

De la filière à l'écosystème d'affaires, de la concurrence à la coopération

Partie 1

La « plateformisation » de l'entreprise à l'ère numérique :
principes économiques et organisation

Journées de l'économie

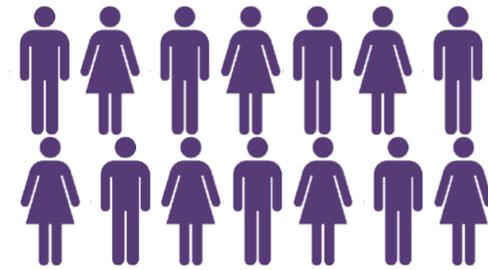
Lyon - 9 Novembre 2016

Julien Pillot – jpilot@xerfi.fr

Les plateformes : l'écosystème incontournable du numérique

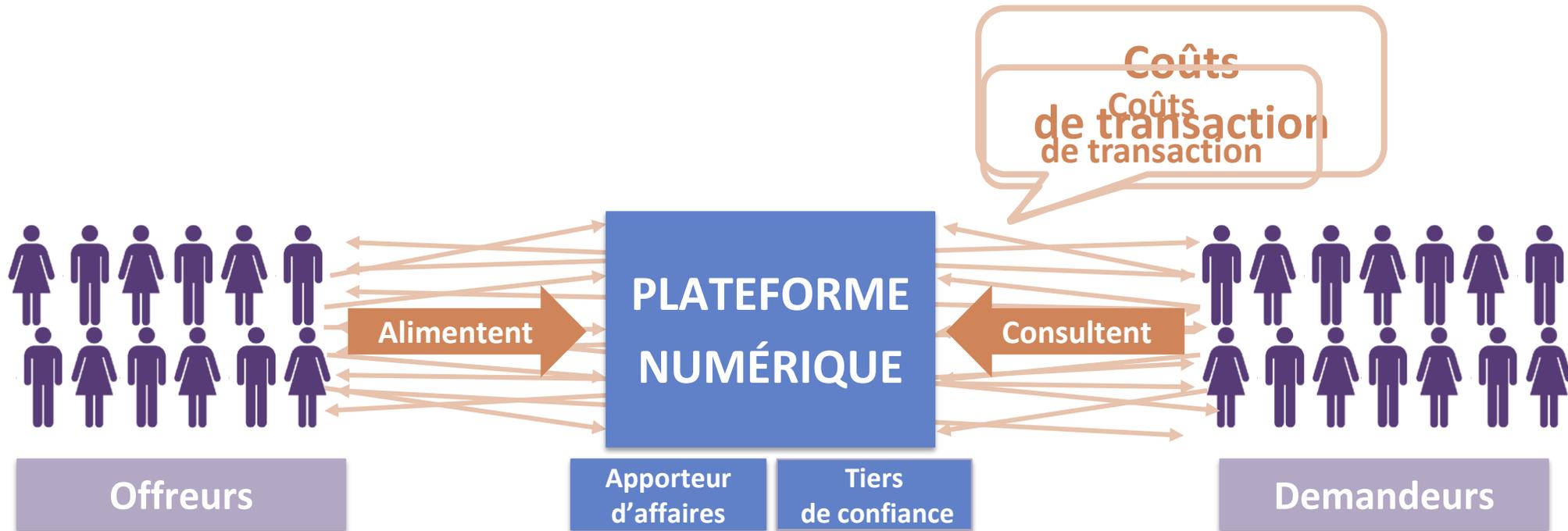


