

## MAQUETTE RAPPORT SIMU GESTION

### INTRO :

On part du général ———> précis (Annonce de la problématique/plan)

---

### PROBLÉMATIQUE ET PLAN :

problématique :

Quels sont les tenants et aboutissants de l'entreprise ?

tenant -> le pk et les causes

aboutissant -> là où ça nous a mené

Plan :

- 1) objectif
  - 2) mise en oeuvre
  - 3) résultats globaux
- 

### CONCLUSION :

Conclusion :

rappel des points forts et faible (On part du précis au general)

- 1) les cibles
- 2) résultat
- 3) regard critique

- 1) Stratégis pour augmenter les parts de marchés
- 2) Rapport financier

parler du résultat économique

partie ou sous partie de ce qu'on aurait pus améliorer ds l'entreprise

persp

SABIR Redwan  
ZENAI DI Wassim  
DIALLO Fatoumata

Licence 2

Groupe :  
484



## Rapport d'activité

Simulation de Gestion  
X22I040



## Introduction

Le marketing est une discipline qui a pour but d'analyser et d'influencer les besoins des consommateurs afin d'adapter l'offre et développer les ventes. Ceci implique de connaître le marché, c'est-à-dire sa clientèle ainsi que ses attentes. Elle implique également de connaître son entreprise et celle de la concurrence. Plus précisément leurs forces, faiblesses, opportunités et menaces. Enfin, cette discipline permet également de mettre au point une stratégie pour commercialiser ses produits ou services. Autrement dit : définir le produit, son prix, son canal de distribution et ses moyens de promotion.

Aux premiers abords, ces éléments peuvent paraître compliqués à mettre en place surtout lorsque l'on a aucune expérience dans le domaine. C'est justement là que le module Simulation Gestion nous a permis de réaliser nos premiers pas dans le milieu en pilotant une entreprise virtuelle par le billet d'un simulateur de gestion, plus communément appelé Cesim.

Cet exercice dicté par 8 tours décisionnels, nous a plongés au cœur d'une entreprise de smartphones où nous étions composé de 3 personnes afin de nous donner un avant-goût de la vie en entreprise qui doit faire face à une forte concurrence.

Nos idées :

Stratégies utilisées :

- \*Domination par les coûts
- \*Diversification des produit
- \*Spécialisation

Analyse portefeuille produit

tour 1: 1 produit love 66 sur Asie/Europe cible =>bas de gamme, stratégie domination par les coûts

tour 2: nvo produits plume en Asie cible =>Pro+ upgrade love 66

Tour 3 : reste le même love 66 et plume augmentation perf

Tour 4 : upgrade love 66 et plume nvo telephone lady killer en Europe cible =>part +

Tour 5 : nvo tel pour les particuliers en Europe et en asie Swees Boom , reciblage du love 66 sur les pro, amélioration du reste des produits

Tour 6 : rectif swees boom expressément pr asie part sans modif , idem love 66 pour pro en Asie avec modif , insertion du tynky wynky pour les pro en Europe et insertion du mango tango pour les particuliers en Europe, pas de changement pour le reste

Tour 7 : amélioration de tous les tel sauf le swees boom //changement de nom

Tour 8 : modif de tous les produits

services :

R&D

garantie

réparation

Tour 1 : garantie 3 ans iqr=600, R&D 3500 perf et autonomie réparation 30% marge sur couts variables asie et europe

Tour 2 : garantie 3 ans iqr=600, R&D 2500 perf et autonomie réparation 50% marge sur couts variables asie et europe

Tour 3 : garantie 3 ans iqr=1500, R&D 3000 perf et autonomie réparation 50% marge sur couts variables asie et europe

Tour 4 : garantie 2 ans iqr=1000, R&D 10000 perf et autonomie réparation 20% marge sur couts variables asie et europe

Tour 5 : garantie 2 ans iqr=1000, R&D 7000 perf et autonomie réparation 23% marge sur couts variables asie et europe

Tour 6 : garantie 2 ans iqr=1000, R&D 8000 perf et autonomie réparation 22% marge sur couts variables europe et 23 % en asie

Tour 7 : garantie 2 ans iqr=1000, R&D 7000 perf et autonomie réparation 22% marge sur couts variables europe et 24 % en asie

Tour 8 : garantie 5 ans iqr=1000, R&D 7500 perf et 8500 autonomie réparation 23% marge sur couts variables europe et 24 % en asie

Augmentation du délai de paiement au maximum (180 jours) à partir du tour 5

Résultat net prévisionnel	Résultat net	% d'écart
-19 494	-20 644	5,73%
-11 050	-12 719	14,15%
30 285	20 893	37,81%
40 263	66 104	48,32%
135 854	129 103	5,2%

189 114	184 584	2,4%
193 908	168 072	14,27%
141 805	164 497	14,81%