

IRIS STUDIO

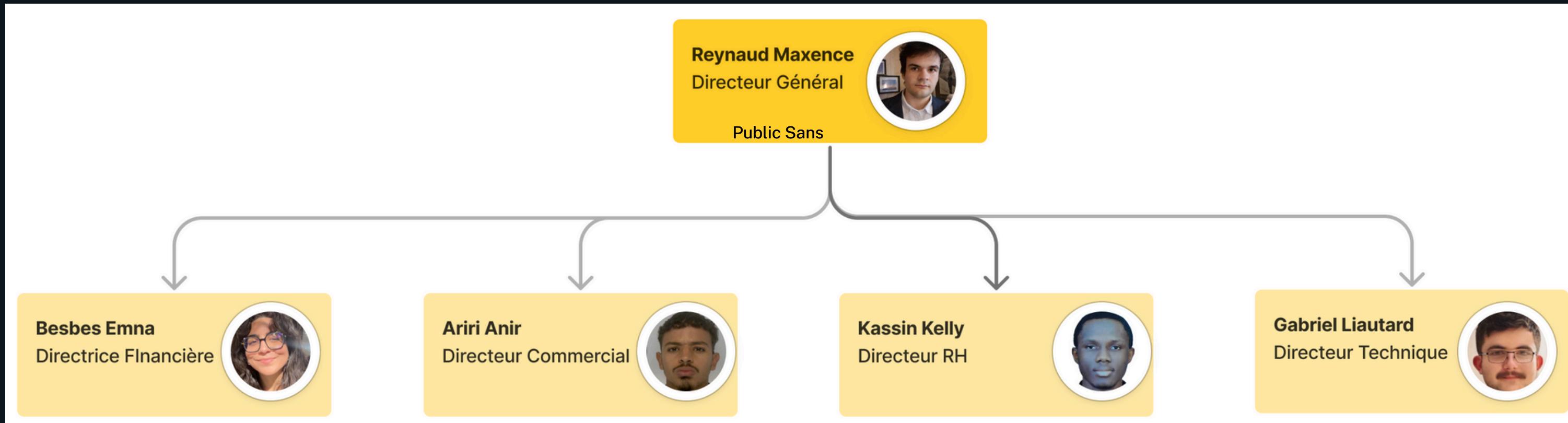


Portez la vision des artistes



**IRIS
STUDIO**

Présentation de l'équipe



Décisions prises en conseil (discussion de groupe). Nous avons eu recours à des votes à main levées à quelques reprises. Les décisions ont toujours été prise à la majorité, et presque toujours à l'unanimité.



