

Création et gestion d'une entreprise de services informatiques

Votre nouvelle entreprise : une société de prestation informatique

L'idée couvait depuis plusieurs années maintenant. Votre parcours professionnel est somme toute très classique : vous avez débuté au bas de l'échelle dans une **SSI régionale**, et êtes monté en grade par votre pugnacité et grâce à vos talents reconnus de manager. Plusieurs opportunités de changement de poste vous tendent les bras. Seulement, **le démon de la création d'entreprise vous a** envoûté : posséder votre propre affaire était un rêve que vous réalisez enfin !

L'activité de votre "bébé" ? **La prestation informatique**, pour le particulier comme le professionnel. La stratégie est encore un peu floue : vous savez bien sûr que les deux marchés sont très différents, et n'avez pas encore tranché sur les priorités d'action.

Passé le stade nécessaire de l'étude de marché, vous avez déniché l'emplacement idéal, en plein cœur de la ville, un endroit stratégique pour conquérir votre premier client : le "monsieur tout le monde", avide de conseils informatiques éclairés !

Attention tout de même ! La belle aventure peut très vite prendre fin ! Des concurrents dynamiques et armés des mêmes ambitions que vous, tenteront, année après année, de fidéliser leur clientèle et de conquérir vos parts de marché. Saurez-vous répondre aux besoins de vos clients, et mieux les anticiper ? Garantirez-vous un service de qualité, aussi bien au niveau de l'accueil, jusqu'à la réalisation de la prestation ?

Enfin, le montage financier fut une dernière épreuve toute aussi délicate : vos deniers personnels ne sont pas suffisants pour constituer le capital initial. Vous avez donc fait appel à un « business angel » qui vous a apporté 49 % des 20 000 € de capital. Saurez-vous satisfaire à ses exigences de rentabilité ?

Les prestations

A la création, vous avez jugé plus prudent de parier sur une prestation grand public "standard", afin de séduire vos premiers clients "particuliers" : **la réinstallation de PC existants**.

Vous pouvez proposer également pour les professionnels une **offre d'installation de réseau local**. Cette prestation permet éventuellement de tester un marché réputé plus délicat d'approche et plus exigeant.

En outre, les nouvelles technologies sont en perpétuel mouvement : de nouvelles prestations pourront être envisagées au fil des années.

Le marché

Par votre activité, vous visez deux types de clientèle :

- une clientèle "**particuliers**", principalement locale
- une clientèle "**professionnelle**", pouvant s'étendre au-delà de la simple agglomération

Au départ, la clientèle est à conquérir. Par la suite, si votre prestation est jugée de qualité, vous fidéliserez ces clients d'année en année.

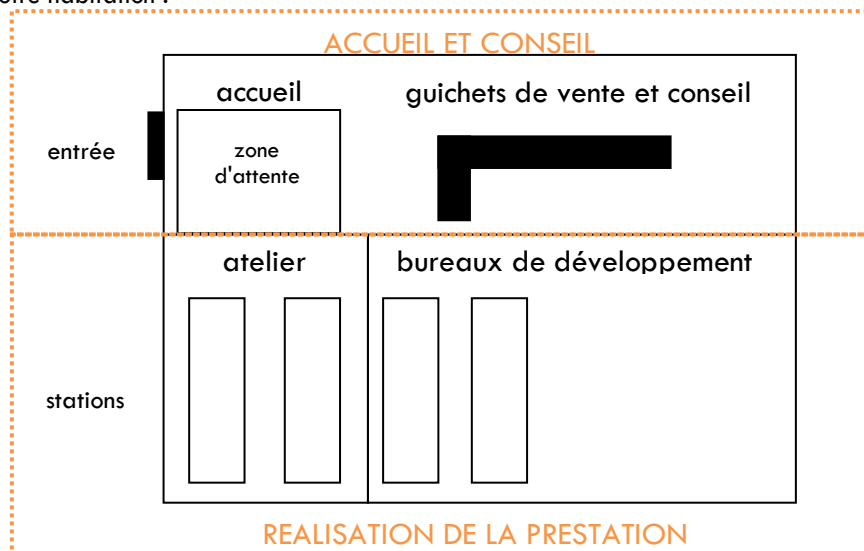
En clair, le marché annuel sera réparti entre :

- **des clients réguliers** : ils sont satisfaits de votre prestation de l'année précédente, et reviennent pour une nouvelle prestation. Votre but est de les fidéliser le plus possible en garantissant une qualité de service.
- **des clients occasionnels** : ils ont eu connaissance de la qualité de votre prestation, soit par votre image de marque, soit par l'intermédiaire de votre publicité. Votre but est de ne pas les décevoir pour les transformer en clients réguliers.

