



# BUSINESS PROJECT

*Belhadad Morad, Vidou Manon, Gracian Clara,  
Lagarde Léa, Saint -Amans Dorian*



# OBJECTIFS DE L'ENTREPRISE

## Généraux:

- Augmenter la notoriété de la marque sur le marché des petits appareils électroménagers.
- Développer un réseau pour les revendeurs partenaires
- Faire des produits de qualité avec des prix bas.

## Commerciaux :

- Accroître les ventes auprès des revendeurs partenaires.
- Faire connaître le produit nouveau

## Financiers :

- Avoir une marge bénéficiaire stable tout en restant compétitif sur le marché.
- Assurer une gestion efficace des coûts et des dépenses pour garantir la rentabilité à long terme.



# STRATÉGIE SUIVIES

## Positionnement :

- Offrir des produits de qualité à des prix abordables, avec la promesse "trouver moins cher, nous vous remboursons la différence".
- Mettre l'accent sur la valeur ajoutée des produits en termes de fonctionnalités et de durabilité et de praticité .

## Investissement :

- Investir dans la recherche et le développement pour proposer des produits innovants et différenciés.
- Allouer des ressources pour renforcer le réseau de distribution et la visibilité de la marque surtout en début de période d'entrée sur le marché .

## Autres choix stratégiques :

- Investir dans un nombre conséquent de représentants afin d'être le plus possible sur le marché et en magasin .
- Changer d'axe en période 5 afin de passer en milieux de gamme en restant les moins cher afin d'essayer de combler notre déficit



**Nous avons changé le nombre de représentant qui était à 3 nous avons mis à 15**

**Les commissions pour les représentant était à 4,2 nous sommes passées à 6,8 car pour la première simulation nous avons eu deux personnes qui étaient partis.**

**Pour le prix de vente nous avons mis à 32 euros nous l'avons modifier à 30 euros pour être sur la même fourchette de prix que les autres concurrents**

**Pour l'emprunt demandé nous restons à 1K**

**Pour le délai de paiement nous passons de 30 à 45 jours.**

**Pour l'achat de l'unité de stockage on passe de 15 à 6**

**prix unitaire de liquidation on passe de 22 à 0**

**Budget de recherche et d'innovation on passe de 220 à 240**

### **Résultat commerciaux:**

Durant la première année notre équipe détient une part de marché de 23,9%, ce qui nous place en deuxième position sur le marché. Bien que cette position ne soit pas dominante, elle suggère une présence significative. Il serait judicieux d'examiner de près les stratégies des concurrents pour identifier des opportunités de croissance et de compétitivité. En termes de ventes, notre équipe a réalisé 110 000 ventes, indiquant une performance solide. Cependant, pour maintenir ou augmenter ces chiffres, il est essentiel d'optimiser les stratégies de vente et d'adapter les approches en fonction des segments de marché les plus rentables. Avec un taux de contact de 90%, nos chiffres semblent efficaces pour établir des relations avec les clients potentiels. Cependant, il est crucial de maximiser les opportunités de conversion en ventes. Classée deuxième en termes d'indice d'innovations, notre équipe a une bonne capacité à développer des produits innovants. Cette force devrait être exploitée pour se différencier davantage sur le marché. Le prix des produits fixé à 30€ peut être viable, mais il est important de s'assurer qu'il correspond à la valeur perçue par les clients et permet de réaliser des marges bénéficiaires satisfaisantes. Avec la possibilité d'acheter jusqu'à 140 000 produits, notre équipe dispose d'une capacité de production suffisante, mais elle doit surveiller de près les niveaux de stocks. Les encaisses finales de 304 000€ représentent la trésorerie disponible, tandis que les créances clients de 413 000€ nécessitent une gestion efficace pour minimiser les risques de mauvaises dettes. La note technique de 1,4/10 suggère des défis en termes de qualité des produits. Il est essentiel d'investir dans la R&D pour renforcer la qualité et la satisfaction client. Un pourcentage élevé de commandes non satisfaites de 9,2% peut avoir un impact négatif sur la réputation. Il est crucial d'identifier les causes et de mettre en œuvre des mesures correctives.

