

Positif (pour atteindre l'objectif)

Négatif (pour atteindre l'objectif)

Facteurs internes (organisationnels)

S - STRENGTHS

- Une plateforme web et des applications smartphones très conviviales, ainsi qu'un support clients 7J/7 en 30 langues très efficaces.
- Une position de leader de l'hébergement à domicile via Internet.
- Un Business Model innovant basé sur la consommation collaborative et des revenus provenant de l'hébergeur et du voyageur.
- Une très grande communauté d'hébergeurs (+ de 3 millions de logements proposés).
- Une forte présence sur les réseaux sociaux (Facebook) et organisation de jeux-concours.

W - WEAKNESSES

- airbnb contribue à la dérégulation du marché des grandes villes (rareté et surcoût des logements).
- airbnb est sensible à la qualité de service et aux problèmes de sécurité des logements proposés qui peuvent vite entraîner une très mauvaise réputation.

Facteurs externes (marchés)

O - OPPORTUNITIES

- L'instabilité économique mondiale, la baisse du pouvoir d'achat, la mobilité des jeunes génération d'hébergeurs, la recherche d'une expérience « Homeway, » favorisent le concept.
- Le fort potentiel dans les pays en voie de développement.
- L'utilisation croissante du smartphone facilite la mise en relation hébergeurs/ voyageurs et les services associés.
- La diversification des activités : partenariats avec guide de voyages, location de voitures, Google Maps, etc.

T - THREATS

- Un Business Model facilement copiable.
- Les lobbyistes de syndicats ou de chaînes hôtelières. Le développement de nouvelles chaînes d'hôtels à petits budgets.
- Les conflits avec les Etats en matière de taxation et de réglementation mais aussi avec les règles religieuses locales.
- La mauvaise image de la multinationale qui optimise au maximum sa fiscalité au détriment des Etats locaux et de leurs populations.