L'entreprise chinoise Xiaomi est spécialisée dans la fabrication de Smartphones. Moins connue, la marque s'accroît peu à peu, au point de devenir un vrai concurrent des grandes sociétés du secteur (Apple, Samsung…).

Xiaomi occupe une place avancée dans le commerce électronique. Cela lui permet de diminuer les prix de ses produits et fait d'elle une entreprise très compétitive sur un marché pourtant à forte concurrence. Le groupe connaît en outre une très forte présence sur les réseaux sociaux, ce qui lui permet de développer sa notoriété.

Le marché des Smartphones est très bien rempli, avec des leaders qui occupent déjà une place très importante. Il existe énormément de marques déjà en place et il serait difficile pour un nouvel acteur de se démarquer, d'autant que de nombreux groupes, dont Xiaomi, proposent des Smartphones à très bas prix.

Les Smartphones sont devenus indispensables dans la vie des consommateurs : la plupart regardent des vidéos et effectuent leurs achats avec leur téléphone. Il est donc improbable de voir de nouveaux produits remplacer ces appareils.

Dans le secteur de Xiaomi, le rapport entre fabricant et fournisseurs est à double tranchant, car ils ont besoin l'un de l'autre : les fournisseurs de matières premières doivent écouler leurs marchandises pour vivre, et les producteurs ont besoin de fournisseurs sérieux et fiables pour produire des téléphones de bonne qualité.

Les clients de Xiaomi sont certes très exigeants, bien plus qu'il y a quelques années, mais pour un téléphone à moins de 2 000 DH, ils ne le sont pas autant qu'avec des marques haut de gamme comme Apple ou Samsung.

La concurrence sur le marché des Smartphones est très importante : un large éventail de concurrents se livrent une bataille acharnée sur les prix, les services associés ou la qualité des produits. Xiaomi doit renforcer sa communication, puisque les Smartphones s'achètent de plus en plus sur Internet, ce qui justifie aussi des prix inférieurs à la moyenne.

Travail à faire

1. Définir les mots en gras.

2. À partir du texte :

a) identifier les cinq forces concurrentielles de Porter

b) quelle est l'intensité de chaque force pour Xiaomi ?

3. Porter a ajouté à son modèle une sixième force : laquelle et comment peut-elle influencer une entreprise comme Xiaomi ?

4. Expliquez brièvement en quoi les ventes en ligne justifient des prix inférieurs à la moyenne sur le marché des Smartphones.