Les **études de marché** vous permettront d'apprécier la qualité perçue par les clients, par le biais de questionnaires de satisfaction pour les particuliers comme pour les professionnels.

Le service proposé

Un schéma simple étant plus explicite qu'un long discours, voici le plan de votre nouveau magasin aménagé au rez de chaussée de votre habitation :



Vous avez clairement défini deux zones distinctes :

- une **zone d'accueil et de conseil**, où le client est pris en charge et orienté vers la bonne prestation
- une **zone de réalisation de la prestation** (atelier, bureau de développement, salle de formation, ...)

L'accueil et le conseil : la prise en charge du client

Chaque client est reçu individuellement, et pris en charge par **l'équipe commerciale** du magasin.

Après avoir patienté dans un hall d'attente, le client est en contact avec le personnel spécialisé qui recueille son besoin, et lui indique la marche à suivre.

Votre expérience précédente de management vous a appris une bonne chose : rien ne vaut une personne qualifiée et motivée ! Vous concentrerez donc vos efforts sur leur formation... et leur niveau de rémunération !

En effet, **vos conseillers accueilleront d'autant plus de clients s'ils sont en nombre suffisants, bien payés et s'ils connaissent leur métier** ! Cette capacité annuelle d'accueil est exprimée en nombre de prestations possibles (1000 clients à l'année).

Tout le personnel d'accueil est supposé avoir la même motivation et la même qualification.

Sa rémunération est calculée à partir d'un salaire annuel de base, **indiqué par vos soins**. Vous déterminez également le **budget formation** annuel adéquat au développement de ses compétences.

L'accueil des clients demande un investissement constant dans les installations (zone d'attente, guichet, aménagements divers).

Celui-ci est caractérisé par un **budget de communication interne**, défini annuellement.

La prestation informatique : le service en lui-même

Ne l'oubliez pas ! **Votre cœur de métier reste la prestation informatique** !

Une fois le client correctement aiguillé, reste à planifier la prestation. **Son délai de réalisation** dépendra de deux facteurs :

- l'emploi du temps des techniciens et des développeurs (veillez à ce que votre équipe soit suffisante !)
- la disponibilité des équipements dans vos locaux

En effet, que ce soit la réinstallation de PC pour le particulier, le développement d'applications, ou même la formation, chaque prestation nécessitera **un équipement spécifique** (banc de réparation en atelier, station de développement informatique, salle de formation, ...). Pour simplifier, nous considérerons un seul type d'équipement, que nous appellerons "station".

Toute prestation s'effectuera donc sur **une station de travail**, disposant d'une capacité annuelle fixe de 2000 H.

Il est possible, chaque année, **d'investir dans de nouvelles stations**, ainsi que de **céder ou remplacer** une partie de son parc. Dans tous les cas, la décision prend effet l'année en cours.

Le fonctionnement et l'entretien de chaque station ont un coût reprise sous l'intitulé "**coût fixe annuel**" (1500 €). La station s'amortit **linéairement** sur plusieurs années. Toute station amortie se révèle comme définitivement inutilisable, ce qui devrait vous inciter à remplacer le matériel régulièrement (prix de vente 2 000 €).

Chaque technicien ou développeur a une capacité annuelle de **travail variable**, exprimée en heures, en fonction de sa qualification et de sa motivation (1 200 h). Tout le personnel technique de l'entreprise est supposé avoir la même motivation et la même qualification.

Sa rémunération est calculée à partir d'un **salaire annuel de base**, indiqué par vos soins. Vous déterminez également le **budget formation annuel** adéquat au développement de ses compétences.

