

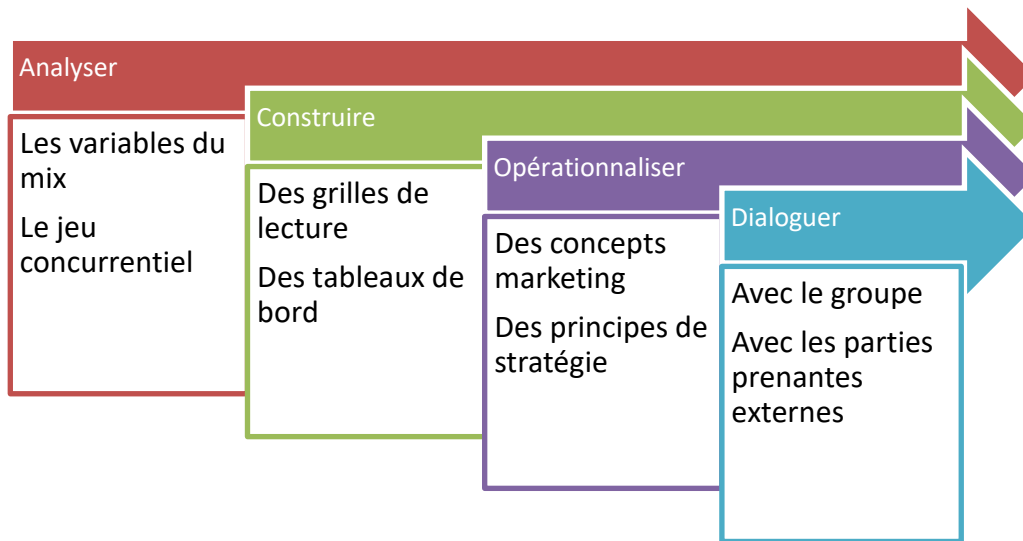
LM Distribution



Anne Queffelec & Mathieu
Paquerot

Université de la Rochelle

I. Les objectifs du module



... en mobilisant les compétences suivantes :

- ✓ Développer une capacité de diagnostic concurrentiel
- ✓ Mettre en pratique un esprit de synthèse
- ✓ Manager l'équipe et gérer des conflits
- ✓ Gérer l'incertitude et le temps
- ✓ Réagir face à des situations de crise

II. Fonctionnement de groupe

1) Quelques règles de fonctionnement

Identifier les compétences de chacun

Il faut trouver une organisation qui permette la circulation de l'information et évite les conflits internes et assurer le contrôle des décisions et la coordination des décisions entre elles.

Petite vidéo illustrée du travail d'équipe :



https://www.youtube.com/watch?v=3kd1_VsPz0U

Vous devez organiser votre équipe et répartir les rôles (par fonctions, par univers, etc...)

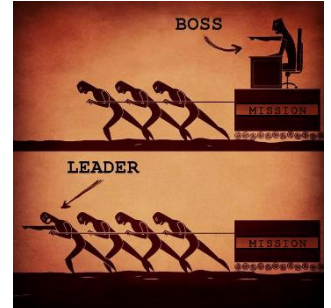
2) Fonctionnement du groupe dans la simulation

Des décisions à rendre à une heure précise

Le manager vient rendre la décision

- il en contrôle la saisie
- il prend des décisions rapides si nécessaire (parfois en situation d'absence d'information ou d'incohérence de certains chiffres)
- Des pénalités financières seront supportées par l'entreprise en cas de retard dans la remise des décisions.

Vérifiez vos chiffres avant de les rendre !



Des challenges à rendre en même temps que certaines décisions :

- Ils doivent être présentés dans une forme correcte (veillez à l'orthographe)
- Respectez le format suivant : n° de l'équipe+ nom du challenge

Team 1-strategie.doc

3) Matériel nécessaire

Chaque membre de l'équipe doit apporter son ordinateur.

III. Principes du business game

Vous allez gérer un magasin de sport, composé de 6 univers et d'une surface de vente de 1500 m². Une feuille de paramètres vous sera remise en début de jeu pour vous permettre de prendre connaissance de votre environnement.