Durant la deuxième année de simulation, notre équipe a rencontré des défis significatifs, affichant des performances en dessous des attentes sur plusieurs aspects clés. Avec une part de marché stable à 12,8%, l'équipe a réalisé seulement 64 000 ventes, se classant parmi les moins performantes en termes de volume de ventes. Le stock final de 74 000 produits représentant une valeur de 1 800 000€ suggère une surcapacité de production, nécessitant une gestion plus efficace des stocks. Le faible taux de probabilité de contact de 33% indique des difficultés dans l'établissement de relations avec les clients potentiels, nécessitant des ajustements dans les activités de prospection. Avec un indice d'innovation de seulement 45%, l'équipe se classe également parmi les moins innovantes sur le marché, soulignant la nécessité d'investir davantage dans la recherche et le développement. Etant dernier en termes de qualité perçue avec un score de 2,8/10, des améliorations significatives dans la qualité des produits sont essentielles pour répondre aux attentes des clients. Le prix de vente fixé à 30€ semble être en ligne avec le marché, mais il est important de s'assurer que ce prix est justifié par la qualité des produits. Bien que disposant d'un nombre conséquent de magasins (1020), cela ne s'est pas traduit par des performances commerciales satisfaisantes. La note technique de 3,4/10 souligne également des lacunes importantes en termes de qualité des produits, nécessitant des efforts supplémentaires dans ce domaine. Malgré un pourcentage de commande non satisfaite de 0%, l'équipe P1 doit rester vigilante pour maintenir cette performance en améliorant continuellement ses processus opérationnels.

Durant la troisième année de simulation, notre équipe a affiché des performances moyennes, avec une part de marché de 19,6%, la plaçant en troisième position sur le marché. Bien que cette position soit solide, elle nécessite une analyse approfondie des stratégies concurrentielles pour identifier les opportunités de croissance. Les ventes réalisées s'élèvent à 109 000, ce qui indique une performance stable par rapport aux années précédentes. Le taux élevé de probabilités de contact de 97% souligne l'efficacité de l'équipe dans l'établissement de relations avec les clients, ce qui constitue un atout important pour augmenter les ventes. Cependant, l'indice d'innovation est de 40/100, le plus bas parmi les équipes participantes, ce qui nécessite une attention particulière pour stimuler la créativité et le développement de nouveaux produits. De plus, la qualité perçue est également faible, avec un score de 4/10, le plus bas parmi les concurrents. Il est impératif d'améliorer la qualité des produits pour répondre aux attentes des clients et améliorer la compétitivité. Le prix de vente fixé à 40€ semble être une décision audacieuse, et il est crucial de s'assurer que ce prix est justifié par la qualité et la valeur perçue par les clients. Le nombre élevé de magasins (3304) offre une large couverture sur le marché, mais il est essentiel d'optimiser la gestion de ces points de vente pour maximiser les ventes et la rentabilité. La note technique de 5,3/10 montre une amélioration par rapport aux années précédentes, mais des efforts supplémentaires sont nécessaires pour renforcer la qualité des produits et des processus techniques. Bien que le pourcentage de commandes non satisfaites soit de 0%, il est important de maintenir cette performance en continuant à améliorer les processus opérationnels.

Durant la quatrième année de simulation, l'équipe a fait face à des défis majeurs, affichant des performances négatives dans plusieurs domaines clés. Avec une part de marché de seulement 16,1%, elle se classe avant-dernière sur le marché, ce qui nécessite une réévaluation des stratégies concurrentielles pour inverser cette tendance. Bien que le nombre de ventes réalisées soit légèrement augmenté à 120 000, cette augmentation n'a pas été suffisante pour améliorer significativement la position sur le marché. La probabilité de contact de 95% indique une efficacité raisonnable dans l'établissement de relations avec les clients, mais le pourcentage élevé de personnes non satisfaites, soit 45%, soulève des préoccupations majeures quant à la qualité des produits ou des services fournis. L'indice d'innovation de 40% place l'équipe P1 en dernière position, ce qui nécessite une action immédiate pour stimuler la créativité et le développement de nouveaux produits. De plus, la qualité perçue des produits est également très faible, avec un score de seulement 3,5/10, le plus bas parmi les concurrents. Il est impératif d'améliorer la qualité des produits pour regagner la confiance des clients et améliorer la compétitivité. Le prix de revente de 33€ semble être une décision raisonnable, mais il est crucial de s'assurer que ce prix est justifié par la qualité des produits et la valeur perçue par les clients. Bien que le nombre de magasins soit élevé à 3108, il est important d'optimiser leur gestion pour maximiser les ventes et la rentabilité. La note technique de 5,2/10 montre une légère amélioration par rapport à l'année précédente, mais des efforts supplémentaires sont nécessaires pour renforcer la qualité des produits et des processus techniques.