EXEMPLE DE CALCUL DE FLUX

Accueil et conseil

Nombre de conseillers : 1

Capacité totale : 1 000 clients (fonction de la qualification et de la motivation)

Nombre de clients potentiels : 1 200

Capacité des conseillers : 1 000

Nombre de clients accueillis : 1 000

Prestation de service

Nombre de techniciens : 2

Nombre de stations : 1

Capacité techniciens : $2 \times 1\,200\text{ h} = 2\,400\text{ h}$

Capacité stations : $1 \times 2\,000 = 2\,000\text{ h}$

D'où la capacité réelle = 2 000 h, à répartir entre les différentes prestations selon l'ordre de priorité choisie

Nombre de prestations prises en charge à l'accueil : 1 000 soit 2 200 h par exemple

Capacité technique réelle : 2 000 h

Nombre d'heures de prestation en attente : 200 h (soit 130 prestations par exemple)

Nombre d'heures de prestation réalisées : 2000 h (soit 870 prestations par exemple)

La commercialisation

Plusieurs enseignes concurrentes à la vôtre se sont récemment installées dans la même zone géographique.

La **concurrence** entre les différentes entreprises est excessivement rude. Le but est de **fidéliser sa clientèle** actuelle tout en tentant de conquérir de nouveaux clients, et en préservant la santé financière de la société.

La fidélisation des clients actuels nécessite une attention constante à la qualité de la prestation fournie, conformément à leurs attentes : **le rapport qualité / prix, la qualité de l'accueil et du conseil, la qualité de la prestation réalisée, le temps d'attente à l'accueil et le délai de réalisation de la prestation.**

Les arguments les plus couramment utilisés pour tenter de se démarquer les uns des autres dans la conquête de nouveaux clients sont, sans ordre hiérarchique, **l'image de marque de l'entreprise et l'effort publicitaire fourni.**

La fidélisation des clients

En tant que prestataire de service, votre but ultime consiste à satisfaire les besoins de votre client. Schématiquement, votre client sera fidélisé les cinq conditions suivantes sont réunies :

Le rapport qualité / prix de la prestation est acceptable

Bien entendu, vous êtes conscient de l'importance du prix de vente des prestations dans le choix du client, en rapport avec la qualité du service fourni.

En dehors de toute considération liée à l'"HOMME", la qualité d'une prestation se définira toujours par deux notions :

- **une notion de coût**, en € : qualité du matériel utilisé, puissance des outils de développement, ... (low cost /haut de gamme)
- **une notion de temps** : temps consacré à l'assemblage, à la formation, au développement, ... (faible ou grande qualité)

Chaque année, vous serez donc seul responsable :

- du **niveau de prix** de chaque prestation
- du **budget** engendré par sa réalisation (suivant 4 modalités)
- du **temps consacré** par les techniciens à sa réalisation (suivant 4 modalités : court, normal, long, très long)

La combinaison de ces décisions déterminera un **rapport qualité/prix** pour chaque prestation, qui devra rester dans une proportion acceptable.

La qualité de l'accueil et du conseil est correcte

Le **conseil du client** revêt une importance capitale dans la qualité du service. En effet, un client mal renseigné ou attendant trop longtemps sera insatisfait de la prestation même si la partie technique est irréprochable.

Les paramètres influant directement sur la qualité de l'accueil et du conseil sont les suivants, sans ordre de priorité :

- la qualification des conseillers,
- la motivation des conseillers,
- la qualification des techniciens et développeurs,
- les efforts consacrés à l'accueil des clients (budget communication interne).

La qualité de la réalisation technique

La **qualité de la prestation** réalisée intervient directement sur la satisfaction du client.

Les paramètres influant directement sur la qualité de la prestation sont les suivants, sans ordre de priorité :

- la qualification des techniciens et développeurs,
- la motivation des techniciens et développeurs,
- l'âge moyen des stations de travail,
- le budget alloué à la réalisation, ainsi que le temps consacré.

Le temps d'attente à l'accueil

Si l'affluence aux portes du magasin est trop importante pour la structure, la clientèle risque d'attendre trop longtemps, ce qui est **négatif pour la qualité du service**.

Le délai d'attente est fonction du temps d'attente moyen, ainsi que de l'adéquation entre la capacité d'accueil du personnel et le volume de clients susceptibles d'être conseillés.

Au-delà d'un temps d'attente maximal, le client est définitivement insatisfait de la prestation.