Les décisions sont annuelles et vous disposerez à chaque tour d'un compte de résultats, d'un bilan et d'un compte de trésorerie.

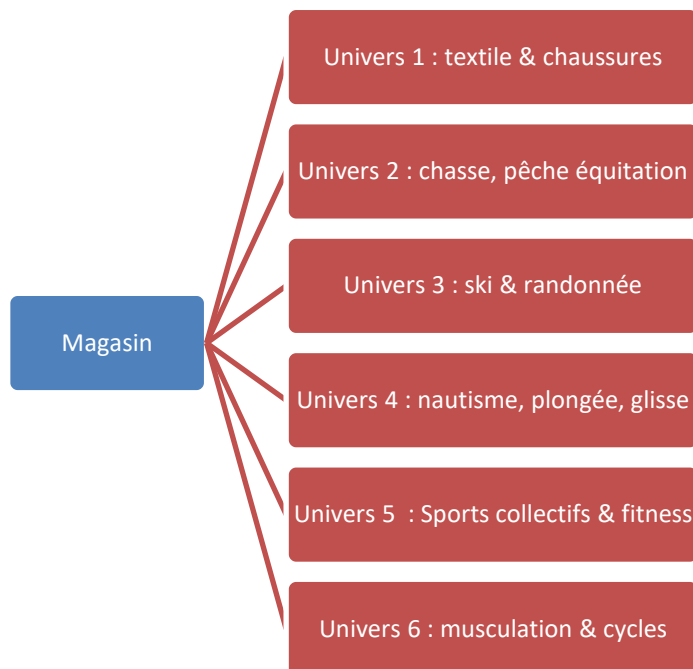
1) Concurrence

Vous êtes 5 magasins en concurrence. Les points de vente sont d'une surface de 1500 m² environ et sont situés dans des zones commerciales d'une grande ville française.

Il faut vous différencier sur les différents éléments suivants :



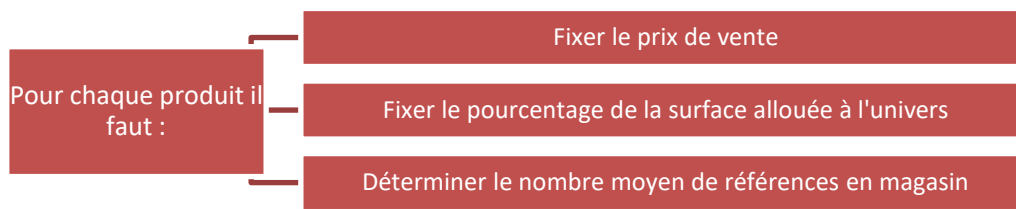
2) Le point de vente



Chaque univers se compose de 3 gammes de prix :

- ✓ Premier prix
- ✓ MDD
- ✓ Marque nationale

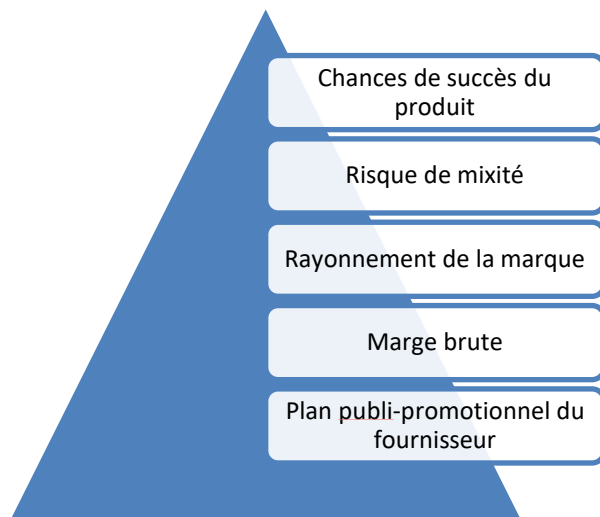
Vous devez définir la part que représente chacune des gammes dans votre magasin.



