de fidélisation et acquisition de nouveaux clients

Flux de revenue = - Services (en augmentation de vente)
ce qui permettra d'accroître les ventes des services donc le modèle économique de l'entreprise grâce à sa proposition de valeur peut une croissance.

Q.2

EBE de l'entreprise en 2020 et rentabilité économique

Production	2 226 169
CI	1 208 654
VA	1 017 515
EBE	- 41 363
Charge pro	1 058 878

en 2018 et en 2019 l'entreprise connaît un EBE positif mais celle-ci devient négatif en 2020 en effet on peut expliquer cette situation par la forte augmentation des charges sociales liée au fait qu'on a des salariés plus nombreux et plus compétents

ce qui fait que c'est sur le long terme et l'augmentation de l'EBE n'est pas très grave une augmentation de Salaire et traitement de 134,56% ce qui explique l'EBE négatif

De plus les CI augmentent plus vite que la VA ce qui explique une mauvaise gestion du CI donc source d'augmentation du charges.

Par la rentabilité économique
en 2020 $\frac{182482}{3461764 + 1846579}$

rentabilité économique avant impôt = 4,23

rentabilité économique après impôt = 2,83

De plus la rentabilité économique de l'entreprise augmente par rapport aux années d'avant ce qui montre que l'entreprise se lance bien pour aller vers une croissance.

En 2020 malgré le fait que l'entreprise emprunte elle arrive à être rentable de manière supérieure que les années d'avant car grâce aux emprunts elle utilise son activité

Numéro d'inscription



Né(e) le

Nom

Prénom (s)

19 / 20



Épreuve :

Management et sciences de gestion

Sujet

1 ou

(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

05

/	12
---	----

Numéro de table

025

Pour finir la phase de lancement d'une entreprise est la période dans laquelle l'entreprise n'est pas encore bien économiquement mais c'est à relativiser car elle a investi et sur le long terme elle va commencer à devenir rentable, un start-up prend souvent un peu de temps avant de commencer à réellement être rentable. phase de lancement 4-5 ans.

3. La fidélisation des salariés dans l'entreprise c'est le fait qu'une entreprise arrive à garder des salariés dans l'entreprise sur le long terme par plusieurs facteurs : des facteurs comme culture de l'entreprise, développement des compétences, style de management, condition de travail...

Pour ce qui est des plateformes : En effet NeoBrain permet fidéliser les

Salariés grâce au module parcours personnalisé, avec des propositions de formation afin de développer un sentiment affectif du salarié envers l'entreprise.

De plus l'entreprise place au centre le côté humain de l'entreprise ce qui fédère car "l'entreprise se soucie du bien-être du salarié et de leur développement dans l'organisation."

Ainsi l'intérêt de la plateforme étant le fait qu'elle améliore la productivité des salariés grâce au fondement développé permettant de développer l'expertise du salarié favorisant son employabilité en développant les compétences avec ses différents modules :

"AI Skills Management" qui permet augmenter les compétences

- de nouveaux métiers

d'autres modules de la plateforme :

"Strategic work place" : Analyser le meilleur moyen de

pour et identifier les compétences de
l'avenir afin de permettre aux salariés de
l'entreprise à se développer pour le futur.
permettre le développement de mobilité

facilités la entretiennent grâce au
module "Performance Engagement"

formel en repérant les aspects de
compétences grâce à "Strategic Work force
planning"

Pour finir, la plateforme agit de manière
efficace sur la fidélisation du salarié
car: Bravo l'avenir des salariés au cœur
du métier du futur donc peuvent facilement
se former, salariés sont heureux car ils
développent constamment leurs compétences
et sont mit au cœur de la stratégie
non conséquent ils restent et sont fidèle
à l'entreprise de manière affectif et
réfléchi.

Cas Neobrain:

1) Les modalités de développement sont la croissance interne: se développer avec ses propres moyens nouvelle création.

Croissance externe: Acheter, fusionner avec une autre entreprise.

Croissance conjointe: faire de la coopération avec concurrent ou collaboration avec non concurrent et l'internationalisation en se lançant à l'international.

