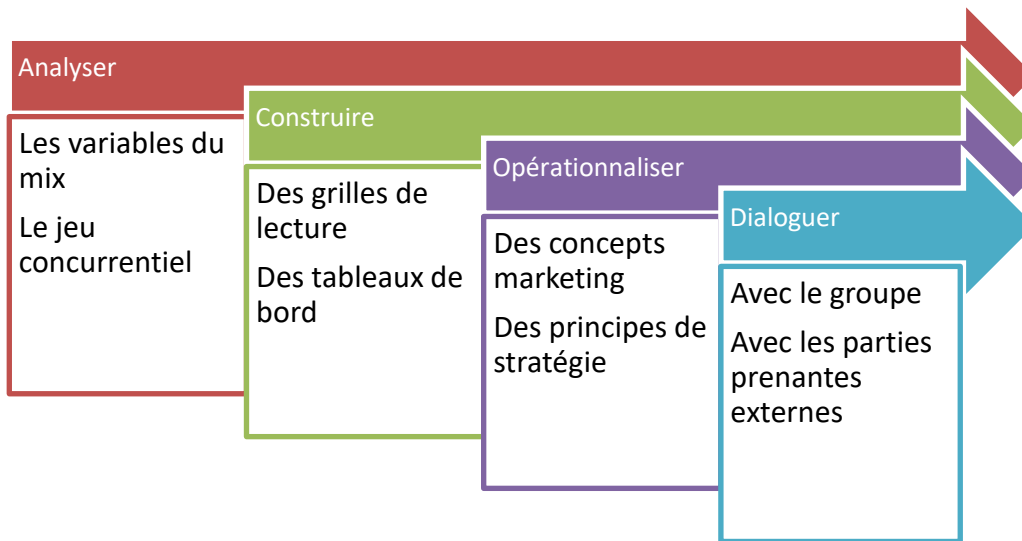


LM Retail Cosmetic



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...)

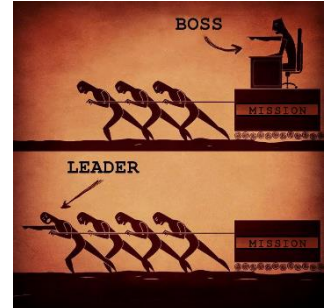
2) Fonctionnement du groupe dans la simulation

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

team1-strategie.doc

3) Les outils open source

Vous aurez besoin de logiciels que vous pourrez télécharger gratuitement sur des sites comme <http://www.01net.com/telecharger/>

Nous vous recommandons tout particulièrement les outils permettant de réaliser des cartes conceptuelles (www.xmind.net). Ils permettent de formaliser les idées et rendent le brainstorming particulièrement efficace.



Ils permettent également de formaliser simplement les objectifs et les moyens mis en œuvre, tout en hiérarchisant les priorités.

4) Matériel nécessaire

Chaque membre de l'équipe doit apporter son ordinateur.

III. Principes du business game

Vous allez gérer un magasin de distribution sélective qui vend des cosmétiques, du maquillage et des parfums (modèle Nocibé ou Sephora). 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.