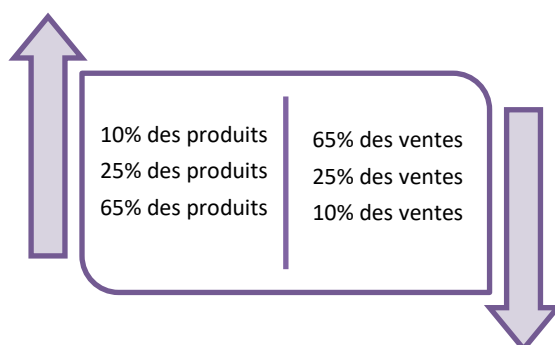
Gestion des références

- Largeur : nombre de besoins couverts, nombre de « sortes » de produits (exemple crème hydratante + crème peaux mures)
- Profondeur : Nombre de références permettant de répondre à une unité de besoin (nombres de marques proposant une crème hydratante)

Critères de sélection pour une nouvelle référence :



Concentration des ventes : méthode ABC



3) Communication

Vous allez répartir votre budget communication sur 7 canaux :

2 canaux online :

- Search

- Display

3 canaux offline

- Radio
- Marketing direct
- promotion (catalogue)

2 hors média

- Sponsoring et mécénat
- animation magasin

→ Approche qualitative pour l'élaboration des campagnes de publicité

→ approche quantitative pour l'élaboration des budgets et des plans médias

4) Gestion du personnel

Vous allez manager différentes catégories de personnel :

- Les caissières
- Le chef de caisse
- Le personnel SAV
- Les vendeurs GRC
- Les vendeurs
- Les chefs de secteurs
- Le personnel de sécurité
- Le personnel service (exemple carte fidélité)

Vous allez déterminer les effectifs et le mix rémunération (fixe et variable). Il faudra aussi avoir une réflexion sur la politique sociale de l'entreprise en termes notamment de formation et de partage de la valeur créée (intéressement au résultat).

5) Les variables du jeu

→ Voir feuille de décision

IV. Les études

Vous pouvez acheter différentes études :

1) Marché

L'étude vous indique par segment de prix et catégorie de produits :

- ✓ Les quantités vendues,
- ✓ Les CA,
- ✓ Les discounts,
- ✓ Le nombre de jours bénéficiant d'un discount.

2) Ressources humaines

L'étude indique pour chaque entreprise et chaque catégorie de personnel :

- ✓ La motivation (en %),

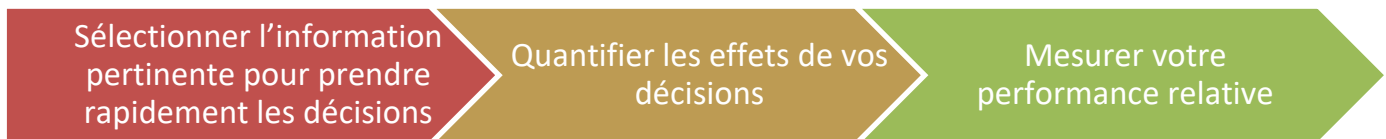
- ✓ Les effectifs,
- ✓ Le salaire.

3) Concurrence

Cette étude indique pour chaque entreprise :

- ✓ La répartition de la surface de vente,
- ✓ La profondeur de l'assortiment (nombre de références offertes par catégorie de produits),
- ✓ Les prix.

Leur achat est facultatif, mais sans ces données, vous êtes aveugles. Ces données vous seront en effet indispensables pour :

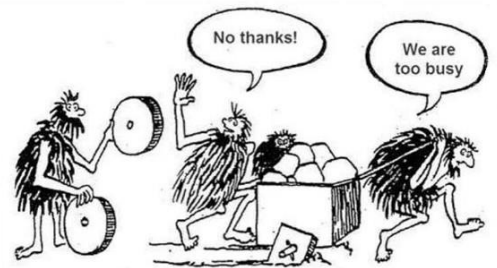


Vous devez être capables de réaliser des prévisions pour :

- ✓ Prévoir les actions vous permettant de vous maintenir dans un environnement concurrentiel
- ✓ Prévoir vos allocations de ressources (personnels, budgets, ...)

