

**ANTIKERA**<sup>EDITIONS</sup>  
La formation par la simulation



**PlanMix**

Version 7.01

Jeu d'entreprise à dominante marketing

**Jeu 2 entreprise 4**

Bore Clément  
Bidart Battite  
Ribaut Jon  
Bouguenaa Saad  
Guiraud Astrid

## **Sommaire :**

<b>Les Objectifs de l'entreprise.....</b>	<b>3</b>
<b>Stratégie suivie.....</b>	<b>4</b>
<b>Exemples de nos comptes de résultats prévisionnels :.....</b>	<b>5</b>
<b>Analyse des résultats après 5 périodes d'activité.....</b>	<b>6</b>
<b>Conclusion.....</b>	<b>9</b>
Les apports de ce jeu.....	9
Les difficultés rencontrées lors de ce jeu.....	9
Les propositions d'amélioration.....	9

## Les Objectifs de l'entreprise

Objectifs	Généraux	Commerciaux	Financiers
<p><b>Critères de réussite</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Développer et gérer une entreprise virtuelle de manière stratégique.</li> <li>-Prendre des décisions en équipe sur les différents aspects de l'entreprise (production, marketing, finances, RH, etc.).</li> <li>-Comprendre les dynamiques du marché et la concurrence.</li> <li>-Évaluer l'impact des choix stratégiques sur la performance globale de l'entreprise.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Définir une offre de produits/services en fonction du marché cible.</li> <li>-Élaborer une stratégie de prix et de distribution pour maximiser les ventes.</li> <li>-Mettre en place des actions marketing et de communication efficaces.</li> <li>-Gérer la relation client et améliorer la satisfaction.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Assurer la rentabilité et la viabilité financière de l'entreprise.</li> <li>-Optimiser la gestion des coûts et des investissements</li> <li>-Maximiser le chiffre d'affaires et la marge bénéficiaire.</li> <li>-Éviter les risques financiers et assurer un bon équilibre entre dettes et capitaux propres</li> </ul>

## Stratégie suivie

- Dès la période 1 nous avons décidé de nous positionner directement sur l'**axe 3**, c'est-à-dire l'axe où le segment est sensible au rapport qualité prix avec comme slogan "Comparez-nous. Nous n'avons peur de personne." Nous avons  **finalement opté pour ce positionnement sur tout le jeu** car nous avons estimé trop dangereux de se replier sur un autre axe alors qu'ils étaient tous pris par les autres équipes.
- **Concernant le nombre d'unités de produits que nous avons achetés**, nous avons débuté par une commande plutôt raisonnable (60000 produits), puis au fur et à mesure nous avons essayé de gérer nos unités en fonction de notre capacité maximale de stock.
- **Concernant les livraisons**, nous avons opté pour des livraisons en plusieurs fois dans l'année. En effet, nous avons choisi une seule livraison en une fois pour la période 3 et le reste des périodes variait avec des livraisons entre 2 et 4 fois. Les livraisons en plusieurs fois nous ont permis une meilleure gestion de stock et de pouvoir acheter plus de produits.
- **Concernant les unités de stockage**, nous en avons commandé 9 dès la première période afin de pouvoir stocker un grand nombre de produits que nous espérions vendre. Au cours du jeu, nous avons fait le choix de prendre une unité de stockage en plus afin de vendre un peu plus de produits.
- **En ce qui concerne les études commerciales**, nous avons décidé de toutes les faire. Voici donc les études que nous avons menées : une étude sur la qualité perçue, une étude sur les budgets de communication, une étude sur les indices d'innovation, une étude sur la probabilité de contact, une étude sur le dosage produit / conditionnement, une étude sur le dosage publicité / promotion et enfin une étude sur le positionnement. En tout, il y a donc 7 études qui ont été réalisées afin de guider au mieux nos choix stratégiques.
- **Concernant les représentants**, depuis le début nous nous sommes mis d'accord sur le fait qu'il est important d'avoir un nombre assez important de représentants afin d'assumer toutes les ventes, c'est pourquoi nous sommes de 10 représentants en période 1 jusqu'à 20 en période 4 et 5. De plus, un des facteurs clés de la motivation et satisfaction de nos représentants, c'est leur rémunération, c'est pourquoi ils touchaient jusqu'à 6,5% de commissions.
- Pour la première période nous avons décidé de ne **pas faire d'emprunt** car nous avons estimé que nous allions vendre assez de produits. Finalement, **durant tout le jeu nous n'avons effectué aucun emprunt** car nous avons jugé que ce n'était pas nécessaire et que son remboursement allait être compliqué.

