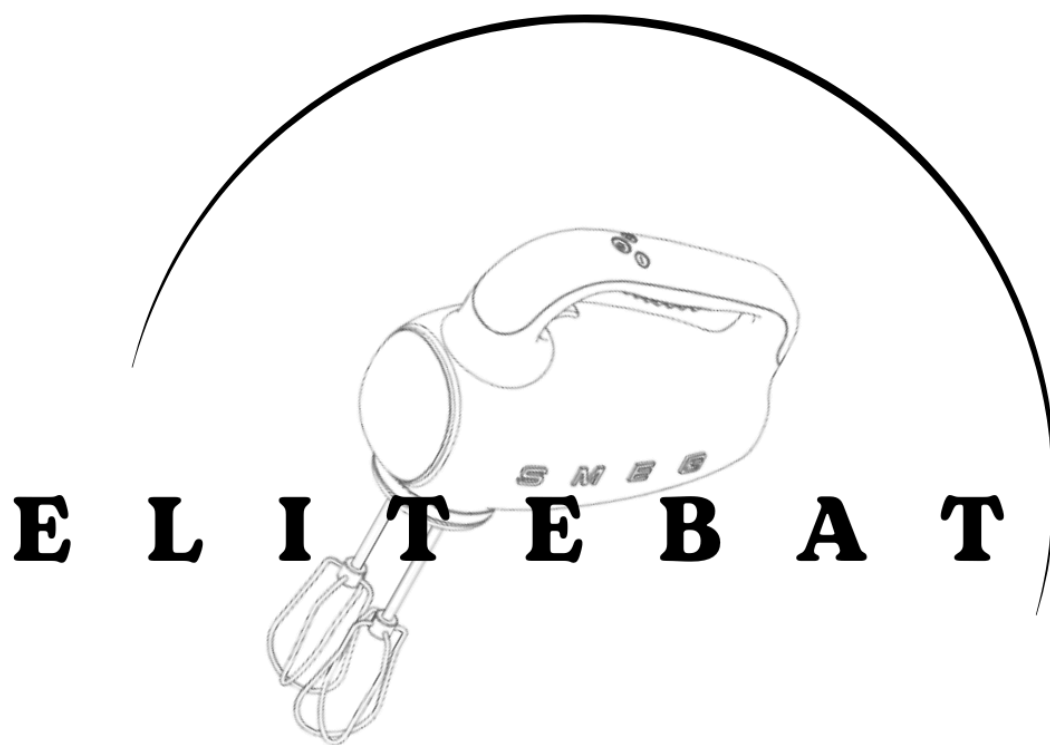


# Rapport Jeu 5 équipe 5

Maxence Grelier, Enzo Morand, Roxane PiuZZi, Calista Fourcade, Lillian Bergeret



2 0 2 4

<b>I- Les objectifs de l'entreprise</b>	<b>3</b>
1.1 Les principaux	3
1.2 Commerciaux	3
1.3 Financiers	3
2.1 Le positionnement	4
2.2 Les investissements	4
2.3 Autres choix stratégique	5
3.1 Les résultats commerciaux	5
3.2 Les résultats financiers	6
3.3 Analyse des résultats obtenus	6
<b>Conclusion</b>	<b>6</b>
4.1 Les apports de ce jeu	6
4.2 Les difficultés rencontrées lors de ce jeu	6
4.3 Les propositions d'améliorations	7

# I- Les objectifs de l'entreprise

## 1.1 Les principaux

Nos objectifs principaux consistent à améliorer la reconnaissance de notre marque, surtout avec le lancement de notre nouveau produit. Pour y parvenir, nous prévoyons une communication intensive via les réseaux sociaux, en fournissant un contenu de qualité spécifiquement adapté à notre clientèle. Nous organiserons des événements pour mettre en avant nos produits et notre marque, dans le but d'inciter l'engagement du public. Cette approche nous permettra également d'attirer de nouveaux clients.

On souhaite ensuite positionner notre entreprise en tant que leader de l'innovation dans le secteur, avec un produit qui répond aux besoins et aux attentes des consommateurs. Pour cela, on favorise les actions menées en matière de recherche et d'innovation technologique.

## 1.2 Commerciaux

Nos objectifs commerciaux initiaux consistent à stimuler nos ventes en étendant notre présence par l'ouverture de nouveaux magasins à travers la France. Cette expansion facilitera l'acquisition de nouveaux clients cibles, en mettant l'accent sur une communication personnalisée et un marketing ciblé. Notre intention est de pénétrer stratégiquement le marché, en visant spécifiquement le segment haut de gamme, afin de conquérir une part de marché significative dans cette catégorie.

Il est ensuite important que l'on ait une gestion efficace des stocks, notamment avec les nombreux points de ventes disponibles. Il faut éviter la rupture de stock ainsi que l'excédent de stock.

