

POLITIQUE PRODUIT

Carte de positionnement

Cycle de vie du produit

Matrice BCG

STAR			DILEMME
	Iphone 13 (version normale) Iphone 14 PRO et MAX Macbook Air MacBook Pro et Max	Iphone 14 plus	
	Iphone 12 Airpods Apple watch Service (apple music/apple arcade)	APPLE TV	
VACHE A LAIT			POIDS MORT

Apple ne pouvait sans doute pas espérer une meilleure façon de débiter l'année 2021. Le géant californien vient de présenter les chiffres de son premier trimestre bouclé le 27 mars qui affiche une hausse spectaculaire de 54% du chiffre d'affaires à 89,5 milliards de dollars. L'iPhone est encore et toujours le moteur central de cette croissance, avec 47,9 milliards de de recette, ce qui représente une hausse annuelle de 66%. Mais le phénomène le plus remarquable se situe du côté des ventes de Mac et d'iPad qui ont connu des progressions sans précédent avec respectivement 9,1 et 7,8 milliards de dollars de recettes. Cela équivaut à une progression de 70% pour les Mac et de 78% pour l'iPad. Sur la période, Apple a vu son bénéfice net plus que doubler pour atteindre 23,6 milliards de dollars.

Source : [CENT, Avril 2021](#)

Apple key statistics

- Apple generated \$365 billion revenue in 2021, 52% came from iPhone sales
- Apple Services was the second largest division, responsible for 18% of revenue
- 230 million iPhones, 71 million iPads and 20 million Mac and MacBook units were sold in 2020
- Apple's home and wearables division grew 25% in 2021
- It sold 110 million AirPods and 43 million Apple Watches in 2020
- Apple Music has 72 million subscribers, Apple TV+ has over 40 million

Source : [Business of app](#), October 2022

Gamme APPLE

Segments	Mac	Ipad	Iphone	Watch	AirPods	TV & Maison	Exclusivités Apple	Accessoires
References et stratégie produit	MacBook Air MacBook Pro I Mac Mac Mini Mac Studio Mac Pro Ecrans	Ipad Pro Ipad Air Ipad Ipad Mini	Iphone 13 Iphone 13 pro Iphone 14 Iphone 14 pro Iphone 14 pro max Iphone SE (2022)					
Dimension matérielle	Espace de stockage en Go ; Mémoire vive (ram) ; autonomie ; pixel appareil photo ;...				Qualité son ; autonomie			
Dimension fonctionnelle	Communication ; divertissement ; usage nomade							
Dimension d'image	Mode de vie à la californienne ; exclusif ; respect vie privée ;							