## Exemples de nos comptes de résultats prévisionnels :

Période 2 :

Charges	Prévisions	Colonne1	Colonne2	Colonne3	Colonne4
Variation des stocks :		prix liquidation	47	Nb livraisons	2
Budget achats :	1 626 000,00 €	prix de vente	58	Quantité commandées	90000
Pub & promotion	850000,00	prix d'achat	18	budget Prod	220000
Représentants	251 500,00 €	prix de livraison	3000	budget conditionnement	260000
Service après-vente	33600,00	Nb représentant	10	budget Public ité	650000
Coût de stockage	135 000,00 €	coût Hommes	251500	budget Promotion	200000
Recherche & innovation	100000,00	Licenc iement	- €	budget Recherche	50000
Frais financier	3 664,00 €	Tx de pannes	0,08	budget innovation	50000
Autres frais	296654,00	Unités de stockage	900,00%	Achat unité stock	6
		Nb études	7	Découvert bancaire N-1	0
Amortissement	54000,00	Stock début	0	encaisse positive N-1	0
Etudes	105 000,00 €	Ventes réalisées	35000		
Produits		croissance des ventes	0,02		
Ventes (soldés)	0,00				
Ventes normales	2 030 000,00 €				
Impayés	40600,00				
Produit financiers	- €				
Résultat avant impôt	-1425418,00				
Résultat après impôt	- 955 030,06 €				

Période 4 :

