

# Marketing Fondamental

## La stratégie low cost

---

Ce cours vous est proposé par Audrey Portes, enseignant-chercheur en Sciences de Gestion, à Montpellier Business School, et par AUNEGe, l'Université Numérique en Économie Gestion.

---

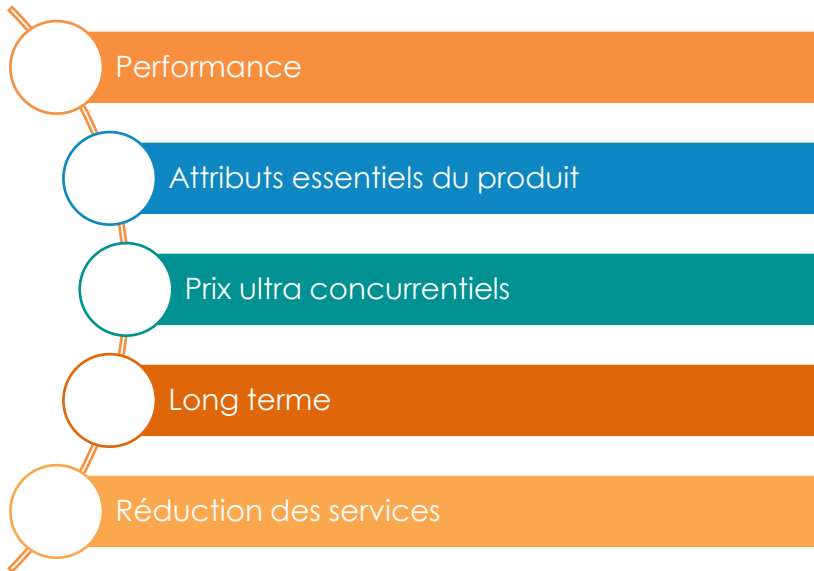
### Table des matières

<b>Préambule</b> .....	<b>2</b>
<b>Les promesses du low cost</b> .....	<b>2</b>
<b>Low cost ou low price ?</b> .....	<b>3</b>
<b>Les composantes du modèle low cost</b> .....	<b>3</b>
<b>Une stratégie d'entreprise</b> .....	<b>3</b>
<b>Une offre repensée</b> .....	<b>3</b>
<b>La politique de réduction des coûts</b> .....	<b>3</b>
<b>La diminution permanente des prix de vente</b> .....	<b>3</b>
<b>Les facteurs clés de succès du low cost</b> .....	<b>4</b>
<b>Les avantages d'une stratégie low cost</b> .....	<b>5</b>
<b>Les inconvénients d'une stratégie low cost</b> .....	<b>5</b>
<b>Conclusion</b> .....	<b>5</b>
<b>Références</b> .....	<b>6</b>

## Préambule

Dans cette leçon, nous abordons la stratégie low cost et en quoi elle représente une vision très particulière de la stratégie marketing.

## Les promesses du low cost



La stratégie low cost est bien évidemment fondée sur un avantage en termes de coût. Elle est maintenant déployée dans des secteurs très variés : grande distribution, automobile, etc.

A l'origine, les produits à bas coûts étaient achetés par les foyers le plus modestes. A l'heure actuelle, des foyers plus aisés peuvent également acheter des produits low cost, cela dépend beaucoup plus de leur implication par rapport au produit plutôt que de l'argent disponible.

Les promesses du modèle low cost sont :

- Des performances de bonne qualité sur les éléments essentiels du produit
- Une réduction des services et autres extras associés produit
- Un prix hyper concurrentiel

Selon le Mercator, le low cost est « une proposition de valeur réduite à ce que le client juge essentiel avec en contrepartie une diminution importante du prix réalisée grâce à une structure des coûts repensée ».

## Low cost ou low price ?

Quand il est question de stratégie low cost, il n'est pas question d'une stratégie de prix bas ou de baisse des prix sur des produits courants.

En effet, le low cost c'est une reconception totale de la stratégie. Le low cost, constitue une modification totale de la chaîne de valeur en se centrant sur le besoin de base essentiel.

En d'autres termes, le low cost est une véritable stratégie de rupture qui permet de s'imposer sur le marché.

## Les composantes du modèle low cost

Il existe 4 grandes composantes du modèle low cost que nous détaillons ci-dessous.

### Une stratégie d'entreprise

Le low cost ne correspond pas à des changements liés à une organisation existante, c'est une stratégie qui nécessite une totale refonte. Cela ne peut pas être un département de l'entreprise que l'on nommerait « low cost », c'est une stratégie à part entière.