Pour la cinquième année de simulation, notre équipe maintient une présence significative sur le marché malgré une part de marché relativement stable de 5,6%. Bien que notre position ne soit pas dominante, elle témoigne d'une certaine force dans un marché concurrentiel. Cependant, il est crucial d'examiner de près les stratégies des concurrents afin de capitaliser sur les opportunités de croissance et de renforcer notre compétitivité. Avec 50 000 ventes réalisées, notre équipe a maintenu une performance stable, ce qui indique une solide connexion avec les clients potentiels. Notre probabilité de contact élevée de 97% est conforme à la moyenne du marché, ce qui confirme notre efficacité dans l'établissement de relations clients. Cependant, malgré ces résultats, notre indice d'innovation reste le dernier du marché avec une note de 40/100. Cela souligne le besoin pressant de stimuler notre créativité et notre capacité à développer des produits innovants qui se démarquent sur le marché. Notre qualité perçue reste extrêmement faible, notée à seulement 1,3/10. Cela représente un défi majeur, car la perception de la qualité par les clients est cruciale pour maintenir leur satisfaction et fidélité. Il est impératif d'investir dans l'amélioration de la qualité des produits afin de répondre aux attentes des clients et de renforcer notre réputation sur le marché. Malgré ces défis, le pourcentage de clients non satisfaits est de 0%, ce qui est encourageant et indique que nous parvenons à répondre aux besoins de nos clients. Notre nombre élevé de magasins à 3473 nous confère une large présence géographique, ce qui constitue un avantage concurrentiel important. Enfin, le choix d'un prix de 45€ peut être un atout pour notre équipe, mais cela doit être soutenu par une valeur perçue correspondante et des marges bénéficiaires satisfaisantes.

## Résultat financier

Pour la première année de simulation, notre équipe avait rencontré des défis financiers significatifs, avec un résultat après impôt négatif de -1 800 000€. Cela indique que les dépenses ont dépassé les revenus, ce qui nécessite une analyse approfondie des postes de dépenses et des stratégies de génération de revenus. Les charges totales se sont élevées à 5 078 000€, tandis que les produits totaux n'ont atteint que 3 267 000€. Bien que les ventes normales aient généré un revenu de 3 300 000€, cela n'a pas suffi à compenser les charges. Le total des passifs est de 736 000€, ce qui peut indiquer des engagements financiers importants. Les créances clients s'élèvent à 413 000€, ce qui souligne l'importance de récupérer ces fonds pour améliorer la situation financière. Malgré ces défis, l'équipe dispose d'une encaisse finale de 304 000€, ce qui pourrait être utilisé pour couvrir les coûts opérationnels futurs ou investir dans des initiatives visant à améliorer la rentabilité.

Pour la deuxième année, l'équipe a rencontré des difficultés financières importantes, se traduisant par un résultat après impôt négatif de -1 922 000€. Cela indique que les charges totales ont dépassé de loin les revenus, créant un déficit financier significatif. Les charges totales se sont élevées à 3 858 000€, tandis que les produits totaux n'ont atteint que 1 952 000€. Bien que les ventes normales aient généré un revenu de 1 971 000€, cela n'a pas suffi à compenser les dépenses. Le total du passif et de l'actif est de 2 047 000€, ce qui peut indiquer des engagements financiers importants. Cependant, il est à noter que les créances clients sont à zéro, ce qui signifie qu'il n'y a pas de montants dus par les clients à l'équipe P2. Néanmoins, l'encaisse finale est négative, s'élevant à -3 555 000€, ce qui indique un besoin urgent de liquidités ou des investissements pour redresser la situation financière.