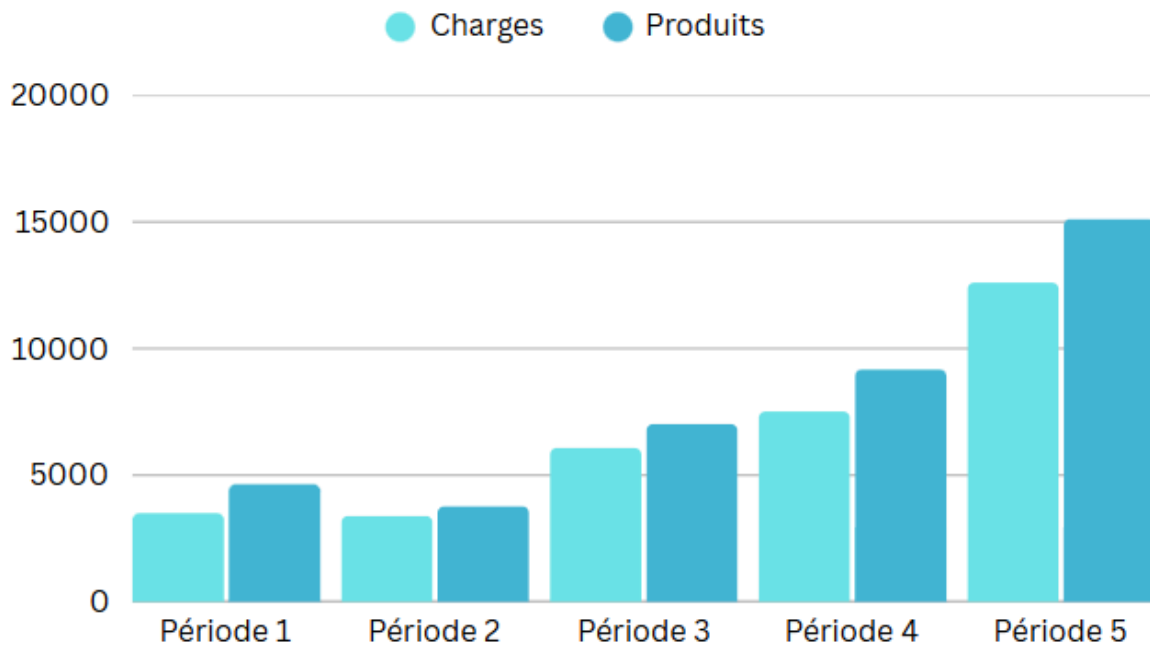
Charges	Prévisions	Colonne1	Colonne2	Colonne3	Colonne4
Variation des stocks :		prix liquidation	47	Nb livraisons	2
Budget achats :	2 164 400,00 €	prix de vente	54	Quantité commandées	142000
Pub & promotion	1 914 000,00 €	prix d'achat	15,2	budget Produit	250000
Représentants	896 700,00 €	prix de livraison	3000	budget conditionnement	25000
Service après-vente	173 400,00 €	Nb représentant	20	budget Public ité	1320000
Coût de stockage	213 000,00 €	coût Hommes	896 700,00 €	budget Promotion	594000
Recherche & innovation	700 000,00 €	Licenc iement	0	budget Recherche	350000
Frais financier	16 534,00 €	Tx de pannes	9%	budget innovation	350000
Autres frais	1 274 524,00 €	Unités de stockage	10	Achat unité stock	
		Nb études	7	Découvert bancaire N-1	0
Amortissement	60 000,00 €	Stock début	49000	encaisse positive N-1	0
Etudes	105 000,00 €	Ventes réalisées	170000		
Produits		croissance des ventes	0,02		
Ventes (soldés)					
Ventes normales	9 180 000,00 €				
Impayés	183 600,00 €				
Produit financiers	- €				
Résultat avant impôt	1 662 442,00 €	total charges	7517558	1662442	
Résultat après impôt	1 108 350,08 €	total produits	9180000		

Période 5 :

Charges	Prévisions	Colonne1	Colonne2	Colonne3	Colonne4
Variation des stocks :	4000,00	prix liquidation	47	Nb livraisons	4
Budget achats :	4 328 800,00 €	prix de vente	54	Quantité commandées	284000
Pub & promotion	1 914 000,00 €	prix d'achat	15,2	budget Produit	1988000
Représentants	1 282 800,00 €	prix de livraison	3000	budget conditionnement	142000
Service après-vente	252 000,00 €	Nb représentant	20	budget Public ité	1320000
Coût de stockage	426 000,00 €	coût Hommes	1 282 800,00 €	budget Promotion	594000
Recherche & innovation	700 000,00 €	Licenc iement	0	budget Recherche	350000
Frais financier	27 226,00 €	Tx de pannes	8%	budget innovation	350000
Autres frais	3 617 216,00 €	Unités de stockage	10	Achat unité stock	
		Nb études	0	Découvert bancaire N-1	0
Amortissement	60 000,00 €	Stock début	0	encaisse positive N-1	0
Etudes	- €	Ventes réalisées	280000		
Produits		croissance des ventes	0,02		
Ventes (soldés)					
Ventes normales	15 120 000,00 €				
Impayés	302 400,00 €				
Produit financiers	- €				
Résultat avant impôt	2 507 958,00 €	total charges	12612042	2507958	
Résultat après impôt	1 672 055,60 €	total produits	15120000		