## 1.3 Financiers

Pour ce qui est de nos objectifs financiers, notre priorité est d'être rentable, en veillant à ce que les revenus générés dépassent les coûts associés à la distribution, à

la communication ainsi qu'à la commercialisation. Pour cela nous voulons mettre un point d'honneur sur la gestion des coûts au vu du lancement de notre nouveau produit en évitant l'excédent de stock. Enfin nous avons décidé de fixer des objectifs de croissances en augmentant progressivement les marges de bénéfices tout au long de période.

## II - Stratégie suivie

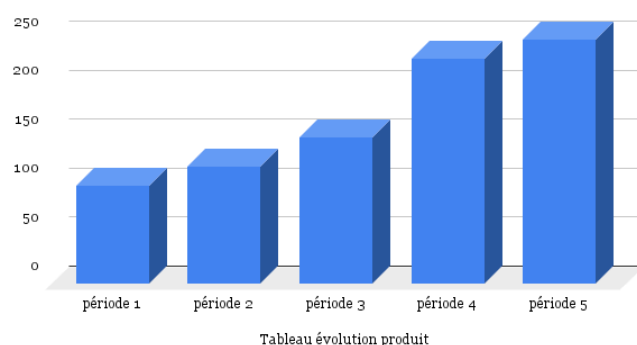
### 2.1 Le positionnement

En se concentrant sur une position haut de gamme pour notre batteur électrique, nous répondons aux attentes des consommateurs exigeants qui considèrent les ustensiles de cuisine comme des investissements importants. Notre produit se distingue par sa qualité exceptionnelle et ses performances supérieures, offrant une expérience culinaire de premier ordre à nos clients. Nous mettons l'accent sur l'utilisation de matériaux haut de gamme, une conception soignée et des fonctionnalités avancées pour répondre aux besoins des chefs amateurs et professionnels les plus exigeants. En positionnant notre batteur électrique comme un produit haut de gamme, nous visons à offrir un véritable luxe dans la cuisine, où la qualité, la durabilité et la performance sont prioritaires.

### 2.2 Les investissements

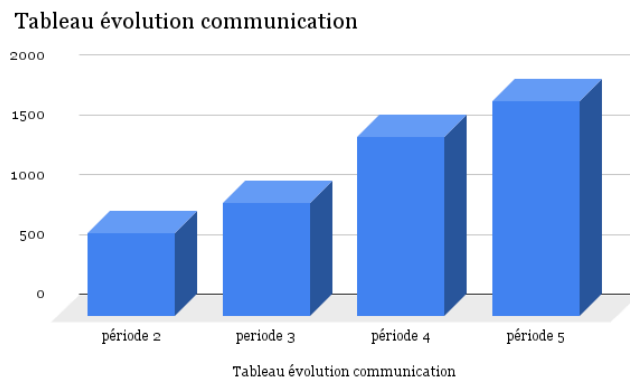
Dans le but de commencer le sujet sereinement et tout en sécurité, nous avons décidé d'investir sur un budget faible.

Tableau évolution produit



Cela nous a permis de lancer notre entreprise et de démarrer dans un cadre viable et cohérent en partant sur une quantité de produits raisonnables. Cette action nous a permis d'investir tout au long des périodes sur nos quantités produits et de devenir rentable.

Par la suite, nous avons opté pour cette même approche stratégique dans tous les autres domaines.



En ce qui concerne la communication, nous avons pris la décision d'allouer des investissements progressifs dans le temps, dans le but de sensibiliser notre clientèle existante, d'attirer de nouveaux clients et de renforcer notre notoriété. En complément nous avons également investi sur la

promotion en proposant des expériences à nos clients pour tester et découvrir de nouvelles recettes.

### 2.3 Autres choix stratégique

Pour débiter, notre décision initiale a été d'élargir notre présence géographique en augmentant le nombre de représentants et par conséquent, le nombre de magasins. Cette stratégie visait à élargir notre audience et à toucher un public plus large, ce qui s'est avéré efficace tout au long du jeu, comme en témoigne notre taux de probabilité de contact atteignant 98%.

Par la suite, étant donné que nous opérons dans un environnement concurrentiel avec seulement deux acteurs sur le segment haut de gamme, il était essentiel de fidéliser notre clientèle pour maintenir une part de marché satisfaisante. Dans cette optique, nous avons élaboré une stratégie de fidélisation en mettant l'accent sur notre publicité et nos promotions. Pour cela nous avons mis en avant les avantages de notre produit, les services que nous offrons à la clientèle tel qu' une avant première du produit, une personnalisation ( couleur, gravure...)