Le délai de réalisation de la prestation

Le délai de réalisation de la prestation correspond au laps de temps entre la prise en charge du client à l'accueil et la réalisation de la prestation. Il est fonction de l'adéquation entre la capacité des techniciens et développeurs et le nombre de prestations engagées.

Au-delà d'un temps d'attente maximal, le client est définitivement insatisfait de la prestation. Si le délai est trop long, **il est possible que le client annule purement et simplement sa commande**.

La conquête de nouveaux clients

La communication externe (publicité)

La **publicité** est définie annuellement pour l'ensemble des prestations sous la forme d'un **budget communication externe**. Elle a un impact directement concurrentiel, c'est-à-dire qu'elle agit sur les **clients non-fidélisés** ou déçus de leur magasin habituel.

A partir d'une certaine somme, la publicité est considérée ne plus avoir d'impact sur le marché.

L'image de marque

Afin de conquérir de nouveaux clients, chaque entreprise se doit de **valoriser une image de marque forte**. Celle-ci dépend essentiellement du volume de clientèle drainé les années précédentes.

Les données financières

Le découvert

Les entreprises dont la trésorerie est négative payent un intérêt sur leur découvert au taux de 10%.

Les emprunts

Les entreprises sont susceptibles d'avoir recours aux emprunts bancaires, dans la limite de la capacité d'endettement définie par l'animateur. Durée des emprunts = 5ans, taux = 6%.

L'environnement

Les études de marché

Régulièrement, des organismes spécialisés proposent leurs services aux entreprises désirant s'informer sur le marché. Les études, proposées annuellement, sont les suivantes :

 **Etudes de marché** 

Prix	<input type="text" value="1 000 €"/>	Volume prévisionnel	<input type="text" value="2 000 €"/>	Sensibilité des clients	<input type="text" value="1 000 €"/>
Publicité	<input type="text" value="1 000 €"/>	Satisfaction des clients	<input type="text" value="1 000 €"/>		
Parts de marché	<input type="text" value="1 000 €"/>	Questionnaire	<input type="text" value="1 500 €"/>		
Image de marque	<input type="text" value="1 000 €"/>	Entreprise	<input type="text" value="2 000 €"/>		
Liasse comptable	<input type="text" value="1 000 €"/>	Fidélisation des clients	<input type="text" value="1 000 €"/>		

L'expert-comptable

Les entreprises font appel aux services d'un expert-comptable pour un coût annuel de 1 000 €. Il élabore la liasse fiscale (comptable) comprenant les bilans, comptes de résultat et tableaux de trésorerie des entreprises année par année. Il fournit également les états des emprunts et immobilisations. Vous devez absolument avoir cette liasse pour connaître votre situation financière.

Les autres partenaires

L'entreprise évolue dans un milieu où les acteurs économiques sont nombreux. Elle pourra être amenée à tout moment à rencontrer ces instances en interne (syndicats, ...) et en externe (tribunal de commerce, assurances, ...).

Vous devez faire vos premiers choix quant à la gestion de votre entreprise, à partir des paramètres de l'environnement et des articles issus de la revue professionnelle « Passion Info » présentés pages suivantes.

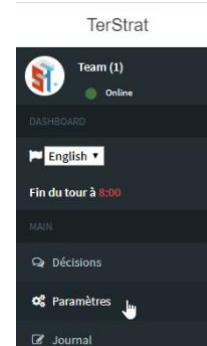
Connexion au jeu

Depuis votre navigateur (Firefox recommandé), **tapez dans la barre de recherche** : <http://www4.stratologic.net/> et renseignez le serveur, l'identifiant et le mot de passe que votre animateur vous aura fourni.



Les paramètres du jeu

Ces paramètres sont consultables depuis l'interface joueur via le menu « Paramètres ».