L'entreprise Neobrain: se développe en faisant une croissance externe en faisant l'acquisition en France et à l'étranger des startups comme: en 2022 de WiseSkills une société française = croissance externe en 2023 de Flashbrand une startup Américaine en 2023 de Flashbrand ces acquisitions ont pour objectif de créer et d'obtenir de nouvelles formes de compétences pour mieux répondre aux besoins des clients.

Mais l'entreprise va également à l'international avec la création de ses locaux = croissance interne à distance, Francfort et ^{va} création de filiales Américaine.

Numéro d'inscription



Né(e) le

Nom

Prénom (s)



Épreuve: Management et science de gestion

Sujet 1 ou 19/20
(Veuillez cocher le N° de sujet choisi)

19/20

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

Feuille 09 / 12

Numéro de table 025

On peut donc dire que l'entreprise recourt à de multiples modalités différentes de croissance.

2. La réalisation du SI afin d'éviter les éventuelles pertes, vol, risque des données importantes: dû à des erreurs humains ou panne de logiciel ainsi le SI est l'ensemble de structure de ressource de données, humains, matérielles permettant à une entreprise de transmettre, obtenir, analyser, rendre disponible une information sous forme image tableau... dans et entre les organisations.

Il y a un droit d'accès le système est sécurisé et c'est non seulement un objectif pour rassurer les clients mais aussi pour l'entreprise car elle va donner une image sérieuse d'entreprise qui se rassure

NE RIEN ÉCRIRE

DANS CE CADRE

des données importantes. Actuellement le SI est fait et permet une sécurisation des données de plus de 120 milliards de données et maîtrise de données qui sont hautement sécurisées afin de rassurer le client et éviter le risque de vol, ce qui en plus d'être important pour le client c'est un avantage concurrentielle durable pour l'entreprise donc elle a intérêt à bien sécuriser le système. Ainsi l'entreprise va améliorer au fil du temps le modèle de sécurisation mais pour le moment elle sécurise bien.

3. Segmentation de client c'est la division d'un marché de consommateurs selon différentes catégories afin d'adopter un marketing mix mieux adapté à leurs besoins :

Pour le cas de BtoB

c'est selon les caractéristiques du client professionnel : taille ; âge ; financement ; secteur et de comportement :

selon ce qu'il attend de la marque les avantages, la capacité financière...

il est peut être nécessaire de faire une segmentation différenciée selon de

ce qu'a besoin le client professionnel
afin de mieux adapter la proposition de
valeur. C'est même parfois de Niche parce que
tout les clients ne sont pas fidèles certains
ont les moyens financiers d'autres non alors ils
visent des catégories de clients qui ont les moyens
l'intérêt la capacité qui sont donc susceptibles
d'être clients à l'entreprise

Car général

2. Le style de management peut être
à l'origine du stress psychosociaux:
le style de management est le mode de
commandement de l'entreprise -
elle peut être autoritaire ou le salarié
n'a aucune liberté et qui se base sur
un système de sanction = trop rigide
Paternaliste: Comme une famille mais employeur
trop soucieux des salariés
Participatif: L'employeur prend en compte
l'avis du salarié et applique = Souple mais
risque que il y a trop de responsabilité
combattif: on consulte le salarié mais prise
de décision final est dirigé.
Donc le style de management peut
être source psychosociaux (burnout / violence interne

dupunion...). Mais le style de management
n'est pas le seul facteur de risque
psychosociaux. =

Mais les styles de direction comme = Autoritaire
Participatif, paternaliste sont source de risques
psychosociaux à cause de l'opinion
manquée de responsabilité, manquée de reconnaissance.
Vraie pour le style autoritaire

3. Quand le prix d'un bien ou service augmente
la demande diminue c'est faux cela
depend du produit : question d'élasticité du prix.
Les biens de luxe de fait Veblen quand ils
subissent une augmentation de prix et
voit également la demande augmenter car
c'est des biens et on va continuer d'acheter
comme ça a été le cas pour LVMH qui
a augmenté ses prix et sa demande car
ce sont des biens rares.

Ainsi certains biens de premiers nécessité aussi
sont achetés malgré l'augmentation de leur
prix.

Donc c'est à modérer certains biens quand
leur prix augmente on arrête de les
acheter car elles ne sont pas primaires
ou rare dans la vie par la vie et
il y a des biens quand le prix
augmente la demande augmente comme le luxe.