Pour la troisième année de simulation, nous avons encore fait face à des difficultés financières, se traduisant par un résultat après impôt négatif de -1 130 000€. Cela indique que les charges totales ont dépassé les revenus, ce qui a entraîné un déficit financier. Les charges totales se sont élevées à 8 376 000€, tandis que les produits totaux ont atteint 7 246 000€. Bien que les ventes normales aient généré un revenu de 4 363 000€, cela n'a pas suffi à couvrir toutes les dépenses. Le total du passif et de l'actif est de 1 873 000€, ce qui peut indiquer des engagements financiers significatifs. Cependant, il est à noter que les créances clients sont à zéro, ce qui signifie qu'il n'y a pas de montants dus par les clients à notre équipe. Néanmoins, l'encaisse finale est négative, s'élevant à -4 526 000€, indiquant un besoin urgent de liquidités ou des investissements pour améliorer la situation financière.

Pour la quatrième année de simulation, notre équipe continue de faire face à des difficultés financières importantes, avec un résultat après impôt négatif de -1 974 000€. Cela indique que les charges totales ont dépassé les revenus, créant un déficit financier conséquent. Les charges totales se sont élevées à 5 925 000€, tandis que les produits totaux ont atteint 3 950 000€. Bien que les ventes normales aient généré un revenu de 3 990 000€, cela n'a pas suffi à compenser toutes les dépenses. Le total du passif et de l'actif est de 336 000€, ce qui peut indiquer une situation financière relativement stable par rapport aux années précédentes. Toutefois, il est important de noter que les créances clients sont à zéro, ce qui signifie qu'il n'y a pas de montants dus par les clients à l'équipe P2. Malgré cela, l'encaisse finale est négative, s'élevant à -5 418 000€, indiquant un besoin urgent de liquidités ou des investissements pour renforcer la situation financière.

Pour la cinquième année de simulation, nous avons encore fait face à des difficultés financières importantes, se traduisant par un résultat après impôt négatif de -1 864 000€. Cela indique que les charges totales ont dépassé les revenus, créant un déficit financier. Les charges totales se sont élevées à 4 095 000€, tandis que les produits totaux ont atteint seulement 2 204 000€. Bien que les ventes normales aient généré un revenu de 2 266 000€, cela n'a pas suffi à couvrir toutes les dépenses. Le total du passif et de l'actif est de 3 335 000€, ce qui peut indiquer des engagements financiers significatifs. Cependant, il est à noter que les créances clients s'élèvent à 189 000€, ce qui signifie qu'il y a des montants dus par les clients à l'équipe P5, offrant une opportunité de récupération financière. De plus, l'encaisse finale est positive, s'élevant à 10 054 000€, ce qui peut être utilisé pour couvrir les coûts futurs ou investir dans des initiatives pour améliorer la situation financière.

# CONCLUSION

## Les apports du jeu :

- Le jeu nous à permis de comprendre les différentes étapes de la création d'une entreprise, de la conception du produit à la commercialisation en passant par la gestion financière et le marketing.
- Compétences en gestion d'entreprise :
- Nous avons acquis des compétences pratiques en gestion d'entreprise, telles que la prise de décision, la gestion des ressources, la planification stratégique et la résolution de problèmes comme les déficits.
- Renforcement de la collaboration et du travail d'équipe :
- Le jeu nous encourage à la collaboration et au travail d'équipe, car nous devons travailler ensemble pour prendre des décisions et atteindre les objectifs fixés.
- Prise de conscience des défis spécifiques à l'entrepreneuriat :
- Nous sommes confrontés à des défis réalistes rencontrés par les entrepreneurs, tels que la concurrence, les contraintes financières, l'évolution du marché .

## Les difficultés rencontrées lors du jeu :

- Nous avons rencontrés des difficultés pour gérer le temps avec les différentes tâches que nous avons eu à faire
- Certaines décisions devaient être prises très rapidement dû au temps.
- Tout le monde n'était pas forcément pas d'accord avec les décisions.
- Complexité des interactions : La gestion des interactions entre les différents aspects de l'entreprise (production, marketing, finances, etc.) peut être complexe et nécessiter une réflexion stratégique approfondie.
- Adaptabilité aux changements de marché : Les participants doivent être capables de s'adapter rapidement aux changements de marché et aux nouvelles informations qui émergent tout au long du jeu.
- Communication et coordination d'équipe : La communication efficace et la coordination des efforts au sein de l'équipe peuvent poser des défis, en particulier lorsque les membres ont des opinions divergentes ou des objectifs conflictuels.