PARAMÈTRES DE L'ENVIRONNEMENT

Budgets moyens

Communication interne	1 500 €
Communication externe	2 500 €
Formation du personnel d'accueil	2 000 €
Formation du personnel technique	3 000 €

Outils / Equipements

Coût annuel d'entretien	1 500 €
Investissement	12 000 €
Cession	2 000 €
Durée d'amortissement (années)	5 ans
Capacité d'un équipement	2 000 h

Environnement

Taux d'impôt sur les sociétés	28,0 %
Taux de découvert bancaire	10,0 %
Taux de placement	0,0 %

Personnel

Capacité d'accueil (en prestations accueillies)	1 000 p
Capacité de réalisation (en heure de travail)	1 200 h
Salaire du personnel d'accueil (base 100)	22 000 €
Salaire du personnel technique (base 100)	30 000 €

Etudes de marché

Prix	1 000 €	Volume prévisionnel	2 000 €	Sensibilité des clients	1 000 €
Publicité	1 000 €	Satisfaction des clients	1 000 €		
Parts de marché	1 000 €	Questionnaire	1 500 €		
Image de marque	1 000 €	Entreprise	2 000 €		
Liasse comptable	1 000 €	Fidélisation des clients	1 000 €		

Efficacité des immobilisations

Réception	100 %
Réception +1	100 %
Réception +2	90 %
Réception +3	80 %
Réception +4	70 %
Réception +5 et au delà	0 %

Recrutement / licenciement

	Recrutement	Licenciement
Personnel d'accueil	1 300 €	4 000 €
Personnel technique	1 000 €	5 000 €

Paramètres des prestations

Nom	Composants					Réalisation				
	Coût (base 100)	Discount	Standard	Amélioré	Luxe	Temps (base 100)	Très court	Court	Long	Très long
réinstallation PC	20 €	60 %	80 %	120 %	140 %	1,5 h.	70 %	100 %	120 %	150 %
assemblage PC	500 €	60 %	80 %	120 %	140 %	4 h.	70 %	100 %	120 %	150 %
formation particulier	0 €	60 %	80 %	120 %	140 %	6 h.	70 %	100 %	120 %	150 %
pack "réseau"	1500 €	60 %	80 %	120 %	140 %	15 h.	70 %	100 %	120 %	150 %
pack "site internet"	600 €	60 %	80 %	120 %	140 %	24 h.	70 %	100 %	120 %	150 %
développement d'applications	5000 €	60 %	80 %	120 %	140 %	100 h.	70 %	100 %	120 %	150 %

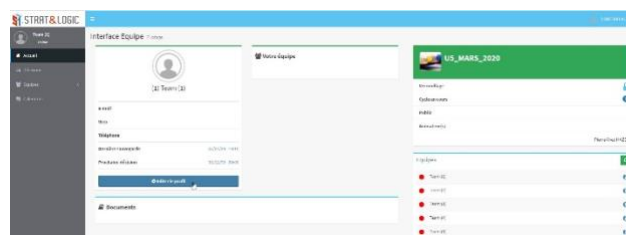
Pas de composants pour la formation d'où une base à 0€.

L'identité de l'entreprise

Depuis le menu « Accueil », mettez le mail UBS du chef d'équipe, puis le nom de votre entreprise (voir cours sur le nom de marque et le logo)

Le nom à renseigner doit être le suivant : GA_nom

Changez également votre mot de passe et ne l'oubliez pas !



Options Votre compte

Vos coordonnées

Adresse de messagerie générique
L'adresse doit être valide pour recevoir des informations.

Nom de l'équipe: Team (1)

Téléphone

Adresse de la page d'équipe
(Facebook, Web, Insta...)

Logo de l'équipe
(format carré 160px x 160px - gif, png, jpg, jpeg)

MODIFIER

Mot de passe

Ancien mot de passe

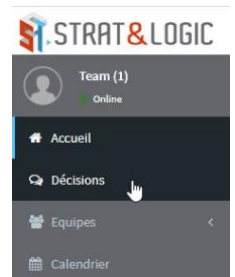
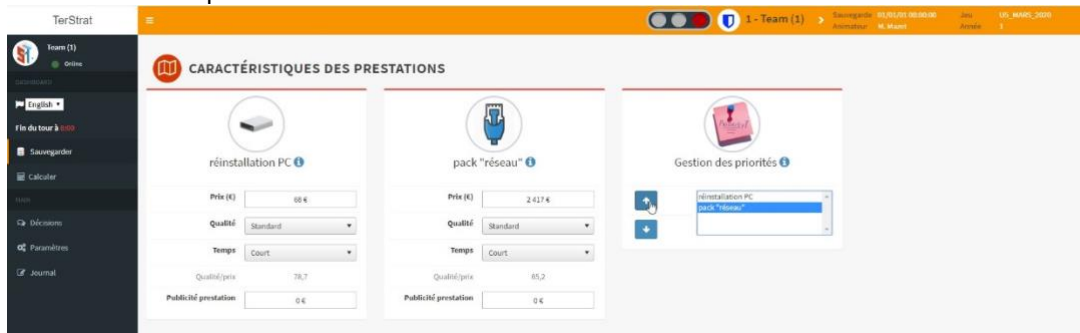
Nouveau mot de passe

