



LM Business Games – www.simulationgestion.fr

SIMULATION DE GESTION

LMBG INITIATION

LIVRET DES AUDITEURS

Simulation développée par

Mathieu Paquerot & Anne Queffelec



www.simulationgestion.fr





Plan

PLAN	2
MODULE 1. PRÉSENTATION GÉNÉRALE	4
Unité 1. Objectifs pédagogiques	4
Unité 2. Fonctionnement de groupe	5
A) Quelques règles de fonctionnement	5
B) Fonctionnement du groupe dans la simulation	5
MODULE 2. L'ORGANISATION	6
MODULE 3. LA GESTION DE L'IMPLANTATION	6
Unité 1. L'entreprise	6
A) Une usine de production	6
B) Vos clients et vos outils marketing	7
Unité 2. Les investissements	8
Unité 3. Les partenaires	9
A) Les actionnaires	9
B) Les banquiers	9
C) Les clients	10
Unité 4. Les études	10
A) La concurrence	10
B) Une étude comparative	10
Unité 5. Les principaux paramètres	11
MODULE 4. LES OUTILS DE CONTRÔLE ET D'AIDE À LA DÉCISION	12
Unité 1. Les outils de contrôle	12
Unité 2. Les outils d'aide à la décision	13
Unité 3. Les outils de prévision	13



LM Business Games – www.simulationgestion.fr

MODULE 5. LOGISTIQUE DU JEU	14
<i>Unité 1. Saisie des décisions</i>	<i>15</i>
<i>Unité 2. Restitution des résultats</i>	<i>15</i>



Module 1. Présentation générale

Unité 1. Objectifs pédagogiques

Cette simulation a plusieurs objectifs et doit vous permettre :

- De travailler en équipe
- D'utiliser les outils collaboratifs à distance,
- De gérer le stress (le vôtre et celui de vos partenaires)
- D'élaboration et de mettre en œuvre une stratégie
- D'élaborer des tableaux de bord et des outils de prise de décision
- De communiquer et de négocier auprès de différents partenaires
- De savoir présenter votre stratégie et vos résultats à des auditeurs sceptiques

Une bonne décision nécessite la mise en œuvre de l'ensemble de ces compétences.

Ignorer un seul de ces domaines risque de vous exposer à de graves déboires.





Unité 2. Fonctionnement de groupe

A) Quelques règles de fonctionnement

Identifier les compétences de chacun

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

Il faut au minimum

- un manager
- un financier
- un contrôleur de gestion
- un marketeur

B) Fonctionnement du groupe dans la simulation

Des décisions à rendre à un moment précis

- Le manager doit rendre la décision sous format Excel
 - il en contrôle la cohérence
 - Des pénalités financières seront supportées par l'entreprise en cas de retard dans la remise des décisions.
- Des challenges à rendre en même temps que certaines décisions.
 - Ils doivent être présentés dans une forme correcte
 - Le numéro de l'équipe et le nom du leader doivent figurer au début du document et dans l'intitulé du fichier.

Il me faut les décisions de toutes les équipes pour pouvoir sortir les résultats.



Module 2. L'organisation

Il est indispensable de procéder à une répartition claire des tâches entre les équipiers.

Cette répartition doit tenir compte des compétences de chacun et de la complexité des décisions à prendre.

La circulation de l'information entre les membres de l'équipe, ainsi que la coordination et la coopération des participants sont indispensables à la réussite du projet.

Le rôle du leader est essentiel dans cette organisation. Il doit être au courant de tout et être capable de vérifier la cohérence des décisions. Il doit également avoir une grande endurance pour motiver l'équipe lorsque la fatigue se fait sentir

Module 3. La gestion de l'implantation

Vous devez gérer un ensemble de décision de production et de commercialisation afin de maximiser les résultats de votre entreprise.

Les décisions prises sont annuelles. Vous êtes en concurrence avec 11 autres équipes.

Unité 1. L'entreprise

A) Une usine de production

Vous disposez d'une usine de production de boîtes en plastique (type Tupperware) de 1 litre.

Il est nécessaire de faire des investissements spécifiques en termes de matériels.

Il est également nécessaire de procéder aux recrutements des salariés de production.

Les paramètres techniques de production concernant la capacité de production des machines, des salariés ainsi que les quantités de matières premières nécessaires vous seront communiqués avant la première décision en début de simulation.

Les salariés

Vous devez engager des ouvriers, fixer leur salaire, acheter des matières premières ou des machines supplémentaires pour accroître votre capacité de production.