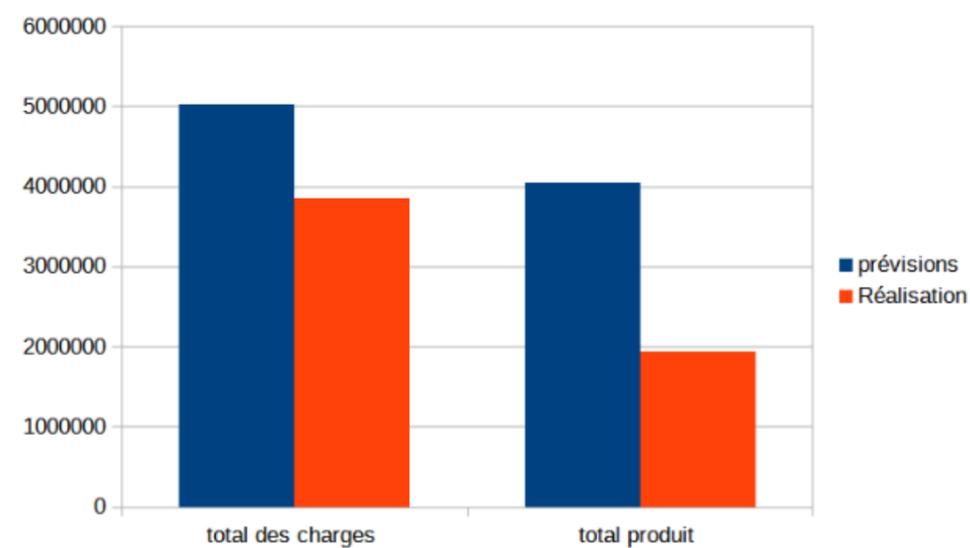
## Propositions d'amélioration :

- Proposer une formation préalable aux étudiants sur les principes de base de l'entrepreneuriat et sur les spécificités du secteur des petits électroménagers pour mieux nous préparer au jeu.
- Mentorat et feedback :
- 
- Mettre en place un système de mentorat où des entrepreneurs expérimentés peuvent nous fournir des conseils et des retours d'expérience et nous guider tout au long du jeu.

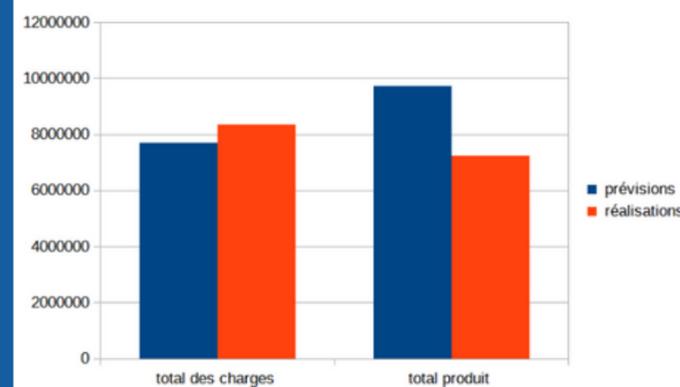
Organiser des sessions de débriefing après le jeu pour nous permettre de réfléchir à nos expériences, d'identifier les leçons apprises et de discuter des stratégies d'amélioration pour de futures entreprises par exemple et débattre avec les autres groupes.

# ANNEXE

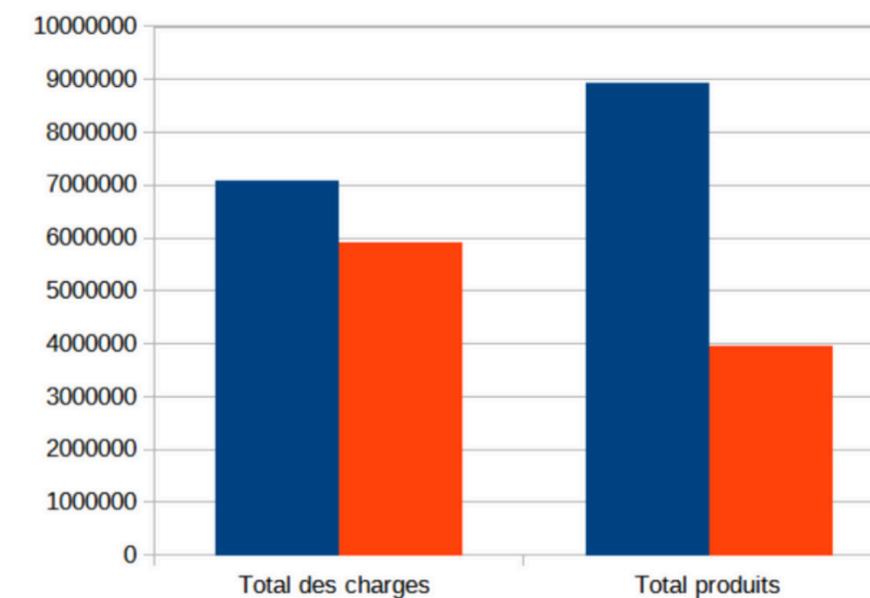
Période 2 :