Focus : La distribution de parfums et cosmétiques

<https://www.dailymotion.com/video/x62bzjt>

XERFI Canal

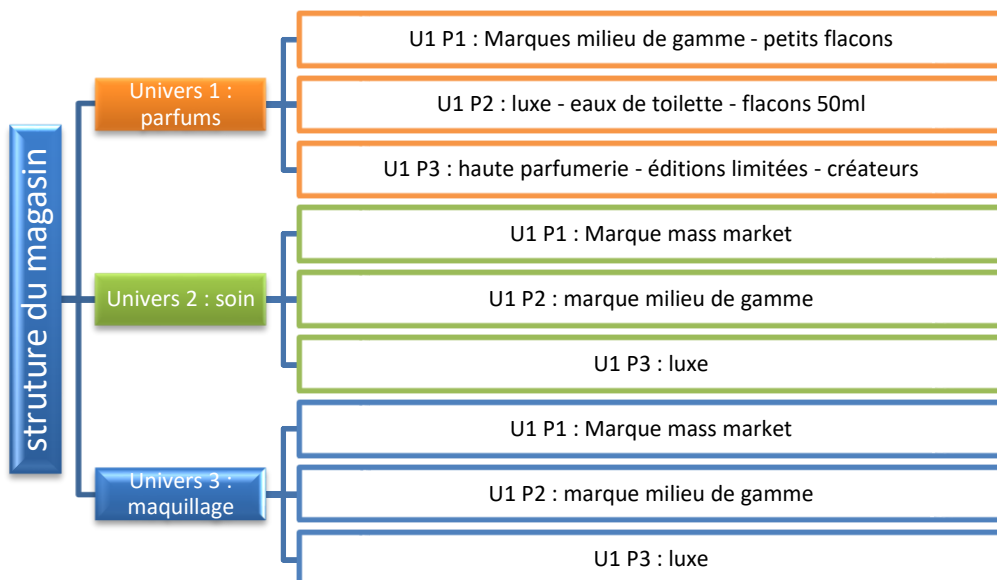
1) Concurrence

Vous êtes 6 magasins en concurrence. Les points de vente sont d'une surface de 150 m² environ et sont situés dans des zones commerciales d'une grande ville française.

Il faut vous différencier sur les différents éléments suivants :



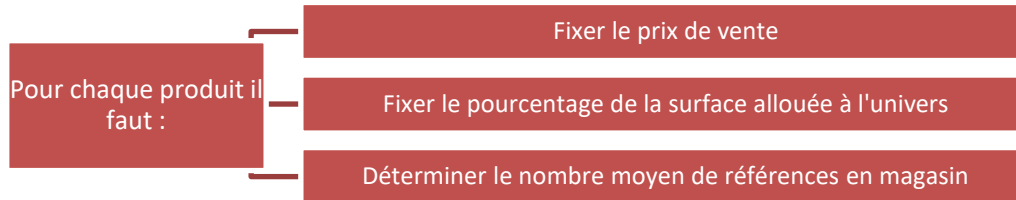
2) Le point de vente



Exemples :

- Mass market : Bourgois, L'Oréal, marques de distributeurs (MDD)
- Milieu de gamme : Biotherm, Caudalie, Clarins
- Luxe : Dior, Chanel, YSL

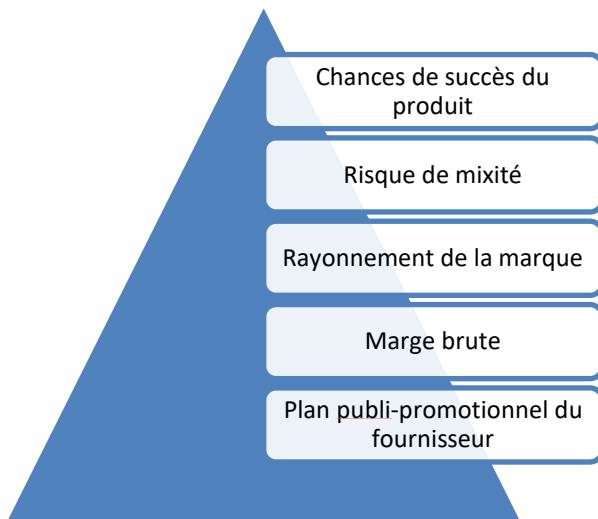
Vous devez définir la part que représente chacune des gammes dans votre magasin.



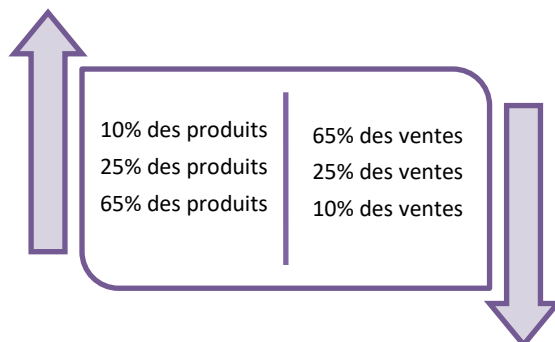
Gestion des références

- Largeur : nombre de besoins couverts, nombre de « sortes » de produits (exemple crème hydratante + crème peaux matures)
- 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 5 canaux :

