

## Chapitre 11 - Les stratégies pour dépasser l'intensité concurrentielle

### Notions :

- Différenciation des produits
- Imitation
- Innovation

### 1. La stratégie de différenciation pour réduire l'intensité concurrentielle

La concurrence fait disparaître les surprofits de monopole. Certaines entreprises vont alors innover et différencier en qualité leurs produits pour pouvoir conserver des créneaux haut de gamme en termes de produits avec des prix élevés.

La stratégie de différenciation est une approche marketing qui vise à distinguer un produit ou un service de ceux de la concurrence en mettant en avant des caractéristiques uniques et attrayantes. L'objectif est de créer une perception de valeur supérieure dans l'esprit des consommateurs, ce qui permet de justifier des prix plus élevés et de fidéliser la clientèle.

La stratégie de différenciation peut passer par :

- **Caractéristiques Uniques** : Mettre en avant des fonctionnalités ou des avantages que les concurrents ne possèdent pas.
- **Qualité Supérieure** : Offrir un produit ou un service de meilleure qualité.
- **Innovation** : Introduire des innovations technologiques ou des améliorations de processus.
- **Service Client** : Proposer un service client exceptionnel.
- **Marque** : Développer une marque forte et reconnaissable.

Exemples de Stratégies de Différenciation réussies

- **Apple** : Différenciation par le design, l'innovation et l'expérience utilisateur.
- **Tesla** : Différenciation par la technologie de pointe et l'engagement envers l'énergie propre.
- **Starbucks** : Différenciation par l'expérience en magasin et la qualité des produits

## 2. La stratégie d'imitation

La stratégie d'imitation est une approche où une entreprise copie ou s'inspire des produits, services, modèles commerciaux ou pratiques de ses concurrents pour entrer sur le marché ou pour améliorer sa position concurrentielle. Cette stratégie peut être particulièrement utile pour les entreprises qui cherchent à minimiser les risques et les coûts associés à l'innovation.

Exemples de Stratégies d'Imitation réussies

- **Samsung** : A souvent imité les innovations d'Apple dans le domaine des smartphones, tout en apportant des améliorations et des fonctionnalités supplémentaires.
- **Aldi** : A imité les modèles de supermarchés discount de ses concurrents, tout en optimisant ses processus pour offrir des prix encore plus bas.

Sur le long terme et grâce aux entreprises innovantes mais aussi imitatrices, l'innovation va permettre d'abaisser les prix relatifs des produits innovants (TV, voitures, ordinateurs, etc.).

Le consommateur bénéficie de nouveaux produits meilleurs en qualité et en contenu technologique.