Période 3 :



Période 5 :



# ANNEXE

Période 4 :

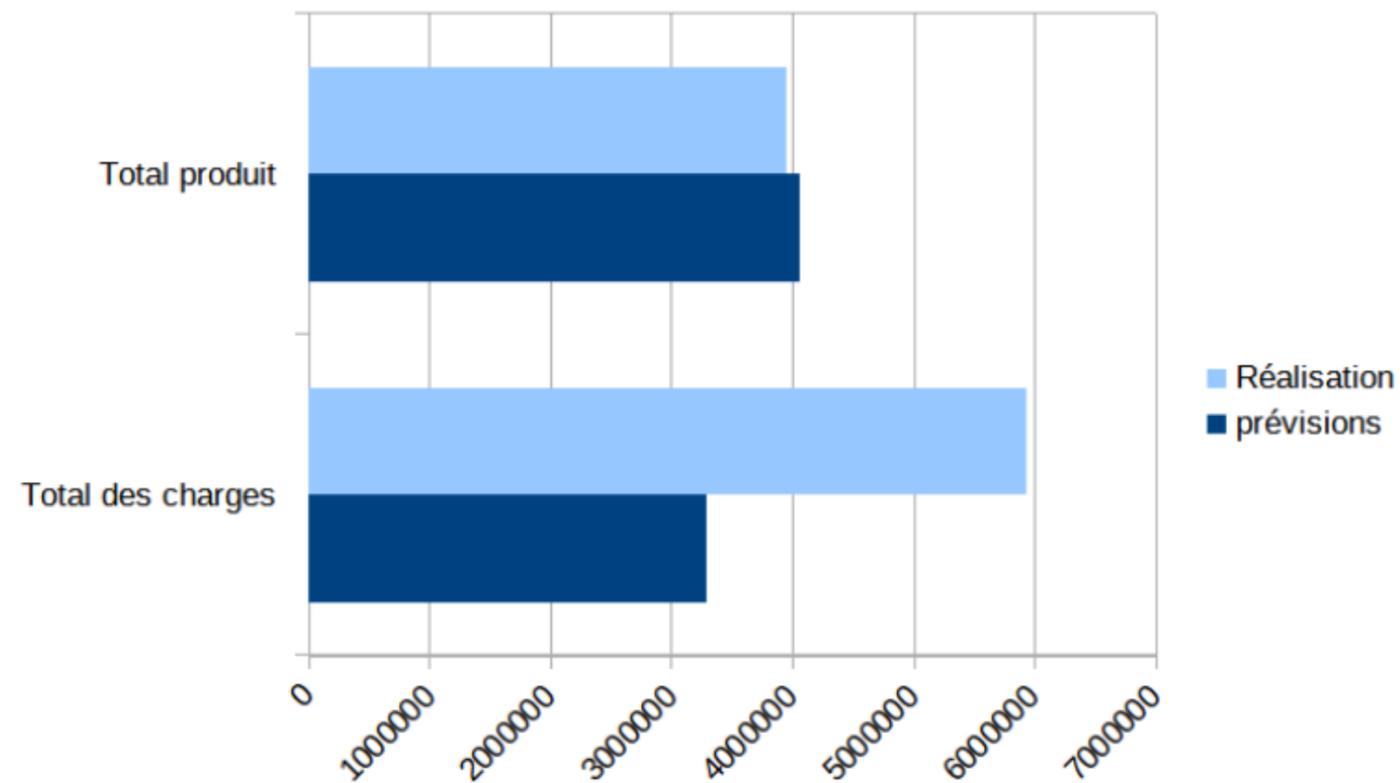


Tableau Excel

	Période 0	Période 1	Période 2	Période 3	Période 4	Période 5
1 variation de stock	-3124	0	-1807,9	198,1	1609,9	-2894,6
2 Budget d'achat	-3348	2749	3408	4086	1253	3869
3 publicité promotion	70	890	890	1350	400	500
4 représentant	32,8	417,2	421	622,9	571,8	547
5 services après vente	11,5	93,7	51	55,6	65,2	41,3
6 Coût de stockage	166,2	37,5	143,3	286,4	25,6	225,3
7 recherche et innovation	220	240	210	250	450	300
8 frais financiers	90	90	135,7	712	877,8	1029,2
9 autres frais	2287,5	420	272,2	674,9	519	331,7
10 dot amortissement	900	36	30	36	48	42
11 études commercial	105	105	105	105	105	105
<b>12 TOTAL DES CHARGES</b>	<b>4107</b>	<b>5078,3</b>	<b>3858,3</b>	<b>8376,8</b>	<b>5925,4</b>	<b>4095,9</b>
13 Ventes produits soldés	0	0	0	2970,8	0	0
14 ventes normales	374,7	3300	1971,9	4363,2	3990,4	2266,7
15 impayés	-3,7	-33	-19,7	-87,3	-39,9	-22,7
16 produits financiers	0	0	0	0	0	0
<b>17 TOTAL DES PRODUITS</b>	<b>371</b>	<b>3267</b>	<b>1952,2</b>	<b>7246,7</b>	<b>3950,5</b>	<b>2244</b>
résultats courants	-3736	-1811,3	-1906,1	-1130,1	-1974,9	-1851,9
18 résultats avant impôts	-3736	-1811,3	-1922,4	-1130,1	-1974,9	-1864,5
19 résultats avant impôts	-3736	0	16,2	0	0	12,6
		-1813,3	-1922,4	-1130,1	-1974,9	-1864,5
<b>BILAN APRES IMPOT</b>						
20 valeurs immobilisés	8100	324	240	264	336	252