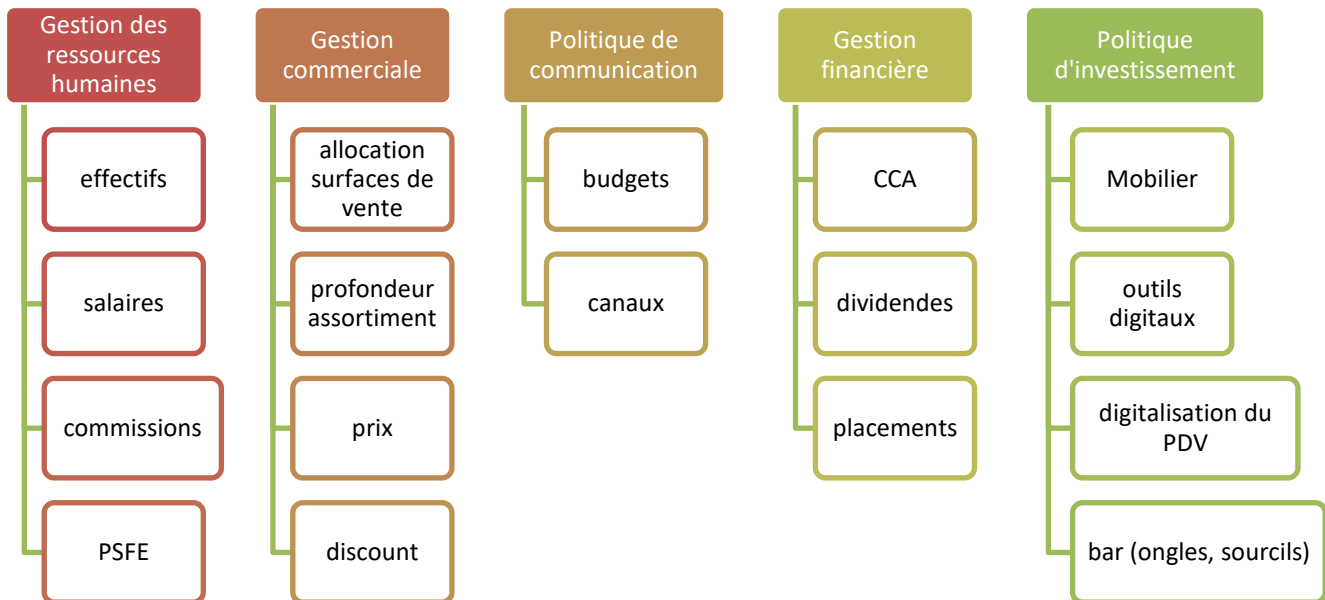
- SEA (*Search Engine Advertizing*) : Google AdWords
- Print (leaflets, catalogues)
- Display (bannières sur Internet)
- Marketing direct (exemple mailing)
- Radio

→ Approche qualitative pour l'élaboration des campagnes de publicité.

→ Elaboration des budgets et des plans médias

4) Les variables du jeu

Vos décisions portent sur :



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 :

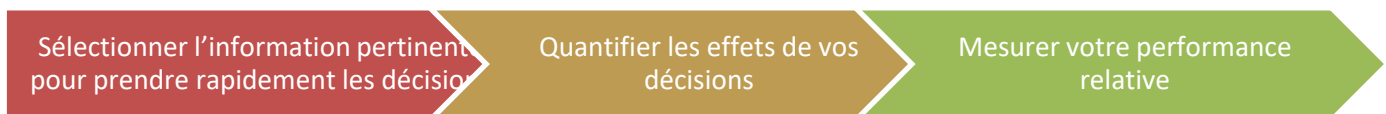
- ✓ La motivation (en %),
- ✓ Les effectifs,
- ✓ Le salaire.

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 :

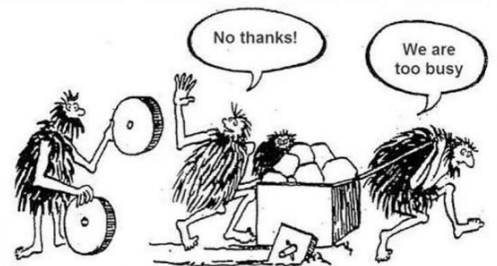


Vous devez être capables de réaliser des prévisions pour :

- ✓ 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 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