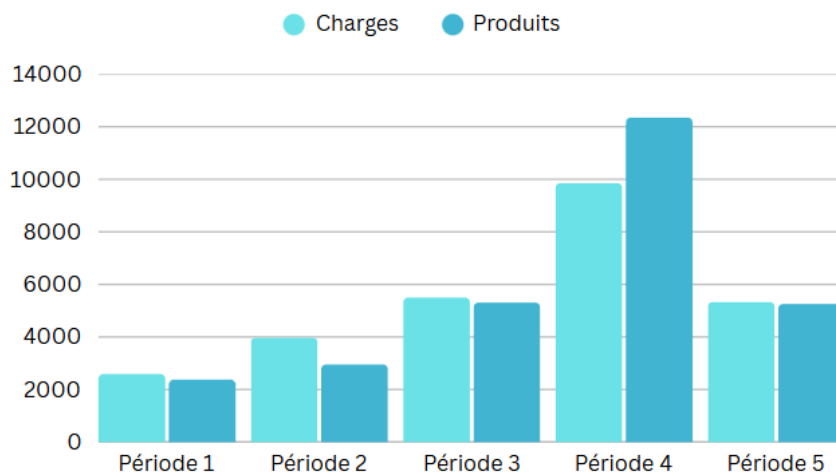
## Analyse des résultats après 5 périodes d'activité

Graphique des **prévisions** pour les charges et produits de chaque période



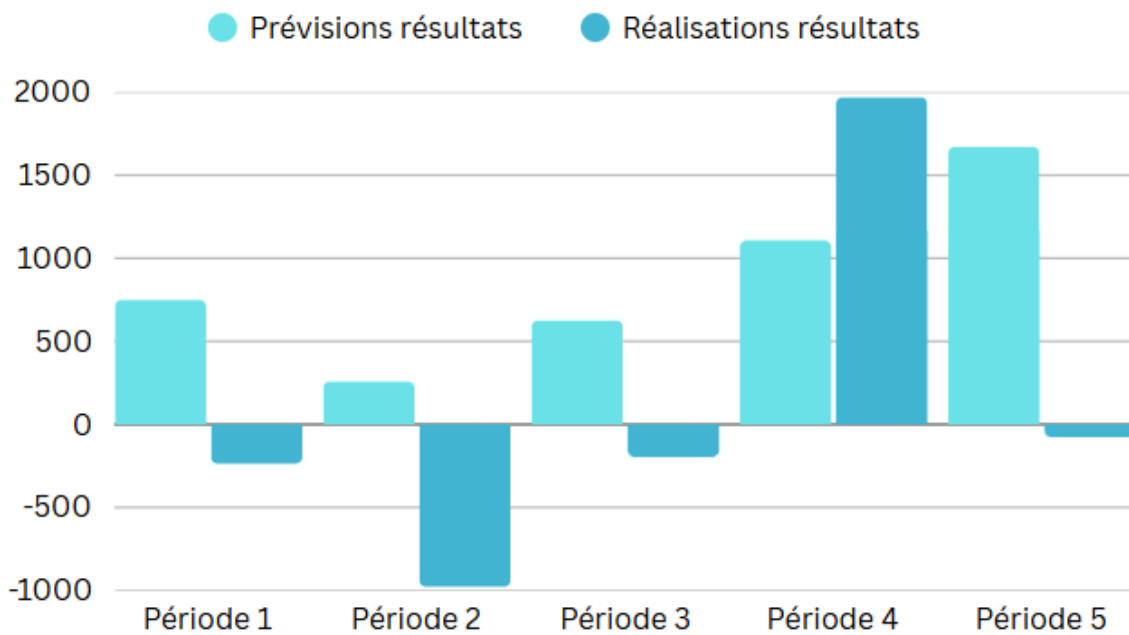
Sur la période 1, nos charges étaient de 3500 k€ et notre produit sur les ventes de 4 640k€. Les coûts sont restés assez similaires jusqu'à la période 3, durant laquelle il fallait vraiment agir pour faire plus de ventes et devenir rentable. Nous sommes, dès la période 3 passé sur une stratégie plus agressive, avec un budget communication qui a doublé, une meilleure rémunération des commerciaux et une commande de marchandises plus conséquente. On a fait le pari d'augmenter tous nos coûts afin d'augmenter notre part de marché. Nous avons ensuite continué sur cette stratégie agressive.