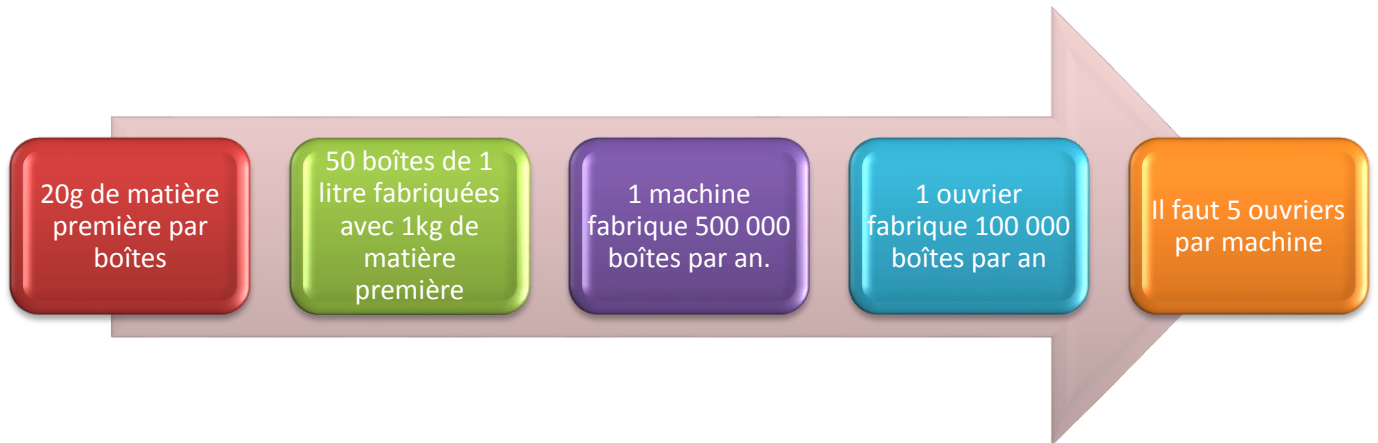
La motivation de vos salariés conditionne en partie leur productivité. Le niveau des salaires est un élément important pour optimiser la productivité de votre installation.



Les matières premières

La matière première achetée est le plastique.

Il faut 20 grammes de plastique pour faire une boîte.



Les machines

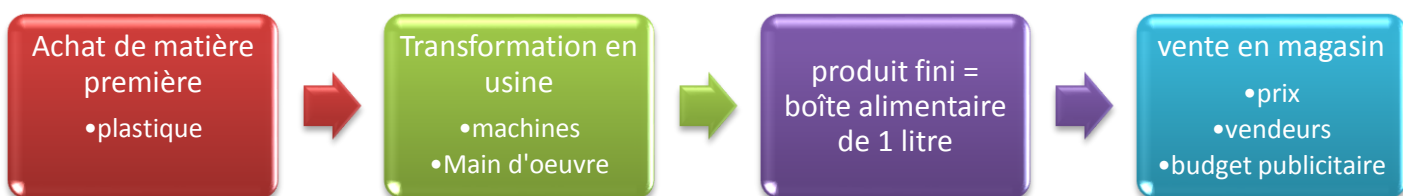
Vous disposez de différentes lignes de production.

La production nécessite que les salariés travaillent sur les machines.

Vous devez acheter des machines pour produire. Vous n'avez aucune machine en début de simulation, il faut donc investir dès la première année.

B) Vos clients et vos outils marketing

- Vos clients sont des grossistes, des réseaux de distribution auprès de différents formats de magasins (magasins de proximité, grands magasins, supermarchés,...).
- Vous devez embaucher une force de vente et fixer les salaires de vos vendeurs. La rémunération de vos vendeurs conditionne leur motivation
- Vous disposez également d'un budget publicitaire qui doit vous permettre de faire connaître votre produit auprès des consommateurs finaux.
- Enfin votre politique de prix est un élément déterminant de votre capacité concurrentielle.





Unité 2. Les investissements

Vous pouvez développer votre infrastructure et accroître votre capacité de production en rachetant des machines.

Ceci suppose de trouver les moyens de financer votre croissance (emprunts et autofinancement) et d'élaborer les outils de gestion (plan de financement, calcul de rentabilité des investissements...) permettant de convaincre vos partenaires d'investir.

La logique des investissements suppose une planification stratégique et une programmation des tâches (financement, travaux, exploitation des infrastructures).



Unité 3. Les partenaires

Vos partenaires sont nombreux et doivent tous être gérés et pris en considération.