Offreurs

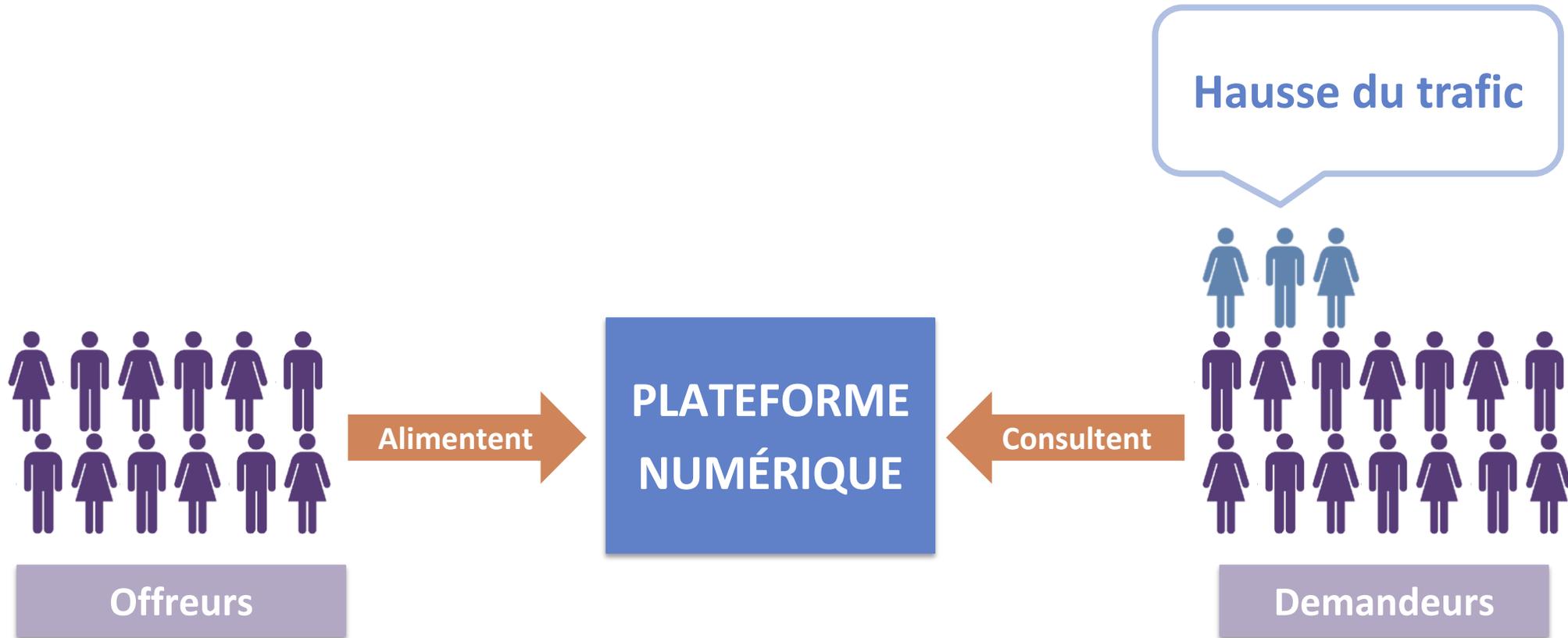


Demandeurs

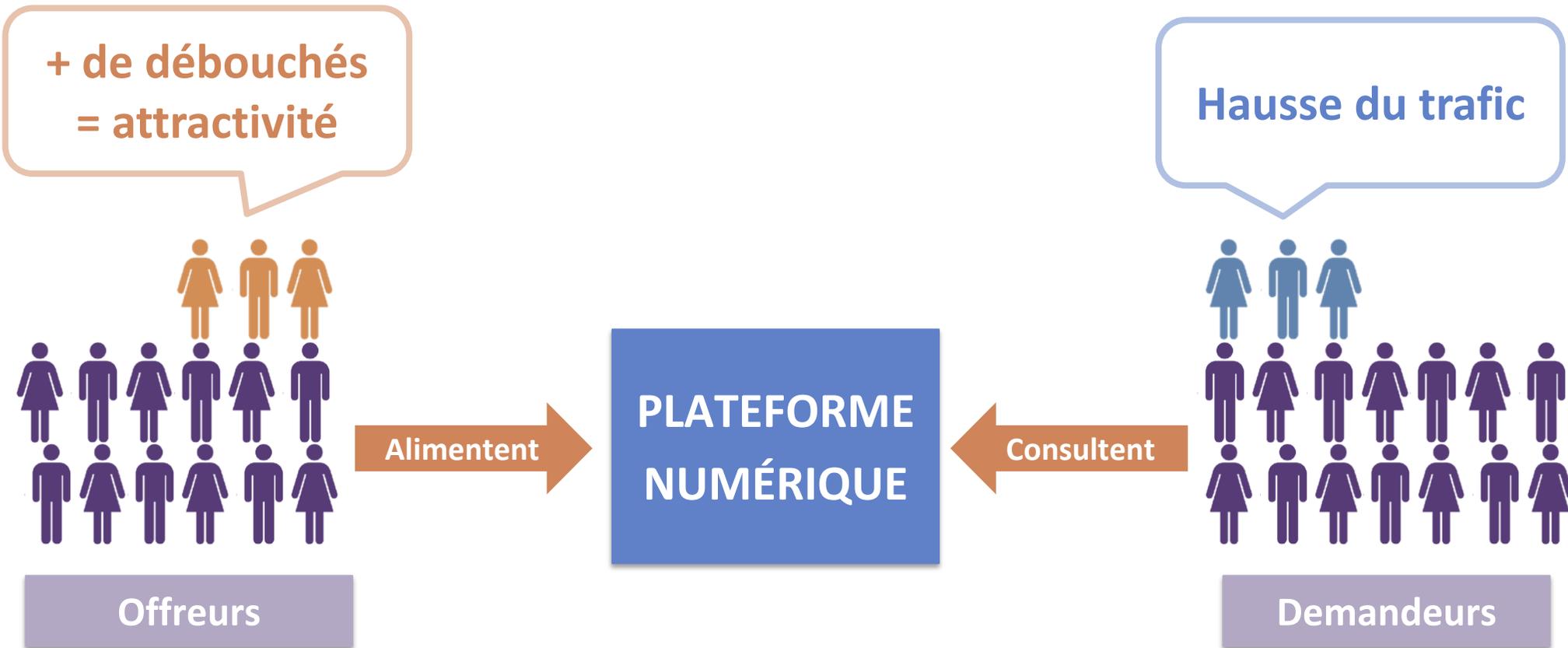
Les plateformes : l'écosystème incontournable du numérique



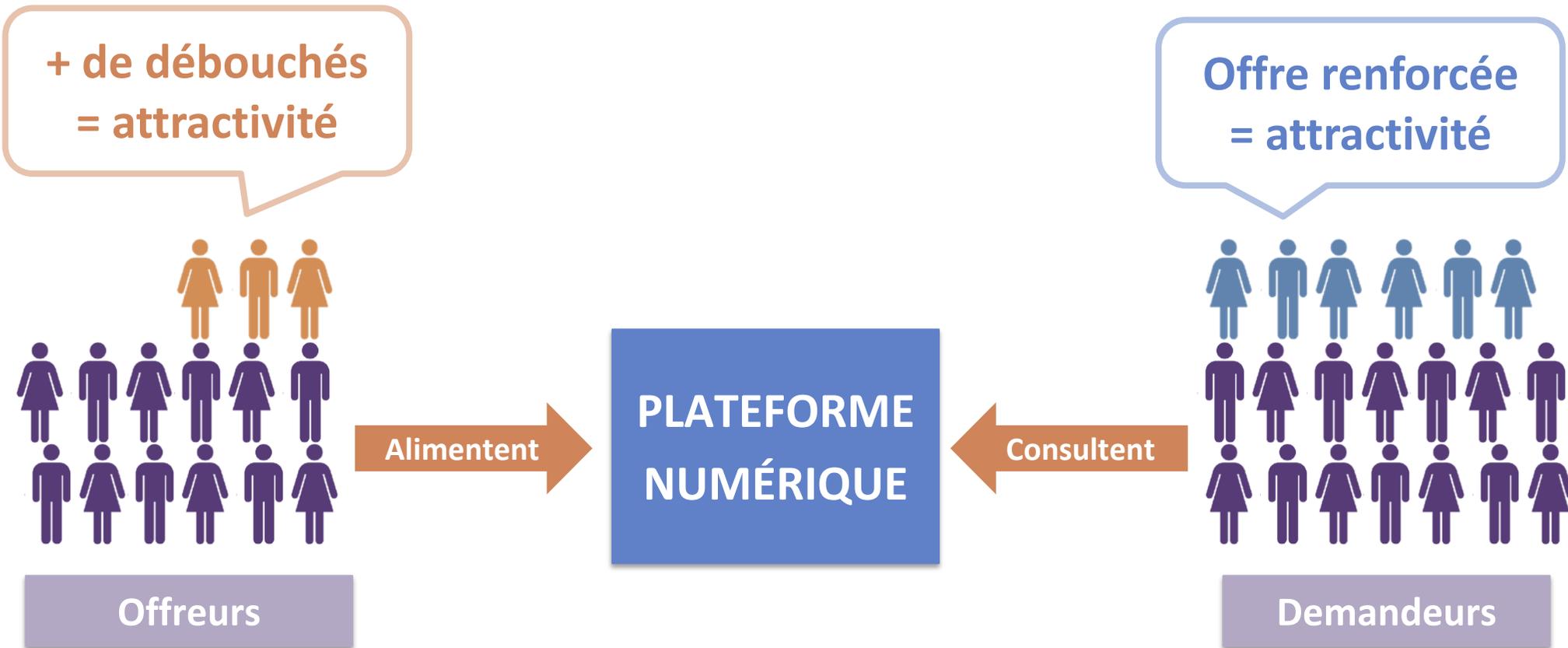
Les plateformes : l'écosystème incontournable du numérique



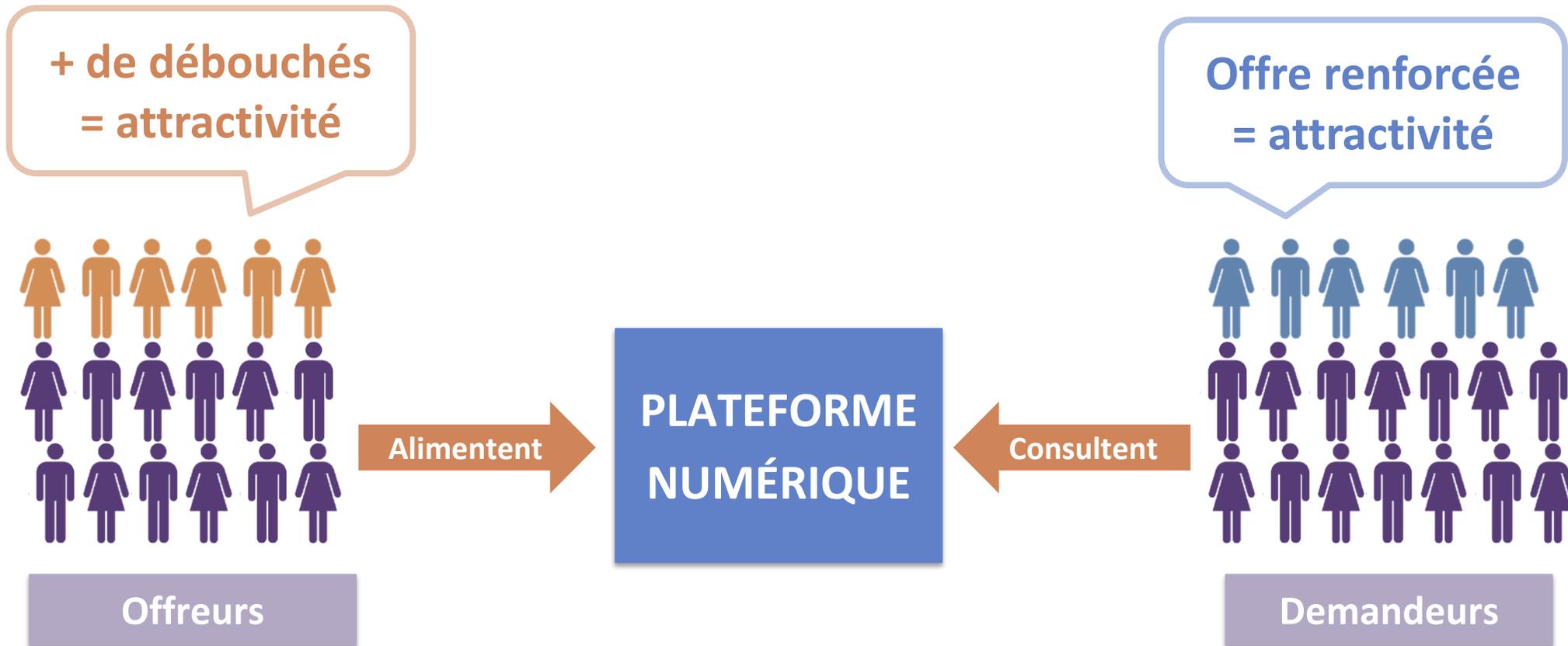
Les plateformes : l'écosystème incontournable du numérique