### Une offre repensée

Le low cost est minimaliste. L'idée est de ne proposer que l'essentiel, cela sans sacrifier la qualité. Le service/produit de base doit être de qualité, les services superflus supprimés. Le processus de création de valeur est complètement repensé.

### La politique de réduction des coûts

Le low cost nécessite une politique de réduction des coûts très stricte. Cela peut passer par la réduction de la gamme de produits pour simplifier la gestion de l'offre et des économies d'échelle. Cela passe aussi par la suppression de services non essentiels pour la cible visée, la standardisation de l'offre pour réduire les investissements et les coûts de fonctionnement, la suppression des intermédiaires et même la restriction des coûts marketing.

### La diminution permanente des prix de vente

Enfin, le low cost est une stratégie qui propose une diminution permanente du prix, sans fluctuations.

## Les facteurs clés de succès du low cost

Marché élastique

Marché avec une politique de prix flexible

Marché concurrentiel

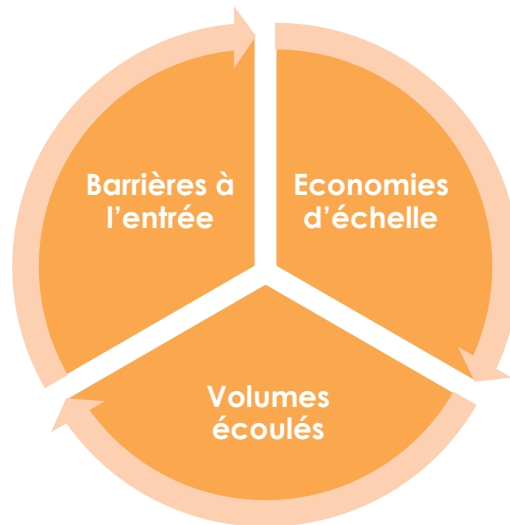
Marché où le low cost est peu présent

Marché où le low cost est pertinent

Lors de la mise en place d'une stratégie low cost, afin de s'assurer de son succès, certains éléments sont essentiels :

- Être sur un marché où il existe une forte élasticité des ventes au prix (en d'autres termes, une baisse des prix doit augmenter drastiquement la demande).
- Être sur un marché où il est possible d'avoir une politique de prix flexible.
- Être dans un contexte concurrentiel où il y a des concurrents directs traditionnels et des concurrents indirects. Cela permet d'augmenter la demande primaire, c'est-à-dire élargir le marché global en transformant les non-clients en clients.
- Ne pas être sur un marché où le low cost est déjà bien présent.
- Être dans un secteur où les offres low cost sont pertinentes.

## Les avantages d'une stratégie low cost



Les avantages à déployer une stratégie low cost sont assez nombreux. Une telle stratégie permet par exemple de s'imposer comme le leader en termes de volumes écoulés. Le low cost permet donc habituellement d'augmenter les quantités vendues et donc le profit si la production bénéficie d'économies d'échelles.

Par ailleurs, une stratégie low cost réussie permet d'ériger des barrières à l'entrée sur un marché en empêchant d'autres acteurs de s'y installer trop facilement.

## Les inconvénients d'une stratégie low cost

D'un autre côté, une stratégie low cost peut avoir certains inconvénients tels que :

- Déclencher une guerre des prix sur le marché et donc tirer les prix moyens vers le bas.
- Modifier les perceptions liées à la marque.
- Même si l'argument prix est important sur le marché, une marque qui crée un produit mieux, au même prix sera préférée à un produit low cost.

## Conclusion

Finalement, une stratégie low cost n'est pas juste une simplification de l'offre ou du prix. Il s'agit de bien plus que ça. L'idée étant de créer un avantage concurrentiel durable, centré sur le besoin premier identifié auprès des clients en proposant des services additionnels souvent payants.

# Références

## Comment citer ce cours ?

Marketing Fondamental, Audrey Portes, AUNEGe (<http://aunege.fr>), CC – BY NC ND (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>).



Cette œuvre est mise à disposition dans le respect de la législation française protégeant le droit d'auteur, selon les termes du contrat de licence Creative Commons Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 4.0 International (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>). En cas de conflit entre la législation française et les termes de ce contrat de licence, la clause non conforme à la législation française est réputée non écrite. Si la clause constitue un élément déterminant de l'engagement des parties ou de l'une d'elles, sa nullité emporte celle du contrat de licence tout entier.