Les interactions sont multiples entre les partenaires, vous devez donc gérer votre entreprise en respectant les équilibres entre eux.



A) Les actionnaires

Vos actionnaires ont des exigences de rentabilité.

Vous devez communiquer régulièrement auprès de ces investisseurs pour leur donner vos prévisions de ventes ainsi que les performances des périodes précédentes.

L'équipe de direction doit bien intégrer le fait que de mauvaises prévisions ou des engagements non respectés peut la mettre dans une position difficile par rapport aux actionnaires.

B) Les banquiers

Vous avez des engagements bancaires et vous aurez besoin d'outils de trésorerie qu'il vous faudra négocier. Ces négociations doivent faire l'objet d'une préparation pour fournir une estimation précise de vos besoins.

Votre trésorerie est contrainte par les autorisations de découvert négociées avec votre banquier. Le non-respect de vos engagements peut entraîner des conséquences sur vos investissements ainsi que le blocage de votre entreprise (non-paiement des salaires, des dépenses de publicité...).

C) Les clients

Ils sont au centre de vos préoccupations.

Leur choix dépend de votre prix, de la capacité de votre force de vente ainsi que de la publicité qui est faite auprès des consommateurs finaux sur votre produit.

Il y a peu de possibilité de différencier votre produit par la qualité, seuls vos investissements en publicité peuvent améliorer l'image de votre produit et justifier un prix plus élevé que celui de vos concurrents.

Unité 4. Les études

Vous avez la possibilité d'acheter des études indispensables au pilotage de l'entreprise.

A) La concurrence

- Cette étude est indispensable au pilotage de l'entreprise
- Elle vous permet notamment de déterminer votre politique commerciale et de faire vos prévisions de ventes afin d'optimiser votre programmation de production.



B) Une étude comparative

- avec les concurrents afin de mesurer vos performances relatives.
- Et de pouvoir faire une communication adaptée aux actionnaires.



Ces différentes études ont un coût (qui évolue dans le temps), mais elles sont indispensables.

Sans ces études, vous êtes en partie aveugles par rapport à votre environnement.

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.

Unité 5. Les principaux paramètres

Les principaux paramètres seront disponibles avant la prise de la première décision.

- Vous disposez d'une capacité de production que vous pouvez faire évoluer par vos investissements.
- Vous disposez d'un bilan de départ et d'une trésorerie. Il faudra tenir compte de ces ressources pour vos futurs investissements car vous ne disposez pas d'une capacité financière illimitée.

		Valeur
Bilan de départ	Terrain	100 000
	Bâtiment valeur brute	100 000
	Machines valeur brute	0
	Bâtiment valeur nette	100 000
	Machine valeur nette	0
	Stocks de matière première	0
	Stock de produits finis	0
	Trésorerie	220 000
	Total actif net	420 000
	Capital	420 000
	Réserves	0
	Report à nouveau	0
	Résultat	0
	Emprunt	0
	Dettes fournisseur	0
	IS à Payer	0
	Total passif	420 000
Fiscalité	TAUX IS	40.0%
	TVA	19.6%
Personnel	Charges de sécurité sociales	42.0%
	salaire minimum net	1000
	Nombre de mois de salaire à verser en cas de licenciement	3



	<i>Frais de transport et d'hébergement par vendeur</i>	<i>10 000</i>
Finance	<i>Coût du découvert</i>	<i>10%</i>
	<i>Taux du placement</i>	<i>4%</i>
Marketing	<i>Prix de vente maximum du produit</i>	<i>1</i>
	<i>Budget publicitaire minimum</i>	<i>5000</i>
	<i>Budget publicitaire maximum</i>	<i>100000</i>
Investissement	<i>coût d'achat d'une machine</i>	<i>100000</i>
	<i>Amortissement des bâtiments en années</i>	<i>20</i>
	<i>Amortissement des machines en années</i>	<i>12</i>
Achats	<i>coût du kilo de matière première</i>	<i>0.5</i>
	<i>coût des études</i>	<i>10000</i>
Production	<i>Quantité de matière première nécessaire pour 1 boîte (en kilo)</i>	<i>0.02</i>
	<i>Capacité de production annuelle des machines</i>	<i>500 000</i>
	<i>Capacité annuelle de production des salariés</i>	<i>100 000</i>