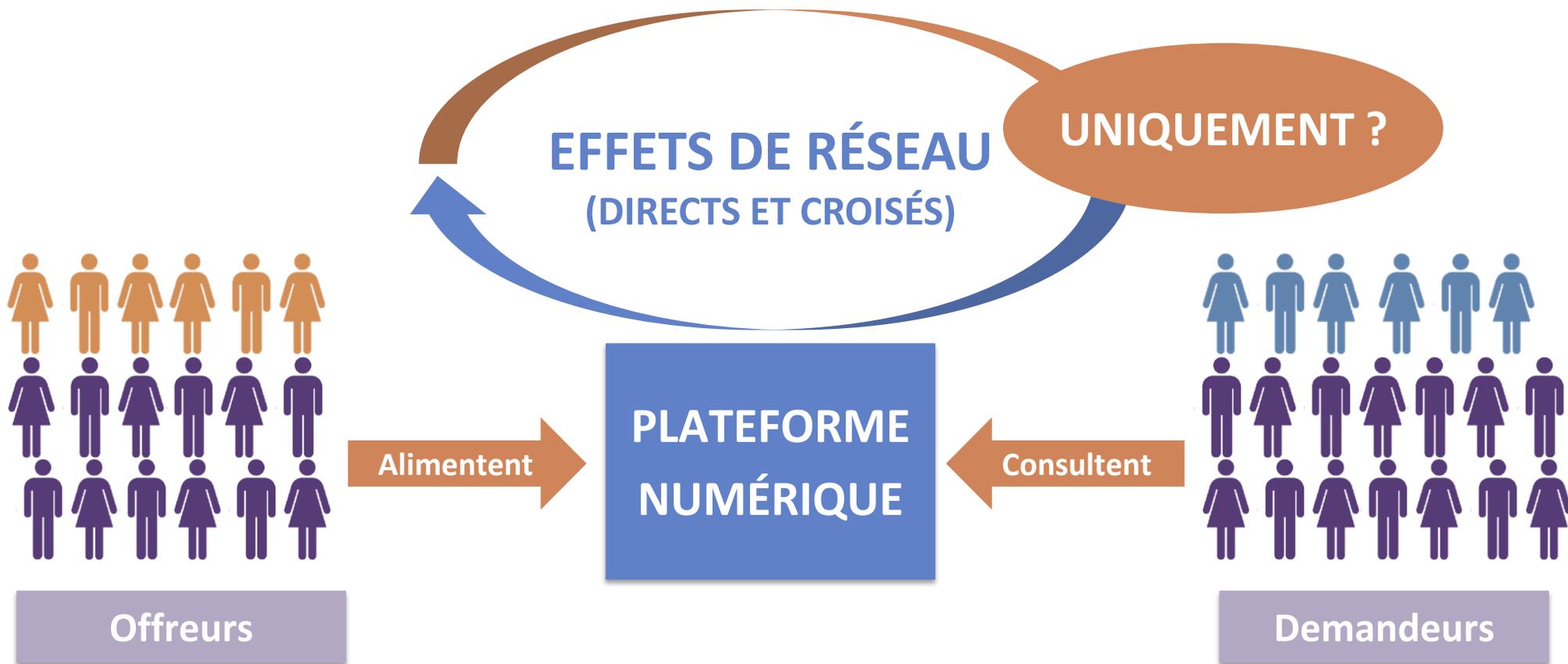
Les plateformes : l'écosystème incontournable du numérique



Les plateformes : l'écosystème incontournable du numérique



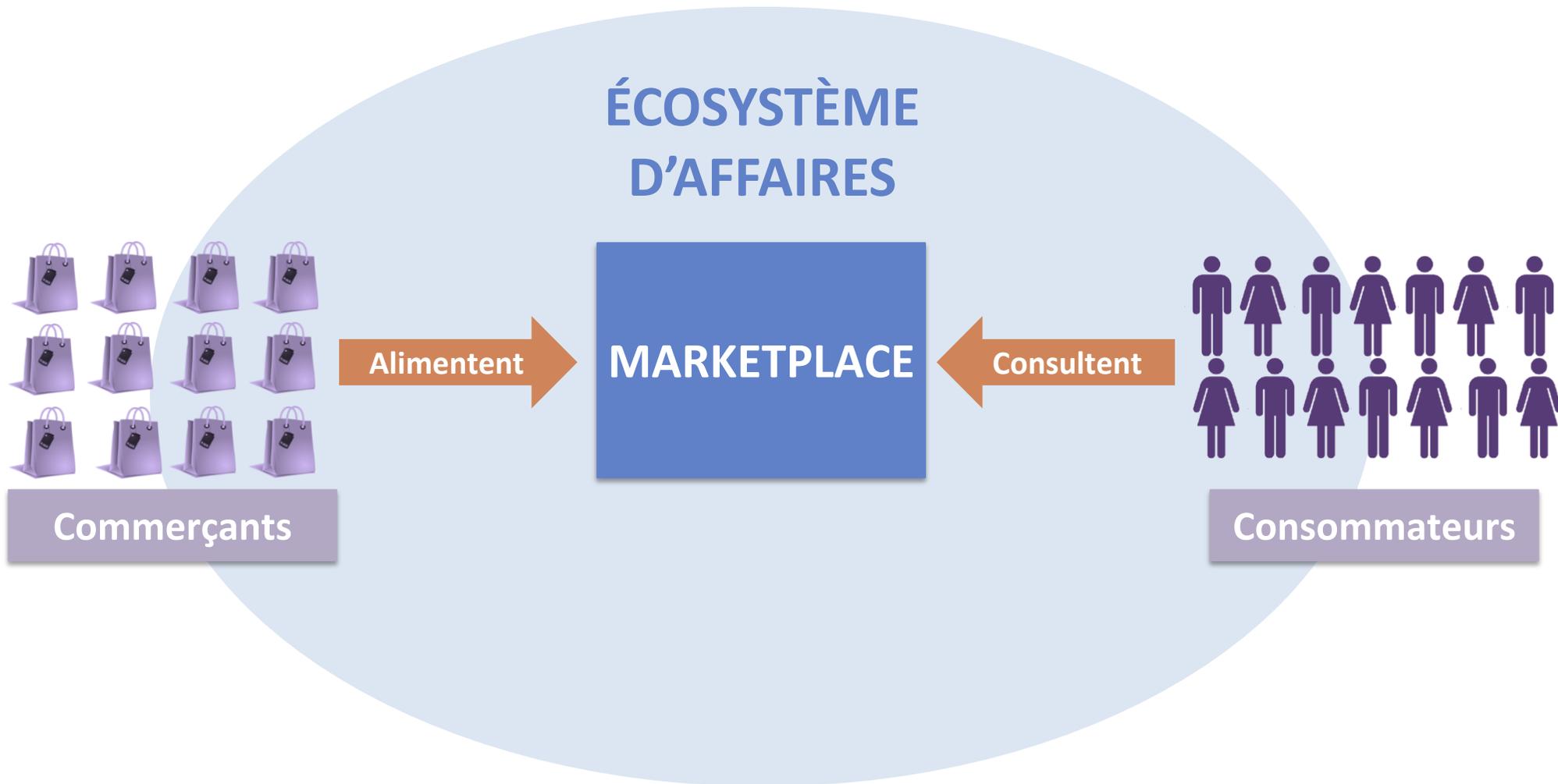
Les plateformes : l'écosystème incontournable du numérique



