

Samsung Division Mobile

Groupe des Sardines

TAF :

Historique (grandes étapes, lancement, données chiffrées, image auprès du public), mission, produits, comment ils vendent et communiquent (public/publics ciblés). Concurrent directs ET indirect (essayer d'en trouver 2 de chaque).

Actualité récente.

Marketing Mix

Swot

Objet mail : TP SWOT- NEXTFORMATION – nom du groupe

matthieu@leslignesclaires.fr / matthieu.requenna@live.fr

Samsung Téléphonie

Historique :

L'entreprise Samsung est une entreprise Coréenne fondée en 1938 par Lee Byung -Chu. Samsung se lance sur le marché de la téléphonie mobile en 1991 avec le développement d'un téléphone mobile. En 1993 Il développe son système de téléphonie mobile. Le premier téléphone mobile Samsung est commercialisé en 1993 le SH-700.

Auprès du public, Samsung a une image moyenne gamme et surtout bon marché.

Samsung connaît alors un tournant important : il s'oriente vers des produits hauts de gammes et surtout plus esthétiques dont l'innovation technologique doit primer. De par sa réorientation, Samsung arrive très rapidement à redorer son image : en effet, les ventes de téléphones mobiles Samsung doublent (augmentation de 51%) avec le modèle SH-770 en 1994 ; soit en un moins d'un an.

En 1999 Samsung lance le premier téléphone mobile mp3 au monde. Samsung travaille alors sur le développement de son premier smartphone qui sortira en juin 2009 : Le Galaxy. Ce smartphone est le premier téléphone commercialisé utilisant le système d'exploitation Android (Google).

Cependant, Samsung reste vivement critiqué par les utilisateurs dû au manque de mise à jour du Firmware (logiciel interne).

En 2011 Samsung connaît un véritable essor et passe leader sur le marché de la téléphonie mobile.

Il conserve depuis lors sa place sur le marché de téléphonie mobile en termes de volume.

En 2015 Samsung Présente le Galaxy S6 et S6 Edge, premier téléphone au monde avec un écran incurvé situé des deux côtés du téléphone.

Il augmente ainsi sa popularité et son image auprès des utilisateurs est nettement améliorée.

Aujourd'hui Samsung Propose une large gamme de téléphones mobiles disponibles sur le marché.

Mission :

Proposer un produit de qualité, performant et accessible à un large public : hommes, femmes, adolescents...

Communication / Vente :

Samsung mise sur le Marketing : matraquage publicitaire mondial, utilisation d'affiches au format extravagant et coûteux, une campagne audiovisuelle à fort impact (spots publicitaires....). Le budget marketing de la division mobile s'élève à 14 Milliards de dollars... Le CA de la division mobile représente encore plus de la moitié du CA du groupe Samsung soit 78.5milliard d'euro.

Les produits de téléphonie Samsung sont facilement accessibles : ils sont disponibles dans les points de vente spécialisés mais aussi chez des revendeurs de produits micro-informatique (ex : fnac, darty, rayon high-tech des hypermarchés....).

Marketing Mix

Produit : Téléphones mobiles

Prix : tend à bien se positionner sur le marché face à ses concurrents.

Promotion : Communication forte

Place : Les produits de téléphonie Samsung sont facilement accessibles : ils sont disponibles dans les points de vente spécialisés mais aussi chez des revendeurs de produits micro-informatique (ex : fnac, darty, rayon high-tech des hypermarchés....).

Premier des ventes sur le marché en terme de volume, face à des concurrents comme le géant Apple, les Windows Phones...ainsi que les autres constructeurs mobiles tels que LG et Huawei.

SWOT

Strenghts (forces)

- Large gamme de produits
- Forte communication
- Technologies Innovantes
- Tarifs concurrentiels
- Micro logiciel interne plus ouvert que les concurrents (Android vs IOS, Windows...)

Weakness (Faiblesses)

- Image de la marque dégradée par de nombreux problèmes techniques (Galaxy S6 et la batterie, explosion de batterie du Galaxy Note...)
- Image moyenne voir bas de gamme (produit coréen...)
- Plagia (image qui continue à être véhiculé).

Opportunities

- Développement de nouveaux produits innovants
- Rester Leader du marché

Menaces

- Nombreux concurrents
- Qualité du matériel (fragilité...)