Module 4. Les outils de contrôle et d'aide à la décision

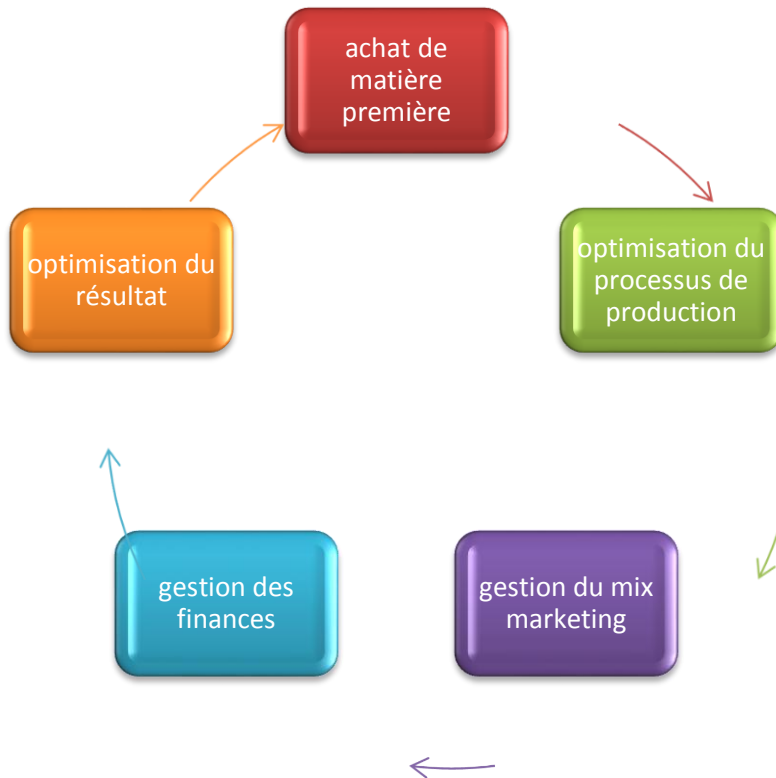
Unité 1. Les outils de contrôle

Vous devez être capables de vérifier que les comptes sont bien tenus et qu'il n'y a pas de problèmes comptables ou de détournements de fonds dans votre entreprise.

Une telle situation serait évidemment très préjudiciable pour l'équipe de direction.

Il vous appartient donc de mettre en œuvre les outils nécessaires pour vérifier les comptes qui vous seront remis à chaque décision.

La non détection d'éventuelles erreurs sera considérée comme une faiblesse dans la maîtrise de la gestion par vos actionnaires. Il est donc important que vous ayez des attentes par rapport aux chiffres qui vous seront remis et que vous soyez capables d'en vérifier la cohérence.



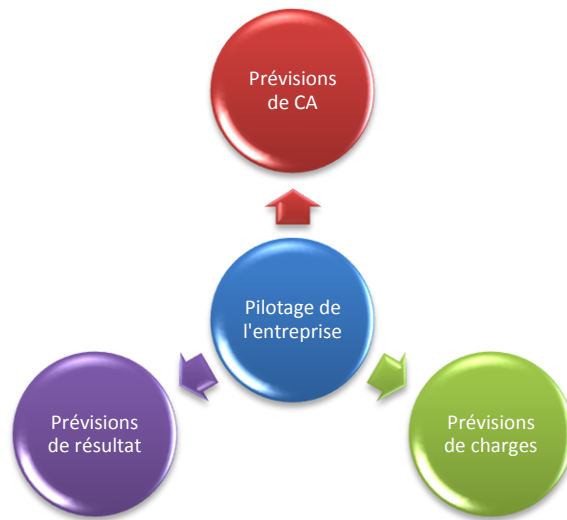
Unité 2. Les outils d'aide à la décision

- L'outil de décision doit permettre de connaître les résultats des variations de certaines composantes du mix-marketing.
- L'élaboration d'un tableau de bord permettant de faire ressortir les variables ou les informations nécessaires à la prise de décision est donc indispensable.
- Ainsi, des variables telles que celles qui figurent ci-dessous doivent être répertoriées :
 - Informations sur la concurrence
 - Informations sur l'environnement
 - Élasticités aux différents éléments du mix
 - ...

Ces tableaux de bord doivent être réalisés par chaque décideur dans son domaine particulier. Ils doivent permettre de sélectionner les informations nécessaires à la prise de décision et de recenser les effets des décisions dans le temps afin de permettre d'ajuster les stratégies au cours du temps.

Unité 3. Les outils de prévision

Vos actionnaires exigent que vous leur communiquiez chaque année les prévisions de CA ainsi que celles de résultats de votre entreprise.