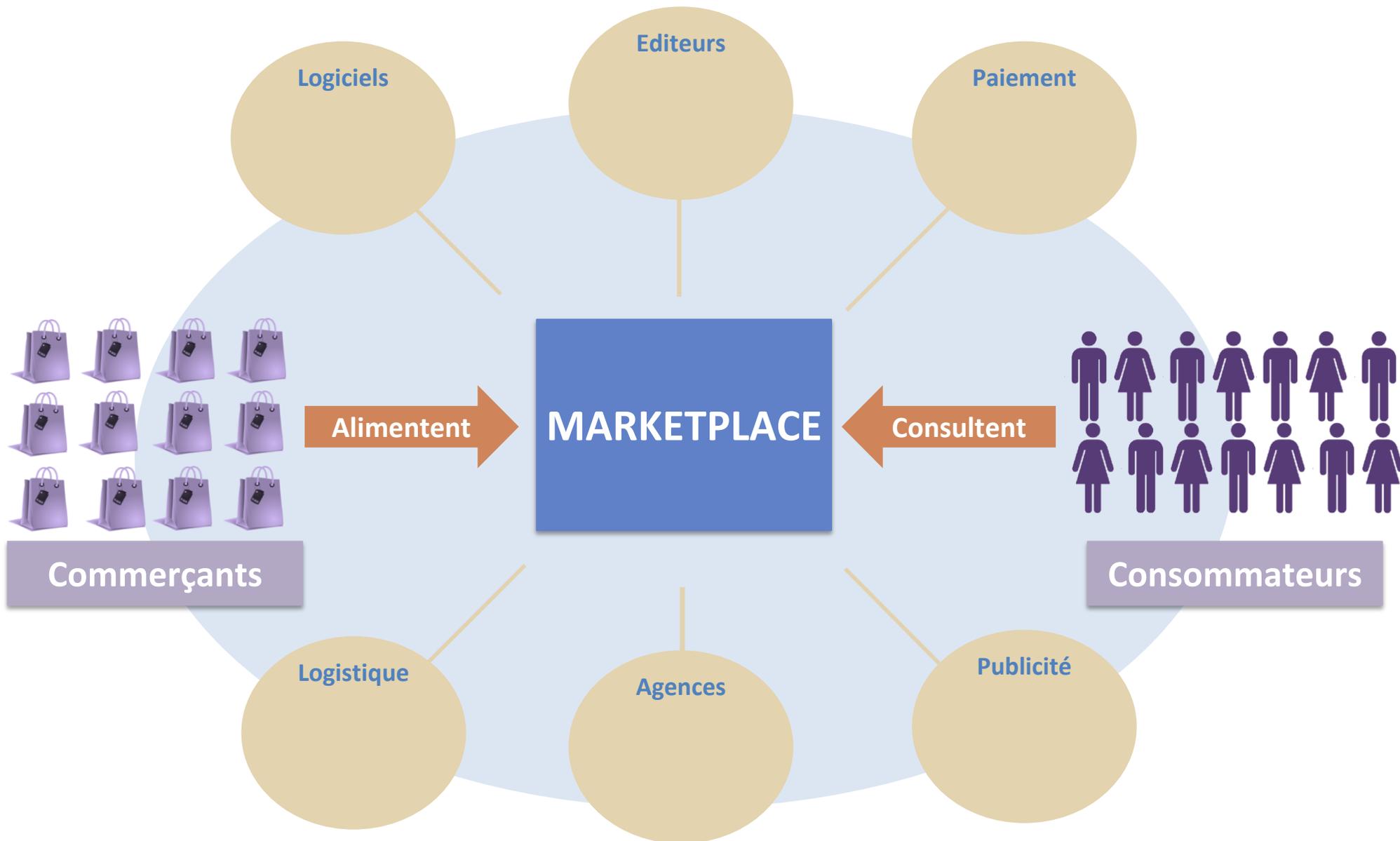
Les plateformes : l'écosystème incontournable du numérique



Les plateformes : l'écosystème incontournable du numérique



Les plateformes : l'écosystème incontournable du numérique



Les plateformes : l'écosystème incontournable du numérique



Les plateformes : l'écosystème incontournable du numérique



Les plateformes : l'écosystème incontournable du numérique

ZERO MARGINAL COST ?



Les plateformes : l'écosystème incontournable du numérique

ZERO MARGINAL COST ?



Les plateformes : l'écosystème incontournable du numérique

ZERO MARGINAL COST ?



Les plateformes : l'écosystème incontournable du numérique

ZERO MARGINAL COST ?



Pour lui, c'est probable :

- Ressources et compétences informatiques
- Loi de Metcalfe + Loi de Moore

ET POUR LUI ?



