

1.Identifiez le (ou les) DAS sur lequel (lesquels) est présente l'entreprise.

L'entreprise Blablacar est présente sur plusieurs DAS :

- le covoiturage longue distance et courte distance (domicile-travail)
- le transport en bus
- (-la gestion des déplacements en trottinettes électriques)

Les clients, les concurrents et les savoir-faire pour ces différentes activités sont différents, il s'agit donc bien de DAS différents.
(● toujours justifier !)

2.Repérez quelques opportunités et menaces du macro-environnement.

-influence technologique : l'essor d'Internet et de l'utilisation des smartphones (phénomène de digitalisation) permet de mettre en relation sans délai et de manière continue des conducteurs ayant des places vides dans leur voiture et des passagers recherchant une place pour un trajet. (opportunité)

-influence socio-culturelle/écologique : les individus sont de plus en plus soucieux de leur impact écologique et peuvent par conséquent opter pour le covoiturage afin de limiter leurs émissions de CO₂. (opportunité)

-influence écologique : la raréfaction des sources de pétrole engendre une hausse du prix des carburants. Les automobilistes peuvent chercher à limiter leurs dépenses en privilégiant le covoiturage. (opportunité)

3.Analysez les choix stratégiques de l'entreprise.

● Il faut justifier vos réponses en vous appuyant sur les définitions !

STRATEGIE CONCURRENTIELLE (pour le DAS covoiturage)

-L'entreprise mène une stratégie de différenciation vers le haut car elle propose une offre de trajets bien plus étendue que les plateformes concurrentes. Ceci est lié au fait qu'elle ait été la première à proposer ce type de service d'intermédiation. Elle propose également des services complémentaires, tels que la location de véhicules à prix avantageux à ses conducteurs assidus.

STRATEGIE GLOBALE

-L'entreprise mène une stratégie de diversification car elle est présente sur plusieurs DAS (cf. Q° 1). Il s'agit d'une diversification liée car certaines ressources et compétences sont communes à tous ces DAS, notamment le site internet du groupe qui recense toutes les possibilités de trajets pour les utilisateurs.

STRATEGIES DE DEVELOPPEMENT

-Elle poursuit également une stratégie d'externalisation, les transports en bus ne sont pas gérés par le groupe mais par des sociétés d'autocar indépendantes.

-Enfin, elle mène une stratégie d'internationalisation des ventes, son intermédiation pour le covoiturage est proposée dans de nombreux pays, ainsi que ses trajets en bus.

4.Etudiez la pertinence de ses modes de croissance.

-Elle a utilisé un mode de croissance interne, notamment les premières années suivant sa création. Les moyens des fondateurs et plusieurs levées de fonds ont en effet été utilisés pour développer le site internet de l'entreprise et atteindre une taille critique permettant d'avoir une offre de trajets importante et intéressante pour les utilisateurs (différenciation vers le haut).

-L'entreprise a également utilisé un mode de croissance externe. Elle a racheté des entreprises existantes pour se développer très rapidement à l'international. Elle a également racheté son concurrent Klaxit et la filiale Ouibus pour mener sa stratégie de diversification vers le DAS du transport en bus.

-Enfin, elle utilise un mode de croissance conjointe. Elle a réalisé un partenariat avec des agences de location de voiture longue durée (ALD Automotive et Carmarket) pour ses conducteurs fidèles. Cela participe à sa stratégie de différenciation vers le haut.

5.A L'aide du modèle CANVAS, décrivez le modèle économique retenu par BlaBlaCar.

	Description des rubriques du modèle CANVAS (cours)	Cas Blablacar
Offre, proposition de valeur	Il s'agit de la combinaison de biens et de services qui créent de la valeur pour les clients, qui apporte une solution à un problème ou satisfait un besoin. Cette proposition de valeur peut être différente pour différents segments de marché.	BlaBlaCar propose de mettre en relation de manière instantanée, sur un site internet et une application , des conducteurs ayant des places vides dans leur voiture et des passagers potentiels recherchant des possibilités de trajets.
Clients	-Quels sont les segments de marché visés ? Il faut différencier les clients des utilisateurs ! -Quels sont les canaux de communication et de distribution ? - Relation de l'entreprise avec ses clients , au-delà du produit ou service rendu, pour les attirer et les fidéliser.	<ul style="list-style-type: none"> Segments : Elle s'adresse à deux catégories d'utilisateurs : des conducteurs proposant des trajets et des passagers recherchant des trajets disponibles. Canaux : les utilisateurs ont recours au site internet ou l'application BlaBlaCar. Relations avec les clients : l'entreprise propose des locations de voiture à prix avantageux à ses conducteurs les plus assidus pour les fidéliser. L'analyse prédictive des données et des solutions logicielles Big Data permet de proposer des points d'arrêt et des trajets ciblés aux clients.
Infrastructure	-Quelles sont les activités clés (achat/revente ? conception ? production ? gestion d'une plateforme internet ?) -Quelles sont les ressources ou compétences clés qui vont permettre de répondre aux attentes des clients ? -Y-a-t-il des partenaires clés ?	<ul style="list-style-type: none"> Activités clés : l'entreprise développe et gère la maintenance du site internet et application. Ressources et compétences clés : Le site et l'application BlaBlaCar ont plusieurs fonctionnalités pour faciliter les recherches des utilisateurs. -L'entreprise doit stocker d'énormes bases de données (propre serveur ? cloud ?) (<i>pas d'information..</i>) Partenariats clés : L'entreprise a mis en place un partenariat avec des agences de location pour proposer des voitures à prix réduit à ses conducteurs les plus assidus.
Structure de coûts	Quels sont les coûts indispensables au bon fonctionnement de l'activité ? -coûts variables : dépendent du niveau d'activité, ils augmentent au fur et à mesure que le CA augmente (<i>ex : achat de marchandises, de matières premières, commissions, ..</i>) -coût fixes : dépenses incompressibles, indépendantes du CA (<i>ex : ressources humaines, loyers, ...</i>)	L'entreprise supporte probablement des frais fixes de fonctionnement liés au stockage des données, à la maintenance du site et de l'application, et à des investissements en R&D pour améliorer leurs fonctionnalités et les adapter à la stratégie d'internationalisation du groupe.
Sources de revenus	Quels sont les sources de revenus générées par l'activité (<i>ex : abonnement, location, publicité, ..</i>) ?	L'entreprise se rémunère en prélevant des commissions sur chaque transaction réalisée. Il s'agit d'un modèle d'intermédiation (= des plateformes = transactionnel)

Les revenus semblent couvrir les coûts depuis plusieurs années, il s'agit d'un modèle économique rentable.

6.Que peut-on dire du modèle économique retenu par Mobicop ?

Il fallait juste repérer ici ses spécificités par rapport à Blablacar :

Offre, proposition de valeur	(idem) + développement de plateformes de covoiturage pour les entreprises
Segments/Canaux/Relations avec les clients	(idem) + entreprises/collectivités locales
Activités clés/Ressources et compétences/Partenariats clés	(idem)
Structure de coûts	idem
Sources de revenus	L'entreprise se rémunère via les prestations pour les collectivités locales et entreprises. Modèle de gratuité pour les ménages.