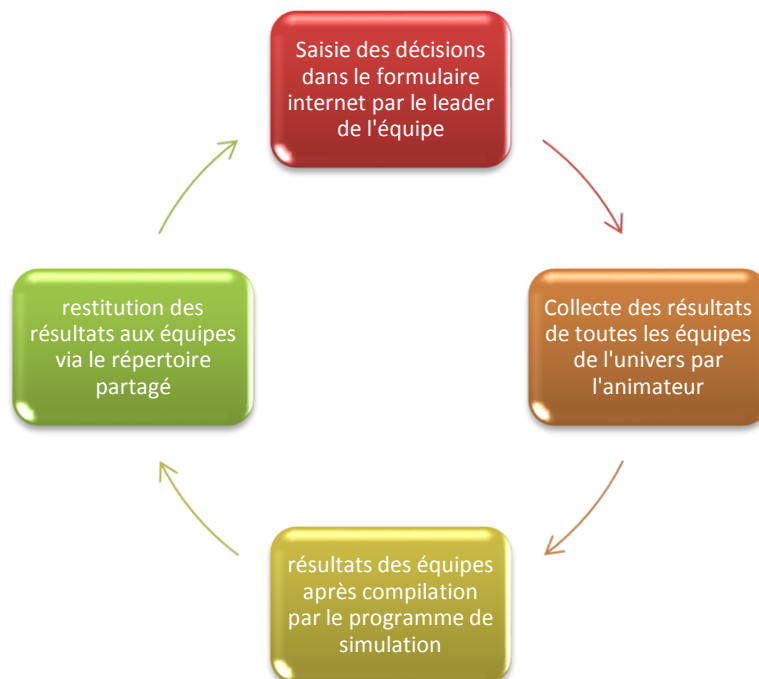


La qualité de vos prévisions est un signal concernant votre fiabilité et votre maîtrise de la gestion de l'entreprise.

Des prévisions très éloignées de la réalité inquiètent les actionnaires.

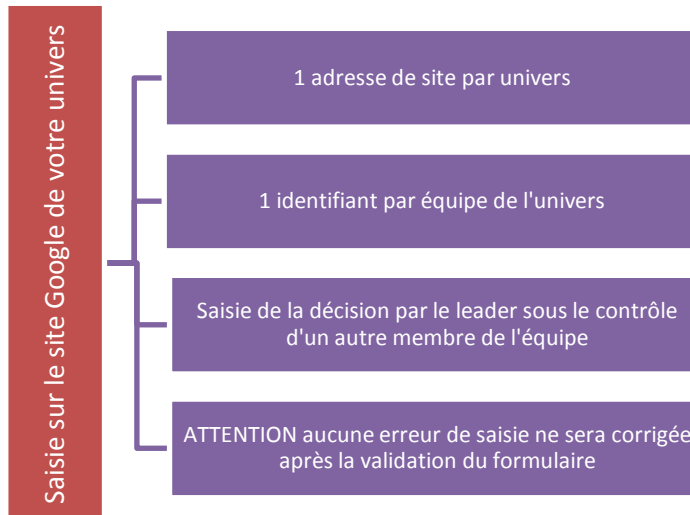
Il en est de même pour vos banquiers.

Module 5. Logistique du jeu

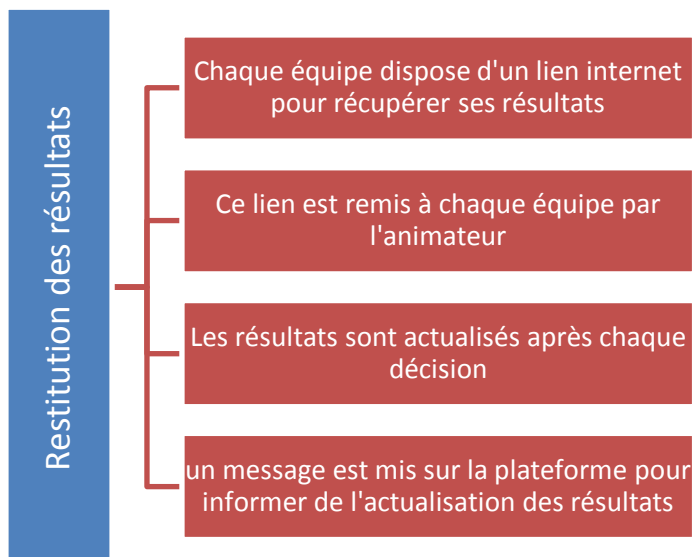




Unité 1. Saisie des décisions



Unité 2. Restitution des résultats



Bon courage... et que la meilleure équipe gagne !