De la filière à l'écosystème d'affaires, de la concurrence à la coopération

Partie 2

Le nouveau paradigme concurrentiel et stratégique

Journées de l'économie

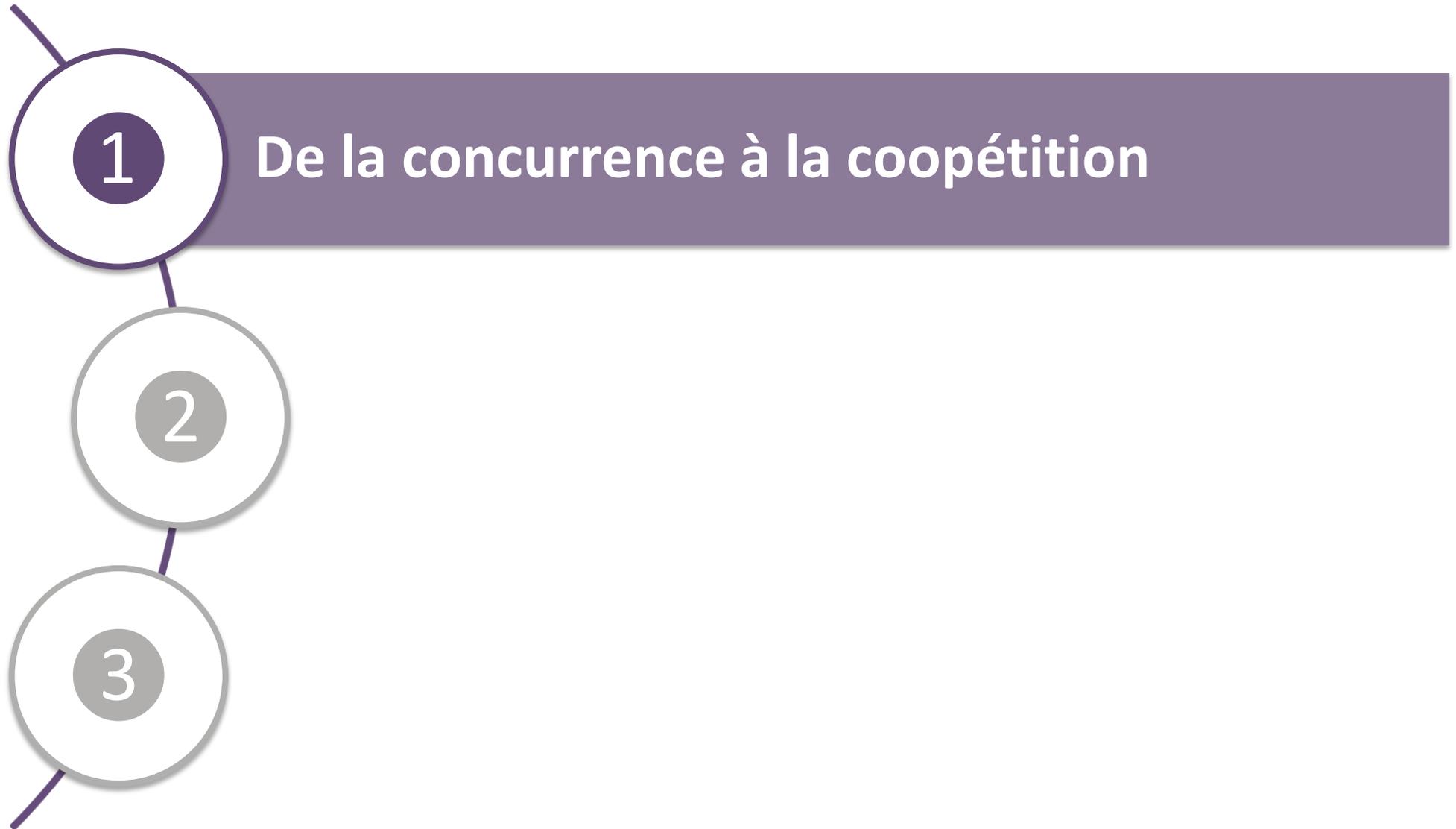
Lyon - 9 Novembre 2016

Julien Pillot – jpilot@xerfi.fr

Le nouveau paradigme concurrentiel et stratégique : 3 enseignements majeurs



Le nouveau paradigme concurrentiel et stratégique : 3 enseignements majeurs



Les plateformes : l'écosystème incontournable du numérique



Les plateformes : l'écosystème incontournable du numérique

CREATION DE VALEUR COLLECTIVE

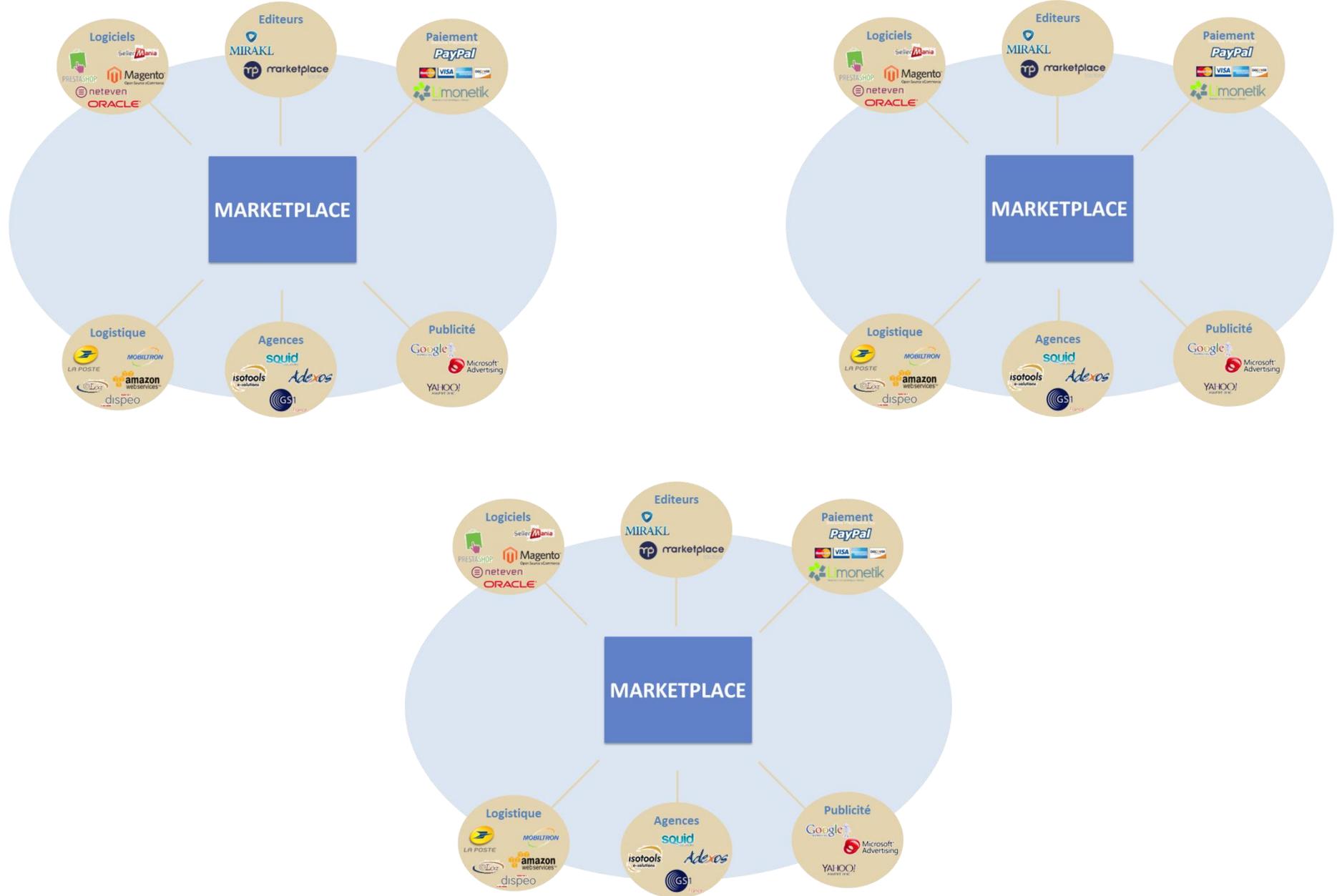