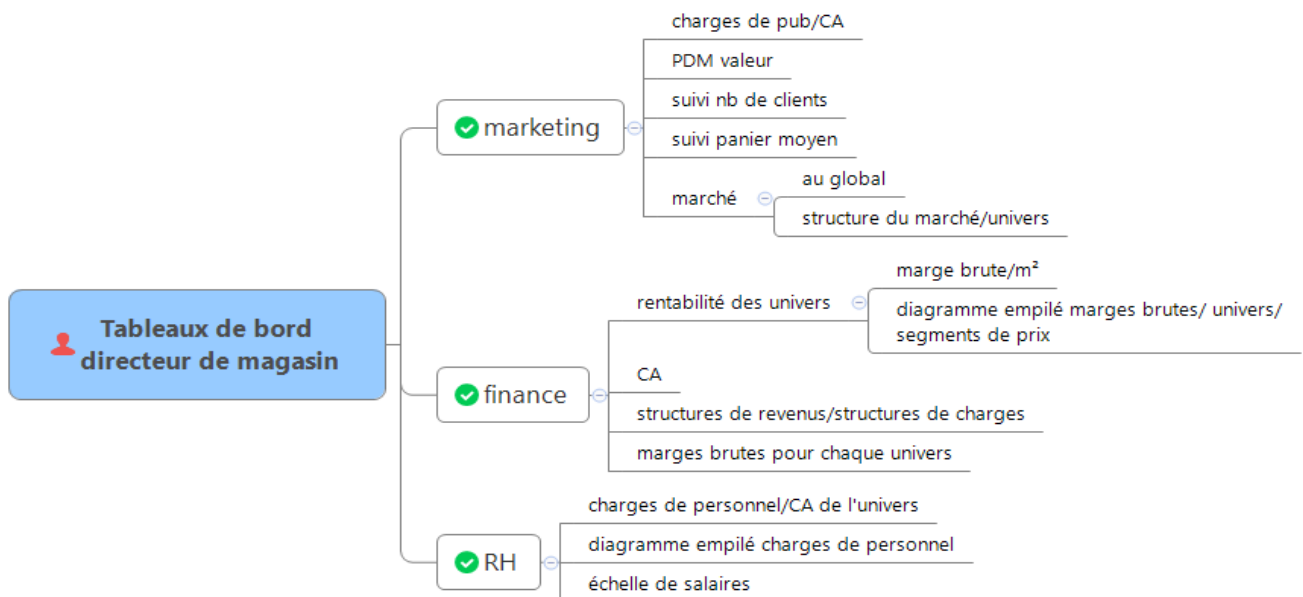


1) Elaboration de tableau de bord

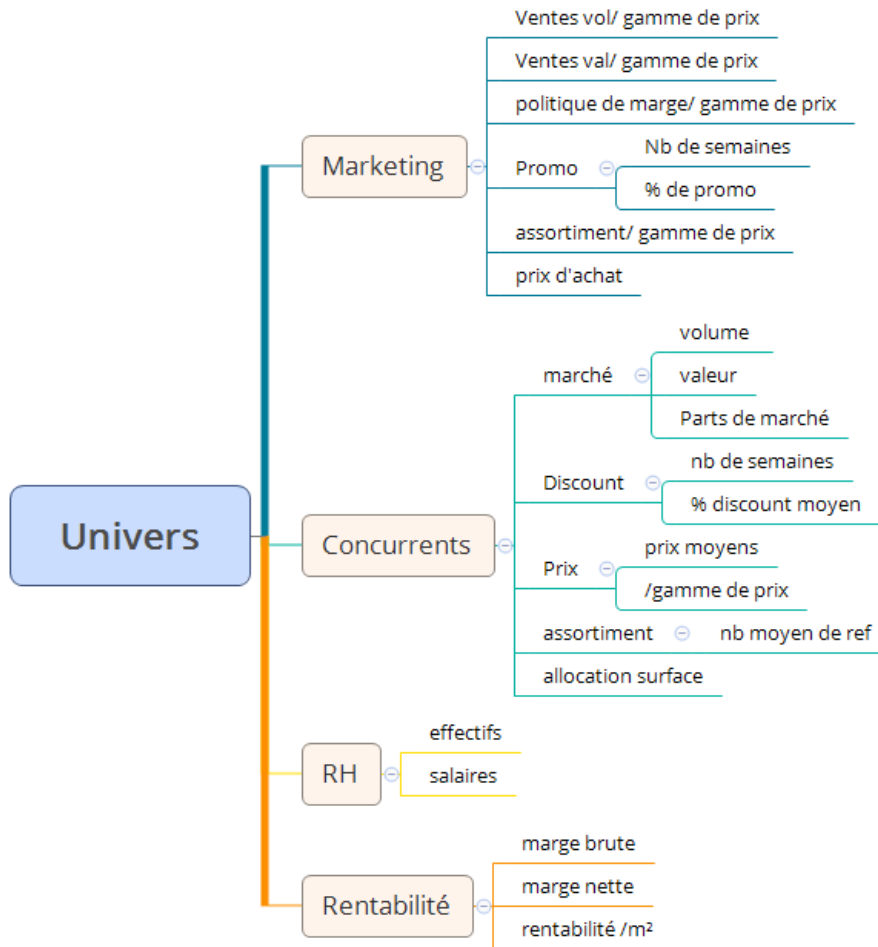
- Gestion des rayons
- Marketing
- GRH
- Finance

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/UCWwWs74la0eu0wDTfgTVbeA/playlists>