Graphique des charges et produits **réalisés** sur les périodes



Le graphique montre que, malgré notre déficit, les calculs et prévisions des coûts sont plutôt cohérents. Après une période 1 compliquée, les ventes n'étaient pas au rendez-vous, nous tombons immédiatement en déficit de -237k€. Nous n'étions pas endettés au point de devoir hypothéquer nos maisons mais nous devons tout de même redresser la balance. Nous avons du stock restant de la période 1, et avons fait le choix de le reconditionner pour le remettre à la vente. Nous avons aussi conservé la stratégie prévue de rester plutôt sur la défensive. Les résultats n'étant pas au rendez-vous, à la période 3 la stratégie plus agressive est mise en place et se révèle plutôt payante... Malheureusement des erreurs d'étourderies ne nous pardonnent pas. La livraison est faite en une seule fois à la place de 3 échéances, engendrant des coûts monumentaux de stock sur l'année (1555 k€)... Et le budget alloué à la publicité est de 25k€ seulement... Mais sans cette erreur nous aurions eu un résultat correct. On a donc continué sur cette lancée sur la période 4, période qui signe nos premiers bénéfices du jeu. Période 5, on s'emballe un peu suite aux résultats de la période 4, et continuons d'augmenter nos charges. Le marché étant en baisse, nos ventes ne sont pas énormes et sortons de cette période en léger déficit.

### Graphique de nos résultats sur les 5 périodes, Prévisions et réalisations



Sur la période 1, nos résultats étaient bien en dessous de nos prévisions, avec des ventes plus faibles que prévu. La période 2 a suivi la même tendance, malgré quelques ajustements stratégiques pour tenter de redresser la situation. En période 3, nous étions toujours en dessous des prévisions, ce qui nous a poussés à revoir notre approche pour améliorer notre performance.

La période 4 a marqué une grosse progression, avec des résultats largement au-dessus de nos prévisions. Cette réussite a été portée par une meilleure stratégie commerciale et une forte augmentation des ventes. Cependant, en période 5, nous sommes retombés en négatif, ce qui montre que notre croissance n'était pas encore stabilisée et qu'il faudra ajuster nos décisions pour assurer une rentabilité durable.

# Conclusion

## Les apports de ce jeu

Le jeu PlanMix offre une expérience immersive et pédagogique permettant de développer une vision stratégique de la gestion d'entreprise. Il aide les participants à comprendre les mécanismes du marché, la gestion des ressources financières et humaines, ainsi que l'impact des décisions marketing et commerciales. En travaillant en équipe, les joueurs développent leurs compétences en communication, en marketing, en analyse de données et en prise de décision, tout en étant confrontés à des situations réalistes de gestion d'entreprise.

## Les difficultés rencontrées lors de ce jeu

Nous avons identifié plusieurs défis au cours du jeu. Tout d'abord, la gestion des nombreuses variables (prix, publicité, force de vente, etc.) demande une analyse rigoureuse et une bonne coordination entre les membres de l'équipe. Ensuite, la concurrence entre les équipes crée une pression constante pour ajuster ses décisions en fonction des stratégies des autres joueurs. Enfin, le manque de visibilité immédiate sur l'impact de certaines décisions peut rendre difficile l'adaptation rapide et efficace de la stratégie adoptée.

## Les propositions d'amélioration

Pour rendre l'expérience encore plus enrichissante, plusieurs améliorations pourraient être envisagées :

- **Une interface plus intuitive** : simplifier la présentation des données pour une meilleure lisibilité et faciliter la prise de décision.
- **Des feedbacks plus détaillés** : les professeurs pourraient fournir des analyses plus approfondies sur les performances et les résultats des décisions prises.
- **Une simulation plus dynamique** : intégrer des événements aléatoires simulant des crises économiques, des opportunités de marché ou des évolutions technologiques, comme c'était un peu le cas dans Créasim.