INTERDEPENDANCE STRATEGIQUE



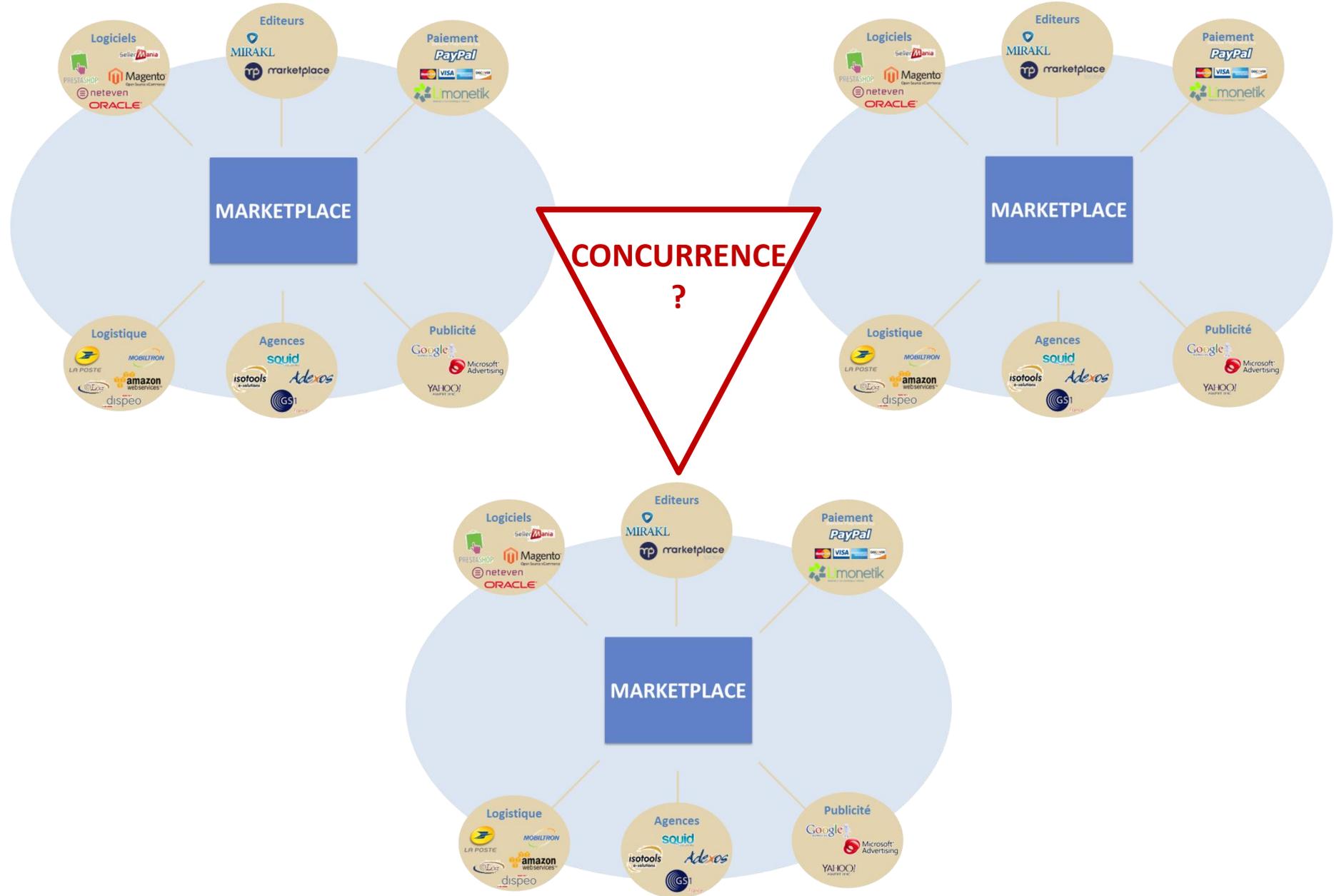
Les plateformes : l'écosystème incontournable du numérique



Les plateformes : l'écosystème incontournable du numérique



Les plateformes : l'écosystème incontournable du numérique



Le nouveau paradigme concurrentiel et stratégique : 3 enseignements majeurs

1

De la concurrence à la coopération

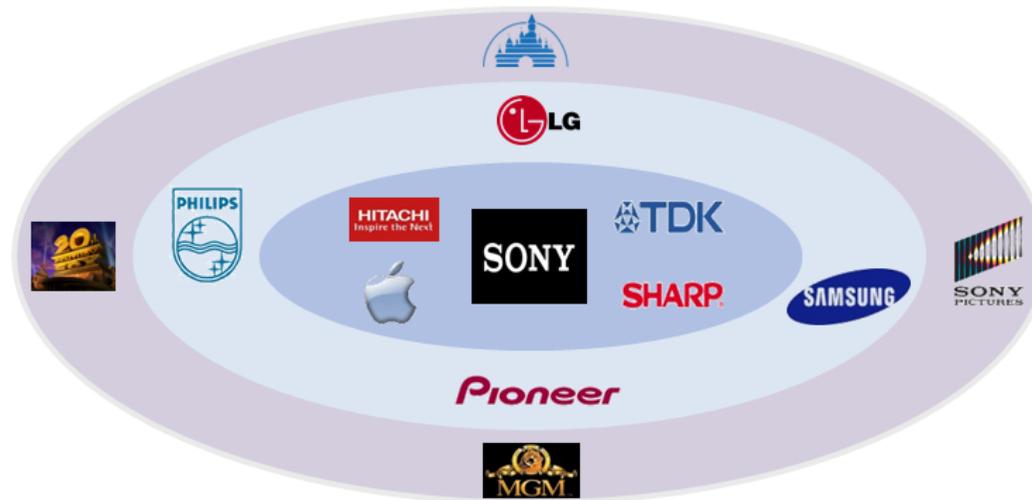
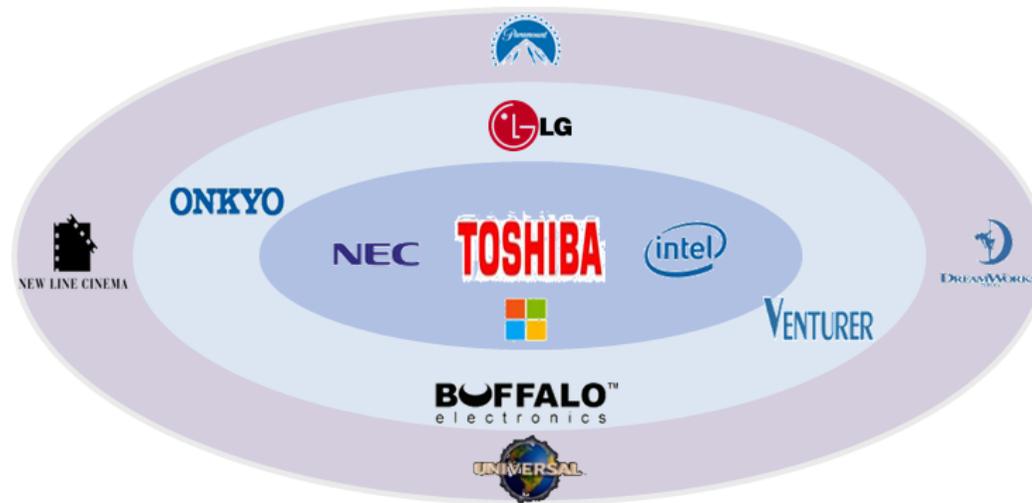
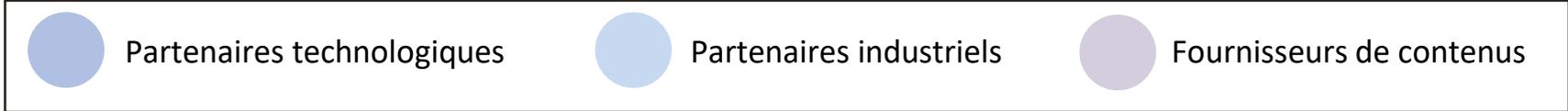
2

Des pivots *a priori* bienveillants vis-à-vis
des tiers de l'écosystème...