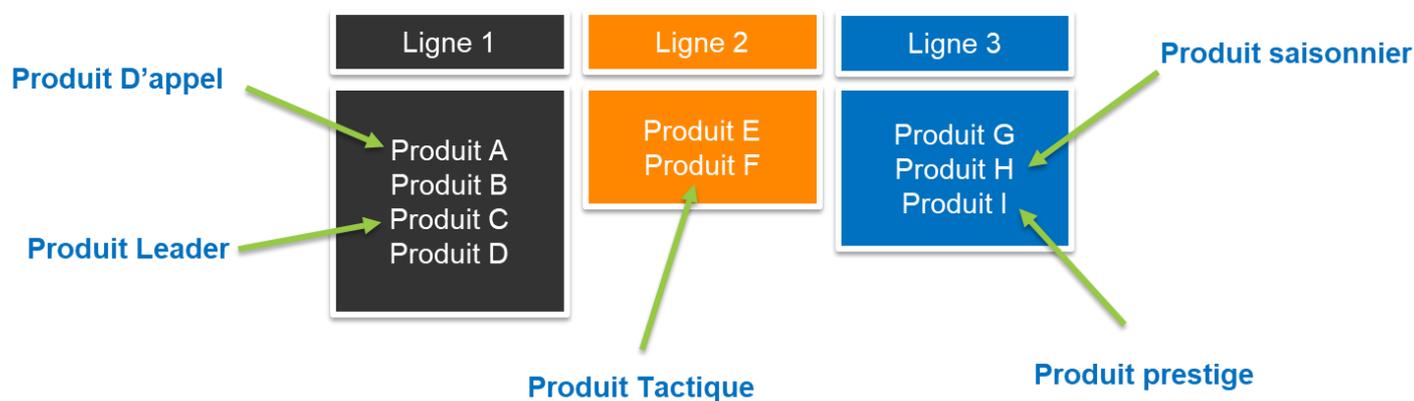
Produit prestige

Produit leader

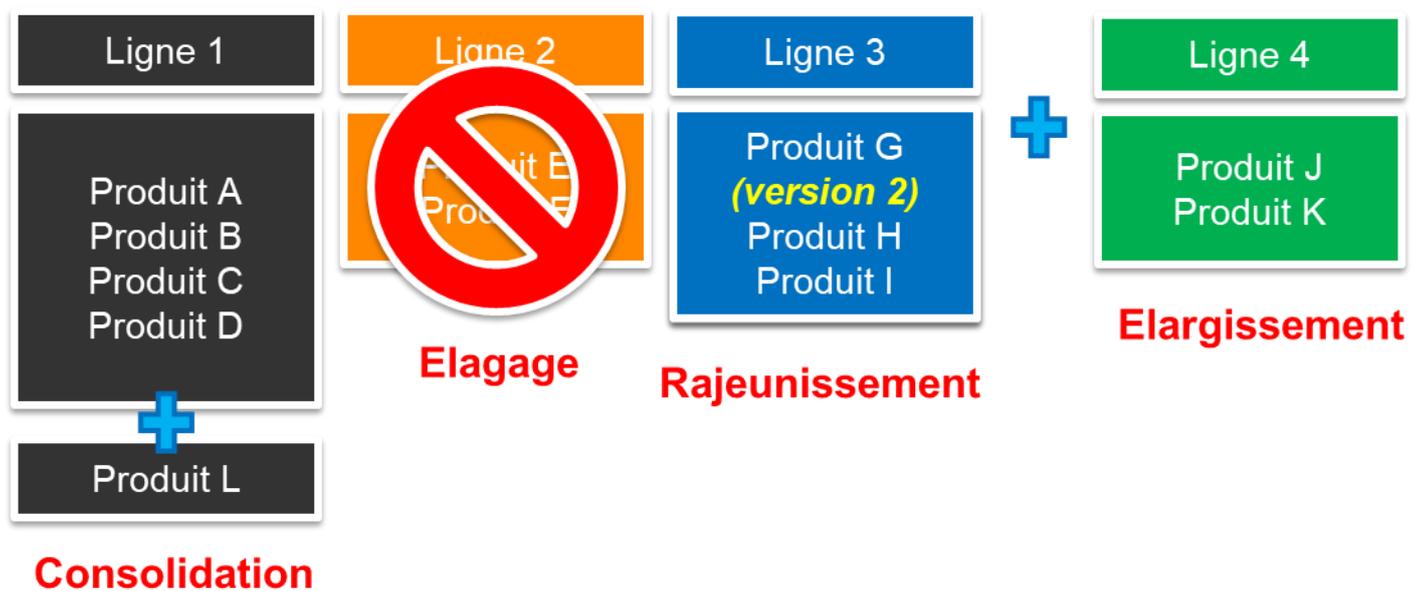
Produit d'appel

Produit tactique

Stratégie de gamme



Stratégie selon le cycle de vie de la gamme



Stratégie d'élagage

POLITIQUE COMMUNICATION

Paid Media

- Communication publicités télévision (spot publicitaire)
- Partenariat avec opérateurs téléphoniques

Owned Media

- Site internet
- Démonstration via les appstore
-

Shared Media

- Page Facebook
- Twitter

Earned Media

-

POLITIQUE DISTRIBUTION :

Type canaux et distribution : direct ; court ; long

Stratégie multi canal ; cross canal ; omnicanal

Stratégie sur le lieu de vente : disposition & présentation du produit/service

POLITIQUE PRIX

- Stratégie prix :
 - **Stratégie d'écrémage** : pratique de prix élevés avec la volonté de construire une marque de luxe et donner un caractère exclusif aux produits.

 - Prix moyen d'un iphone
- Moyens de paiement et gestion de la fidélité
 - Moyens de paiement classiques en APPLE STORE
 - APPLE trade in : politique d'échange donnant la possibilité de transformer un ancien iphone en bon d'achat valable pour l'acquisition d'un nouvel iphone.
 - Achat en plusieurs fois via les opérateurs téléphoniques