Vous devez analyser les écarts entre vos prévisions et la situation réelle

- ✓ Afin d'améliorer la qualité de vos prévisions,
- ✓ D'identifier les raisons des écarts et d'entreprendre les actions correctrices nécessaires
- ✓ De comprendre vos résultats pour les améliorer.



MÉTHODOLOGIE POUR FAIRE UN TABLEAU DE BORD
PAR UNIVERS DANS LA SIMULATION
LMBG DISTRIBUTION

I.M Business

Méthodologie des tableaux de bord :

<https://www.youtube.com/watch?v=0rhVn8eVoTI>

Il est donc indispensable de les acheter régulièrement et de sélectionner l'information nécessaire pour la prise de décision.

La surveillance de la concurrence est évidemment un élément essentiel pour définir, améliorer et mettre en œuvre votre stratégie.

V. Contrôle de gestion

"C'est une race les comptables ! Le plus curieux, c'est qu'on parle des mêmes choses, mais pas avec les mêmes mots. Recherche par exemple, ça veut dire budget. Tungstène, titane, pour eux, ça veut dire factures.

On leur parle d'amour, ils vous parlent d'argent ! Ça devrait être un métier de femmes ! »

Jean Gabin, Sous le signe du taureau (1969), écrit par Michel Audiard

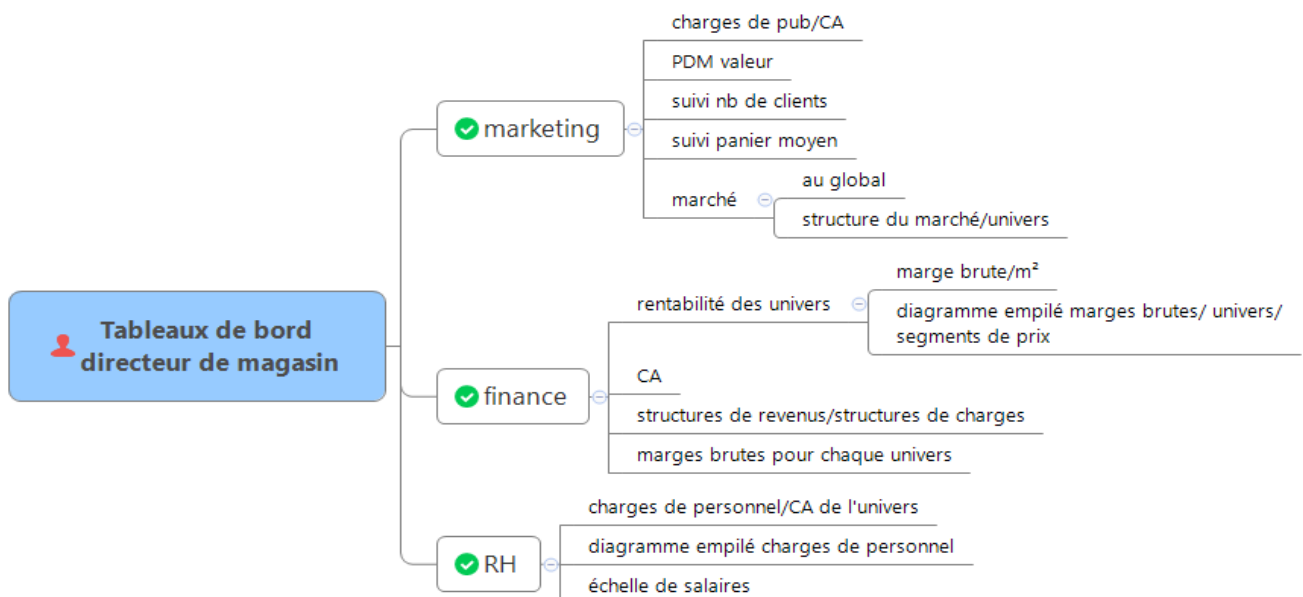