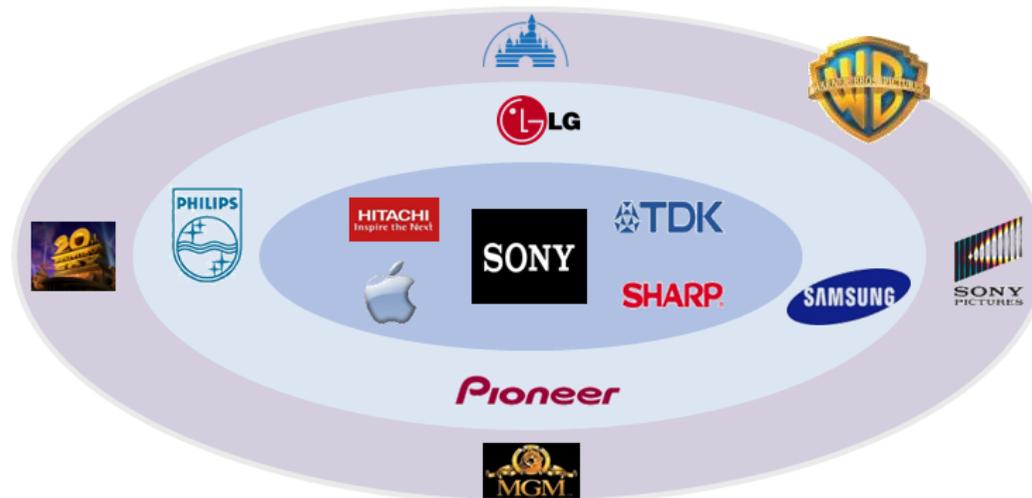
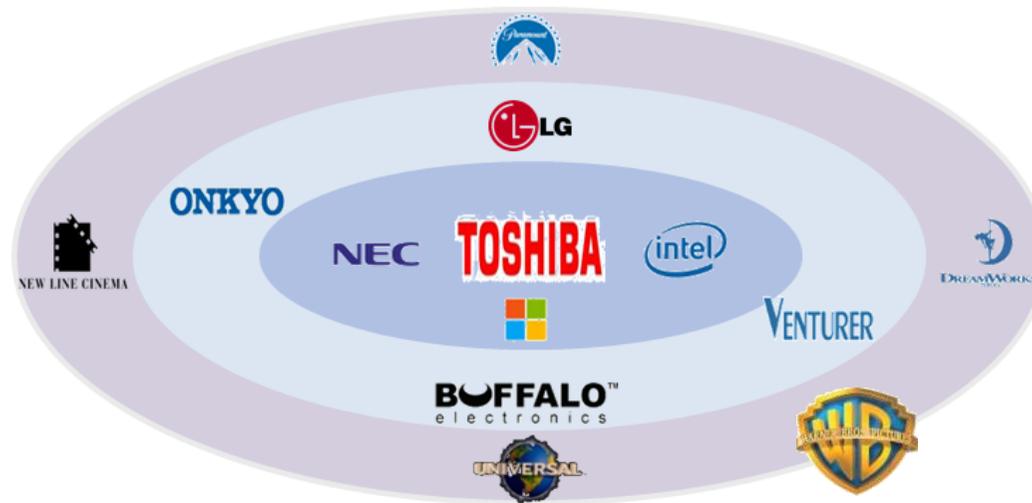
3

Attirer les compléments clés : un défi stratégique majeur

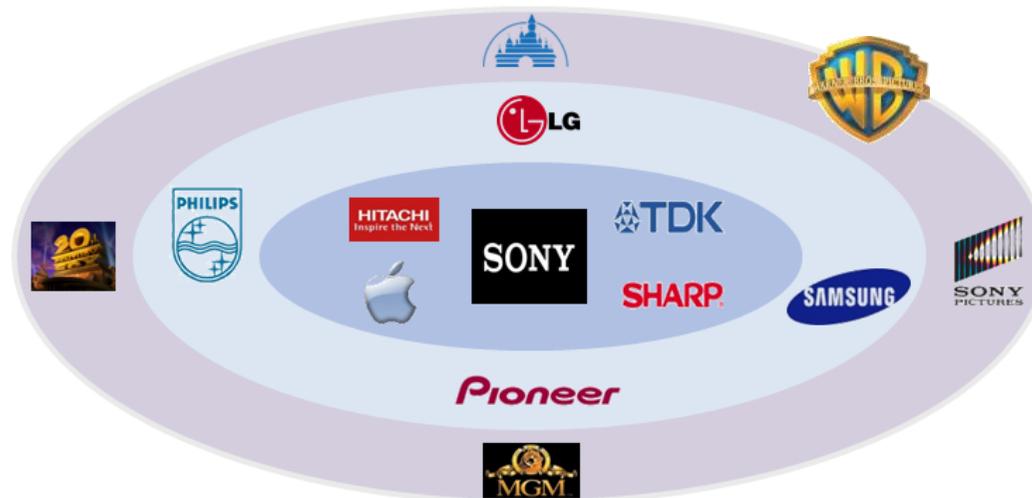
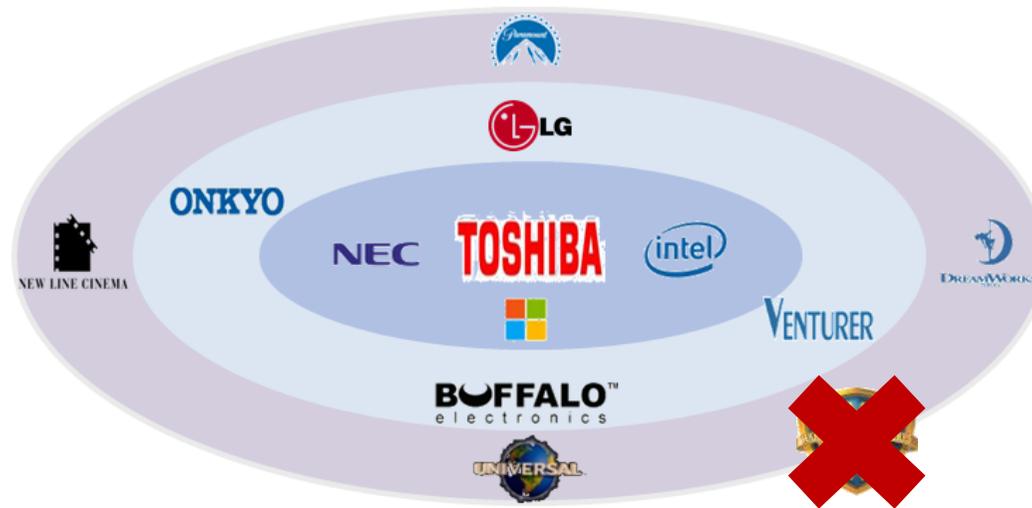
Attirer les complémentateurs clés : un défi stratégique majeur