Enfin, nous avons fait le choix de nous positionner sur le segment haut de gamme tout le long du jeu. Pour cela

nous avons décidé de fixer un prix entre 60 et 62€, de mettre notre budget de communication global élevé. Vu que nous étions en croissance au niveau du budget nous avons augmenté nos stocks, ainsi que le nombre de représentants.

### III- Les principaux résultats obtenus après 5 périodes d'activité:

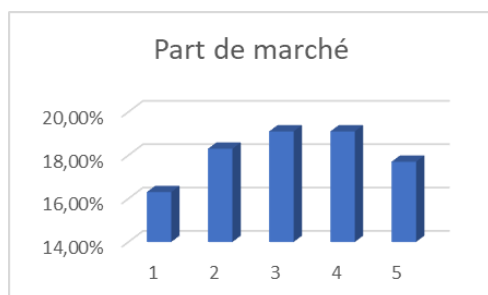
#### 3.1 Les résultats commerciaux

Avec l'expansion de notre réseau de représentants et l'ouverture de nouveaux magasins tout au long du jeu, nous avons réussi à atteindre nos objectifs commerciaux initiaux de stimuler les ventes et d'augmenter notre présence sur le marché français. En concentrant nos efforts sur le segment haut de gamme, nous avons pu rivaliser avec succès nos concurrents et conquérir une part significative de ce marché lucratif.

Notre lutte constante avec un concurrent tout au long du jeu nous a permis de développer des stratégies compétitives solides, de renforcer notre position sur le marché et de nous différencier de manière significative. Malgré les défis rencontrés, notamment la gestion des stocks pour éviter les ruptures et les excédents, nous avons maintenu une performance stable grâce à nos importantes capacités de stockage.

En fin de compte, notre expansion stratégique et notre focalisation sur le segment haut de gamme ont été couronnées de succès, nous permettant de consolider notre position sur le marché français et de réaliser nos objectifs initiaux de croissance et de pénétration du marché.

Voici nos résultats sous forme de graphique pour montrer nos évolutions :



En termes de part de marché, on remarque une évolution croissante jusqu'à la période 3. Ceci est dû au fait qu'on ait acheté plus de produits à chaque début de

période par rapport à la précédente et qu'on était devant nos concurrents directs durant ces périodes.

Ensuite, à partir de la période 4 on a une évolution décroissante car on n'a pas pris en compte la hausse de la demande lorsqu'on a pris nos décisions. Ainsi, on a pas assez acheté de produit pour satisfaire la totalité de la demande. Ce choix fût un mauvais choix pour notre équipe puisque à partir de cette période nous avons été doublé par nos concurrents.

L'évolution de nos concurrents sur l'axe 4 nous a causé du tort à partir de la période 4. On pense qu'ils ont réussi à acquérir des parts de marché car ils avaient un prix moins cher que nous.

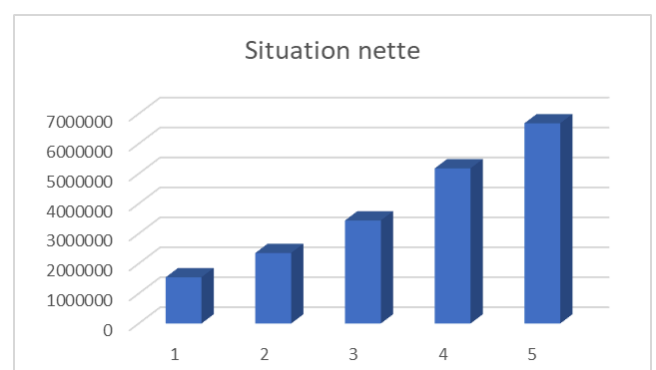
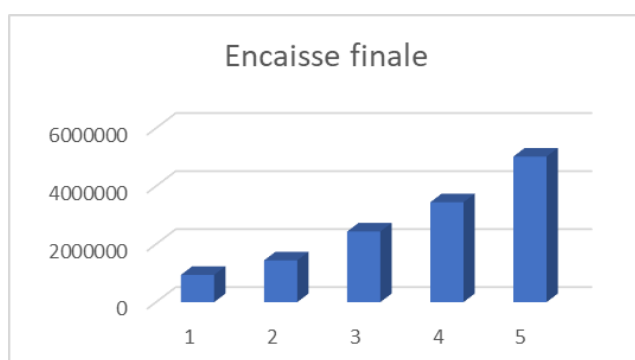


En ce qui concerne les quantités vendues, nous avons eu une évolution croissante jusqu'à la période 4. Ensuite, on a connu une légère baisse de nos ventes entre la période 4 et la période 5. Ceci est dû à une légère baisse de la demande et à une grosse évolution de nos concurrents.

En outre, on a vendu quasiment la totalité de nos produits sur chaque période.