Confirmation

MODIFIER

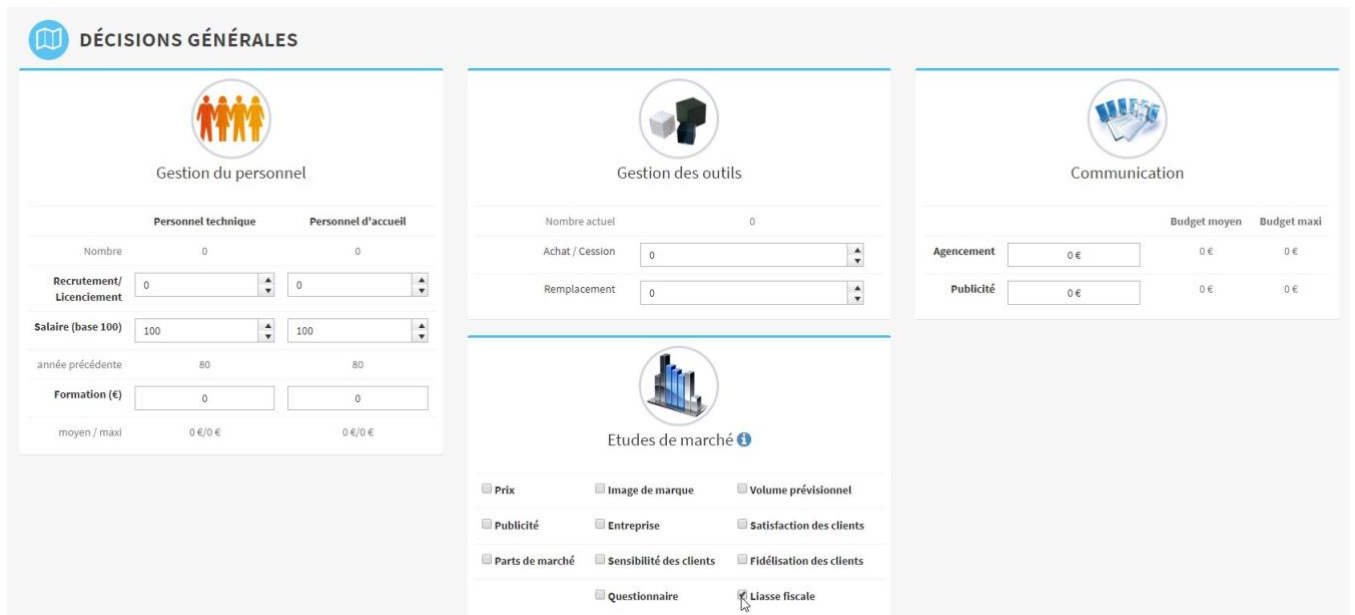
La prise de décisions

Pour accéder à l'interface de prise de décision, il faut cliquer sur le menu « Décisions », puis renseigner les différents champs.



Utilisez les lanceurs pour modifier le niveau de qualité des composants et le temps de technicien.

Faites attention à l'ordre de priorité des prestations. Si vous manquez de capacité d'accueil, de techniciens ou de stations, les dernières prestations ne seront pas réalisées. Pour modifier l'ordre des prestations, il faut cliquer sur la prestation à déplacer puis sur le signe + pour la faire monter dans la hiérarchie ou – pour la faire descendre.



Pensez à commander la liasse fiscale, pour avoir vos documents comptables, ainsi que les études de marché que vous jugez pertinentes, afin de piloter au mieux votre entreprise et faire votre reporting de fin de jeu (voir cours sur les tableaux de bord).

Pour valider vos décisions, il faut passer le feu au vert



puis cliquer sur le bouton « Sauvegarder ».

