

Etude de cas « GENERAL MOTORS »

1- Présentation de la société GM :

General Motors est une multinationale de construction automobile, elle a été fondée par William Crapo Durant en 1908, son siège est aux Etats-Unis. L'entreprise emploie plus de 327000 personnes, son capital s'élevait à 7,2 milliards d'euros (2009). GM, possède une gamme qui commercialise quatre différentes marques : Cadillac, Chevrolet, GMC et Buick. La société avait changé de statut, et s'est transformé en entreprise publique vu les difficultés financières (dettes) qu'elle avait accumulées.

2- Problèmes de la société GM :

*Mauvaise gestion de la société ce qui a contribué directement à la diminution du volume des ventes (5,2 millions de véhicules) alors que la société avait produit 1 million de plus par rapport à l'année précédente, ajoutons à ce fait la diminution de la part de marché, qui est tombée à 33%.

*Même si les concurrents de GM (Ford et Toyota) fabriquaient une proportion plus faible que GM, les bénéfices de Ford ont dépassés ceux de GM en 1986 et 1987.

*GM continue à perdre des parts de marché et Ford profite de l'occasion pour développer sa part.

*Non satisfaction de la clientèle de GM des véhicules et du réseau des concessionnaires.

3- Les Causes des situations défavorables :

*La mauvaise gestion de la trésorerie de GM lors de la crise et du choc pétrolier.

*L'absence de l'étude d'une rentabilité pour les investissements de la société (GM s'est engagée dans un plan visionnaire qui coûtait 45 milliards de dollars, alors que cette somme permettait de racheter Toyota.

*GM avait dépensé pour moderniser sa structure et son usine au détriment de la qualité, du rapport qualité/prix et du renouvellement de la gamme.

*Certains problèmes avaient comme cause principale la confusion par les réorganisations, ce qui conduit directement à la création des problèmes entre gestionnaires de la société ainsi qu'à la divergence des propos et politiques poursuivies.

Réalisé par : Naoufal El Amrhari

Section B/ Gr.4