1) Elaboration de tableau de bord

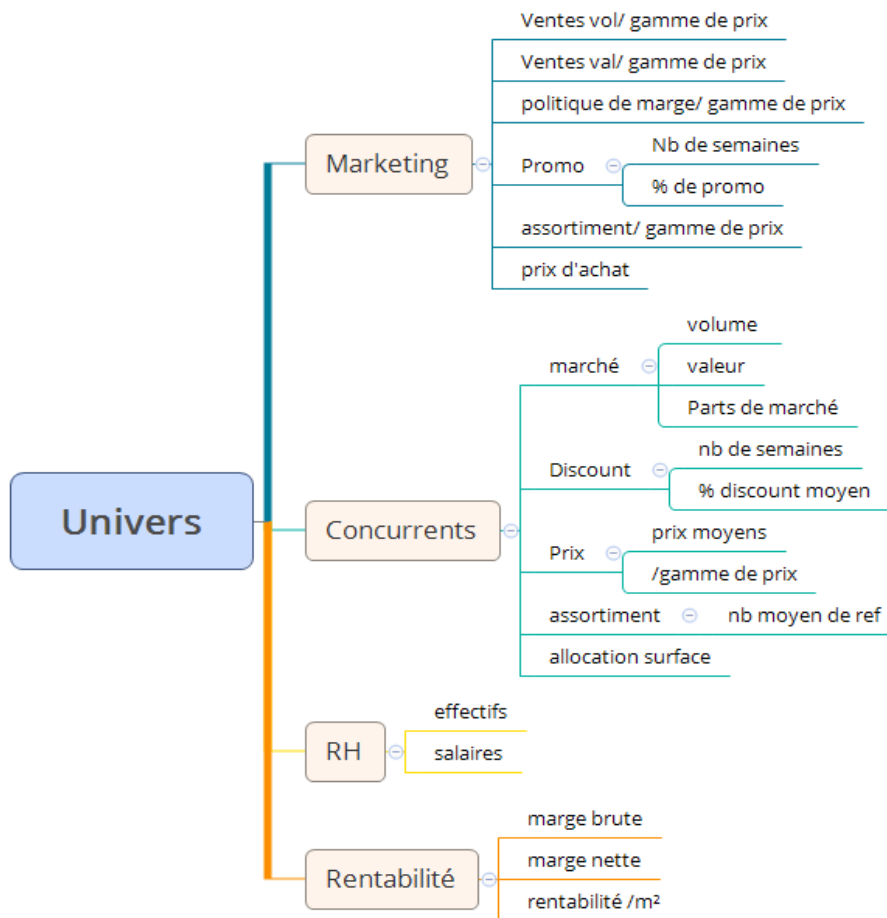
- Gestion des rayons
- Marketing
- GRH
- Finance

2) Exemple de structure de tableaux de bord

Pour le directeur :



Pour les responsables d'univers :



VI. Liens vers des ressources méthodologiques

1) Focus sur des concepts

Business plan: <https://www.youtube.com/watch?v=AAsOATpOYec>

Seuil de rentabilité : <https://www.youtube.com/watch?v=xSr4dyHRHgU&t=22s>

Actualisation & capitalisation : <https://www.youtube.com/watch?v=eFIK2MedrvQ>

Optimisation de l'outil de production : <https://www.youtube.com/watch?v=HYSQv8BpjGE&t=57s>

Calcul de la VAN d'un projet : <https://www.youtube.com/watch?v=6IESfyAflTs>

2) Méthodologie tableaux de bord

Méthodo Générale sous Excel : <https://www.youtube.com/watch?v=OJFnheO1LdU&t=111s>

TB marketing : <https://www.youtube.com/watch?v=6X2uARNuWPI>

TB financiers : <https://www.youtube.com/watch?v=SRESfhuErKo>

1) [La chaîne du Master Administration des Entreprises de L'Université de La Rochelle](#)

Pour des liens vers des ressources actualisée

<https://www.youtube.com/channel/UCWwWs74la0eu0wDTfqTVbeA/playlists>