En conclusion, pour améliorer nos résultats de ventes on aurait dû acheter plus de produits notamment lorsque la demande a augmenté. Ceci nous aurait permis de gagner en parts de marché et en chiffre d'affaires.

### 3.2 Les résultats financiers



Au niveau des résultats financiers durant les 5 périodes, on remarque que la valeur de notre entreprise a constamment augmentée. En effet, à la Période 1 on avait une situation nette de : 1 539 200 pour terminer avec une situation nette en Période 5 de : 6 680 500 soit une augmentation d'environ 420%.

Sur l'encaisse finale on a eu une évolution de 533% environ, soit une multiplication de notre chiffre de la période 1 par 5.

En conclusion, au niveau des résultats financiers on a eu une évolution croissante tout au long du jeu. Ceci prouve que nos stratégies étaient cohérentes avec les attentes du jeu, avec le marché et la concurrence.

### 3.3 Analyse des résultats obtenus

Pour finir avec nos résultats, on peut dire qu'ils sont très positifs de la période 1 à la période 3. Avec une évolution croissante sur tous les aspects. Ensuite, à partir de la crise et la hausse de la demande nous avons eu des résultats en baisse. Ceci est dû au fait que nous n'avons pas pris en compte la hausse de la demande durant la période 3 (mauvaise lecture des documents) contrairement à nos concurrents. Cependant, nos résultats restent tout de même positifs puisque l'évolution de la valeur de notre entreprise est toujours croissante. Avec de meilleures décisions au niveau du nombre de produits achetés on aurait pu avoir de meilleurs résultats et rester devant nos concurrents.

## Conclusion

### 4.1 Les apports de ce jeu

Ce jeu nous a non seulement permis de développer des compétences en travail d'équipe, mais il nous a également offert une expérience de prise de décisions au sein d'une entreprise fictive. Travailler avec des personnes imposées nous a obligés à nous adapter et à collaborer de façon efficace avec des personnes que nous n'avions pas l'habitude de côtoyer. Cette diversité d'approches et de perspectives a enrichi nos discussions et a renforcé notre capacité à trouver des solutions créatives.



En nous mettant dans des situations similaires à celles que nous pourrions rencontrer dans le monde professionnel, ce jeu nous a permis d'explorer différents aspects de la gestion d'entreprise, comme la gestion des ressources, la planification stratégique, et la résolution de problèmes. En prenant des décisions et en observant leurs conséquences, nous avons pu mieux comprendre les défis auxquels font face les entreprises au quotidien.

En somme, ce jeu a été une expérience éducative précieuse qui nous a aidés à développer des compétences essentielles pour notre avenir professionnel, tout en nous offrant un aperçu concret du fonctionnement d'une entreprise.

#### 4.2 Les difficultés rencontrées lors de ce jeu

La gestion d'un budget dans un jeu de simulation peut souvent se révéler être un défi de taille. Dans ce jeu, nous avons rencontré quelques difficultés qui ont nécessité un ajustement continu de notre stratégie.

Tout d'abord, la gestion efficace du budget était un aspect crucial. Au début, nous avons eu du mal à équilibrer nos dépenses entre l'expansion, le recrutement et les investissements dans la recherche et le développement. Nous avons réalisé que sans une planification minutieuse, nos finances pouvaient rapidement être déséquilibrées, compromettant ainsi la croissance à long terme de notre entreprise virtuelle.

Ensuite, nous avons eu du mal à ne pas prendre trop de stock. La tentation d'accumuler des ressources en prévision de la demande future était constante. Cependant, nous avons appris qu'un stock excessif pouvait entraîner des coûts de stockage élevés et rendre nos liquidités moins disponibles pour d'autres investissements plus stratégiques. Trouver le juste équilibre entre la disponibilité des produits et les coûts associés à leur stockage était donc essentiel pour optimiser les bénéfices.

### 4.3 Les propositions d'améliorations

Afin d'améliorer ce jeu, nous avons pensé à quelques axes qu'il faudrait retravailler. Dans un premier temps nous trouvons que l'organisation au sein de l'équipe pédagogique n'était pas assez claire. En effet, il y avait parfois des confusions entre les professeurs, ce qui rendait la compréhension du jeu compliquée. Il faudrait donc revoir cela pour que le dossier soit vraiment connu parfaitement de chaque enseignant.

Également, le temps de partage entre un enseignant/intervenant envers un groupe n'était pas assez équitable, menant ainsi des groupes à avoir des informations importantes en retard. Il est donc important pour chaque enseignant de faire le tour des groupes en se fixant une limite de temps.

De plus, on trouve dommage que les résultats puissent varier d'un jeu à l'autre, par exemple, certains groupes ont eu des résultats très élevés parce que toutes les équipes de leur jeu étaient en négatif.