21 stock produit	3124	0	1807,9	1609,9	0	2894,6
22 client	31,2	412,5	0	0	0	188,9
23 Banque	0	0	0	0	0	0
<b>24 TOTAL DE L'ACTIF</b>	<b>11255,2</b>	<b>736,5</b>	<b>2047,9</b>	<b>1873,9</b>	<b>336</b>	<b>3335,5</b>
25 capital social	1000	1000	1000	1000	1000	1000
26 réserve	0	0	0	0	0	0
27 déficits cumulé	-3736	-1811,3	-3733,6	-4863,7	-6838,6	-8703,1
28 situation nette	-2736	-811,3	800	-3863,7	-5838,6	-7703,1
29 emprunt long terme	900	900	426	700	600	500
30 fournisseurs	418,5	-343	3555,6	510,8	156,6	483,6
31 banque	12672,7	304,1	2047,9	4526,8	5418	10054,9
<b>32 TOTAL PASSIF</b>	<b>11255,2</b>	<b>736,5</b>		<b>1873,9</b>	<b>336</b>	<b>3335,5</b>
<b>ETAT DE LA TRESORERIE</b>						
33 encaisses initial	1000	1000	-304,1	-3555,6	-4526,8	-5418
34 ventes encaissées	339,8	2854,5	2364,7	7246,7	3950,5	2055,1
35 produits financiers	0	0	0	0	0	0
36 Sessions immobilisation	0	0	37,8	0	0	29,4
37 EMPRUNT LONG TERME	1000	1000	0	0	0	0
<b>38 TOTAL ENCAISSEMENT</b>	<b>1339,8</b>	<b>3854,5</b>	<b>2405,7</b>	<b>7246,7</b>	<b>3950,5</b>	<b>2084,5</b>
39 fournisseurs	2929,5	2405,4	3325,6	4001,3	1607,1	3542
40 frais payés	2983	2293,3	2228,3	4056,7	3014,5	3079,5
41 Achats immobilisations	9000	360	0	60	120	0
42 remboursement emprunts	100	100	100	100	100	100
43 Impôts payés	0	0	0	0	0	0
44 total décaissement	15012,5	5158,6	5653,9	8218	4841,6	6721,5
<b>45 ENCAISSE FINALE</b>	<b>-12672,7</b>	<b>-304,1</b>	<b>-3555,6</b>	<b>-4526,8</b>	<b>-5418</b>	<b>-10054,9</b>