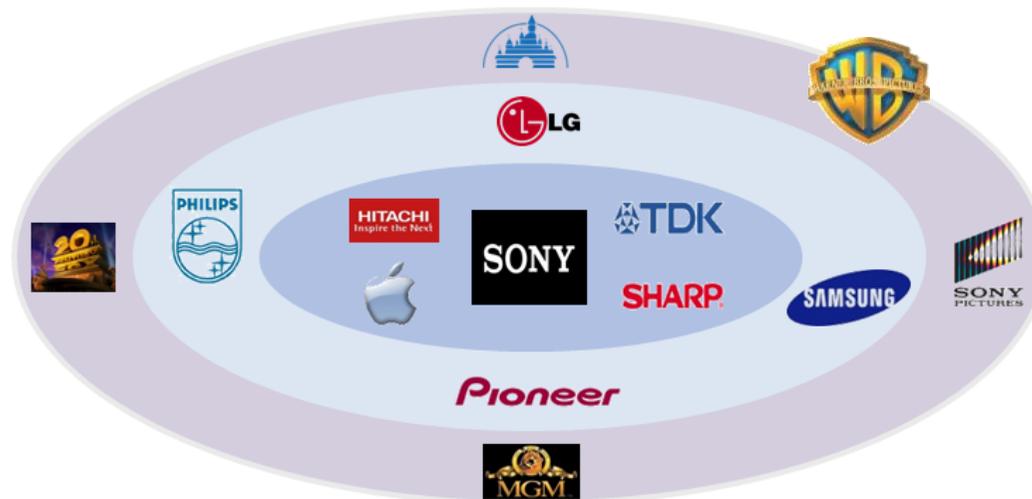
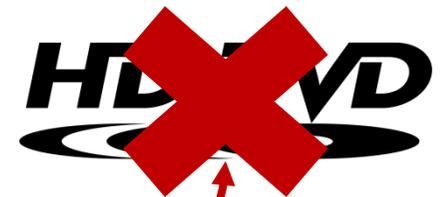
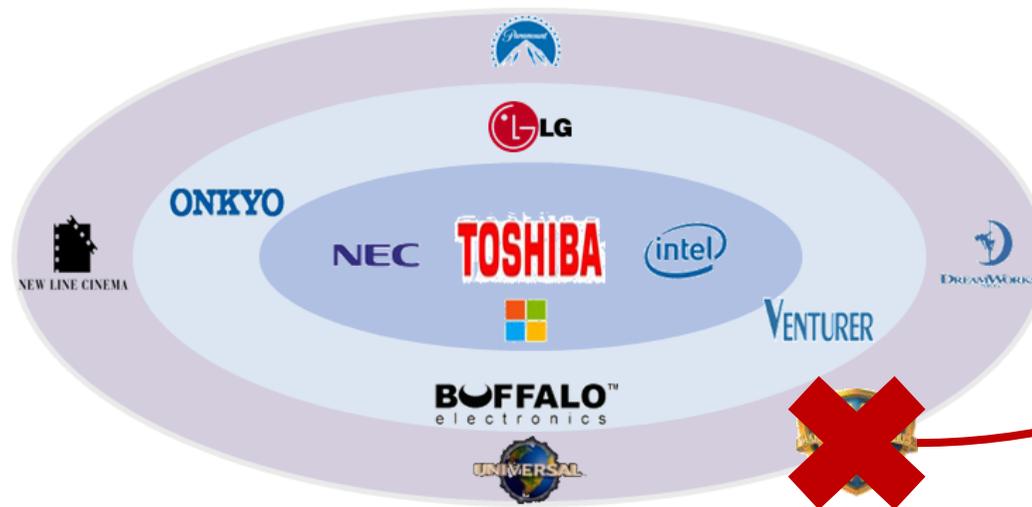
Attirer les complémentateurs clés : un défi stratégique majeur



Attirer les complémentateurs clés : un défi stratégique majeur



Attirer les complémentateurs clés : un défi stratégique majeur



Le nouveau paradigme concurrentiel et stratégique : 3 enseignements majeurs

1

De la concurrence à la coopération

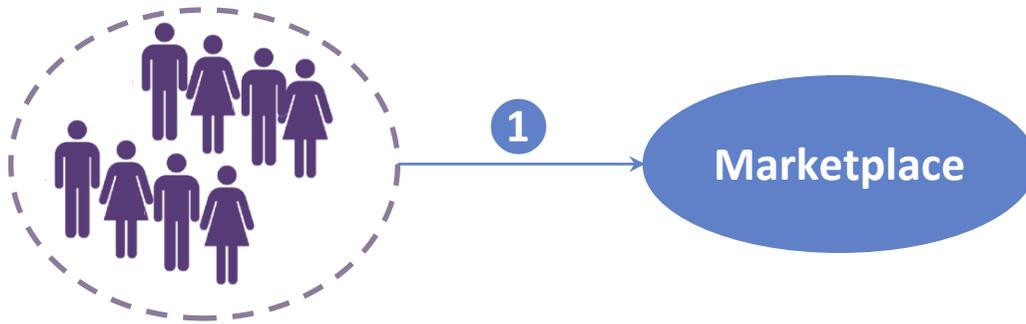
2

Des pivots a priori bienveillants vis-à-vis
des tiers de l'écosystème...

3

... mais les risques sont grands
pour les contributeurs et complémentaires

Focus sur le risque d'éviction



Plusieurs commerçants sont en concurrence pour offrir un produit A sur une marketplace

A ce stade, la marketplace est un pur facilitateur : elle ne propose pas le produit A en propre

Focus sur le risque d'éviction



Plusieurs commerçants sont en concurrence pour offrir un produit A sur une marketplace

1



A ce stade, la marketplace est un pur facilitateur : elle ne propose pas le produit A en propre

2



Le produit A est un succès commercial

Focus sur le risque d'éviction



Plusieurs commerçants sont en concurrence pour offrir un produit A sur une marketplace

1



A ce stade, la marketplace est un pur facilitateur : elle ne propose pas le produit A en propre

2



Le produit A est un succès commercial

3



L'analyse des données révèle à la marketplace la tendance de consommation

Focus sur le risque d'éviction



Plusieurs commerçants sont en concurrence pour offrir un produit A sur une marketplace

1



A ce stade, la marketplace est un pur facilitateur : elle ne propose pas le produit A en propre

2



Le produit A est un succès commercial

3



L'analyse des données révèle à la marketplace la tendance de consommation

4

SOURCING

La marketplace se fournit en produit A pour le proposer en propre sur son site. Elle profite des effets de volume pour diminuer son coût marginal

Focus sur le risque d'éviction



Plusieurs commerçants sont en concurrence pour offrir un produit A sur une marketplace

1



2



Le produit A est un succès commercial

3



L'analyse des données révèle à la marketplace la tendance de consommation

4



5



L'opérateur de la marketplace entre en concurrence directe avec ses propres vendeurs

La marketplace se fournit en produit A pour le proposer en propre sur son site. Elle profite des effets de volume pour diminuer son coût marginal

Focus sur le risque d'éviction



Plusieurs commerçants sont en concurrence pour offrir un produit A sur une marketplace

1



A ce stade, la marketplace est un pur facilitateur : elle ne propose pas le produit A en propre

2



Le produit A est un succès commercial

3



L'analyse des données révèle à la marketplace la tendance de consommation

4

SOURCING

La marketplace se fournit en produit A pour le proposer en propre sur son site. Elle profite des effets de volume pour diminuer son coût marginal

5



L'opérateur de la marketplace entre en concurrence directe avec ses propres vendeurs



LES OPERATEURS PIVOTS SONT EN CAPACITE D'EXCLURE LES COMPLEMENTEURS DE LA FRANGE A TOUT MOMENT : ILS BENEFICIENT DU « HOUSE EDGE »

Focus sur le risque d'éviction



Plusieurs commerçants sont en concurrence pour offrir un produit A sur une marketplace

1

Marketplace

2



Le produit A est un succès commercial

3



L'analyse des données révèle à la marketplace la tendance de consommation

4

SOURCING

5



L'opérateur de la marketplace entre en concurrence directe avec ses propres vendeurs

La marketplace se fournit en produit A pour le proposer en propre sur son site. Elle profite des effets de volume pour diminuer son coût marginal

LES OPERATEURS PIVOTS SONT EN CAPACITE D'EXCLURE LES COMPLEMENTEURS DE LA FRANGE A TOUT MOMENT : ILS BENEFICIENT DU « HOUSE EDGE » (AVEC UN BEMOL TOUTEFOIS)