**IRIS
STUDIO**

Présentation des produits - 2023

De Vinci





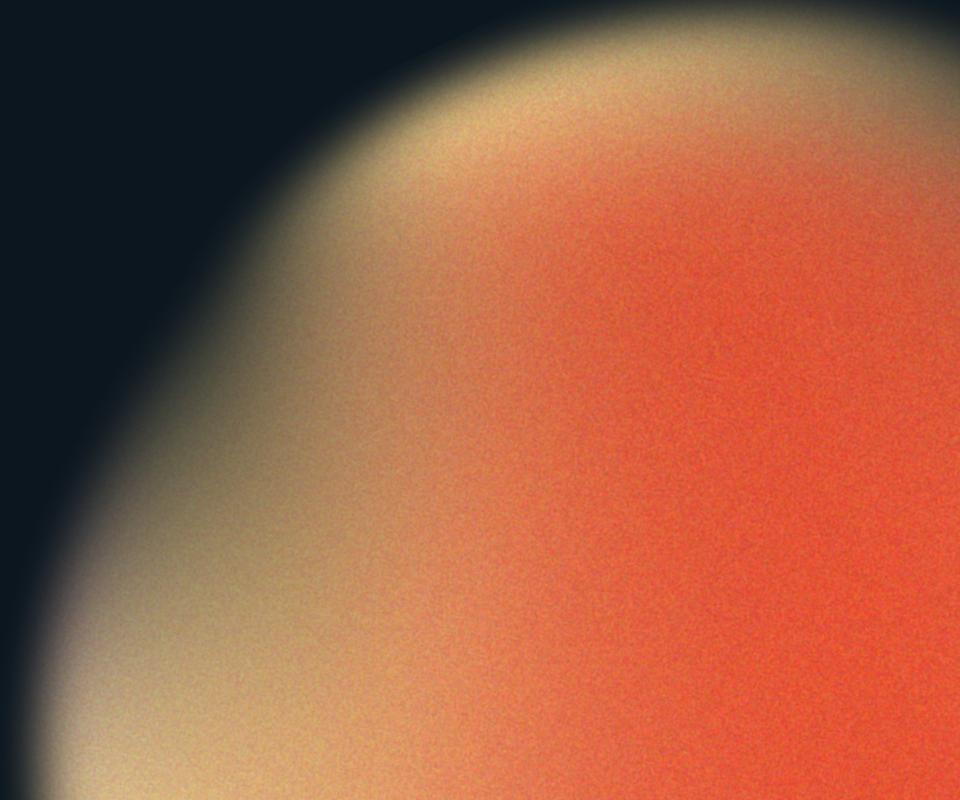
ACCESSIBILITÉ
PERFORMANCE
ESTHÉTIQUE

MONET





Visionnaire
Intelligence
Actualité

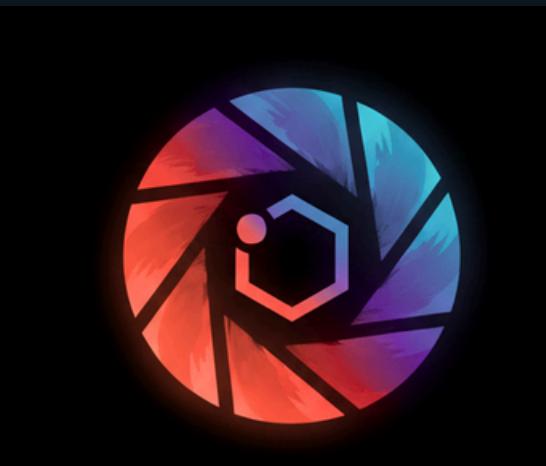


CEZANNE





ECOLOGIQUE
ELEGANT
DURABLE



**IRIS
STUDIO**

Point 2033

Fidélité des clients		
	Vos clients apprécient	cohérence positionnement
LUNETTES CONNECTEES A	les prix compétitifs l'image associée au produit La cohérence du positionnement depuis plusieurs années renforce la fidélité clients	+++
LUNETTES CONNECTEES B	les prix compétitifs la qualité du produit l'image associée au produit La cohérence du positionnement depuis plusieurs années renforce la fidélité clients	+++
LUNETTES CONNECTEES C	les prix compétitifs la qualité du produit l'image associée au produit La cohérence de votre positionnement mérite d'être confirmée l'année prochaine	+

Produit A (De Vinci)
Compétitif en terme de prix, promotion de l'image du produit à travers la pub, qualité standard

Vendu : 9 UM/unité

Produit B (Monet)
Compétitif en terme de prix, forte promotion de l'image du produit via des campagnes de pub aggressives, qualité soignée.

Vendu : 11 UM/unité

Produit C (Cézanne)
Compétitif en terme de prix, omniprésence de publicité, qualité soignée.

Vendu 14 UM/unité



**IRIS
STUDIO**

Point 2033

Effectif :

30 employés dont :
6 avec 8 ans d'ancienneté,
4 avec 6 ans d'ancienneté,
10 avec 5 ans d'ancienneté,
10 avec 3 ans d'ancienneté.

Produit	Stock janvier 2033	Quantité produite	Sorties	Stock déc. 2033
LUNETTES CONNECTEES A	0	500	433	67
LUNETTES CONNECTEES B	257	300	557	0
LUNETTES CONNECTEES C	40	700	668	72

Salaire :

13 (Moyenne marché 13.76)

Climat social :

Préoccupant

Machines :

1 moderne de 5 ans d'ancienneté (cassée)
1 moderne de 3 ans d'ancienneté

Trésorerie au 01/01/2033	-7 245
Trésorerie au 31/12/2033	-6 938
Trésorerie prévisionnelle au 01/01/2034	-8 391



**IRIS
STUDIO**

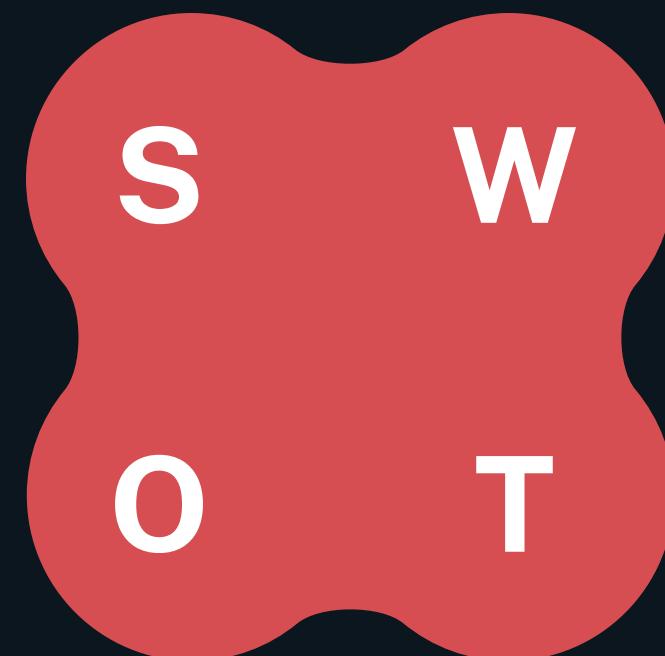
| Forces/Faiblesses

Forces

- Attractivité
- Importantes parts du marché sur plusieurs années
- Largeur de gamme
- Stratégies très flexibles
- Prise de risques

Opportunités

- Forte fidélité cliente
- Marché évolutif
- Elasticité-Prix favorable



Faiblesses

- Pilotage par le chiffre d'affaires au lieu du profit
- Mauvaise gestion du stock
- Structure de coût déficitaire
- Prise de risques

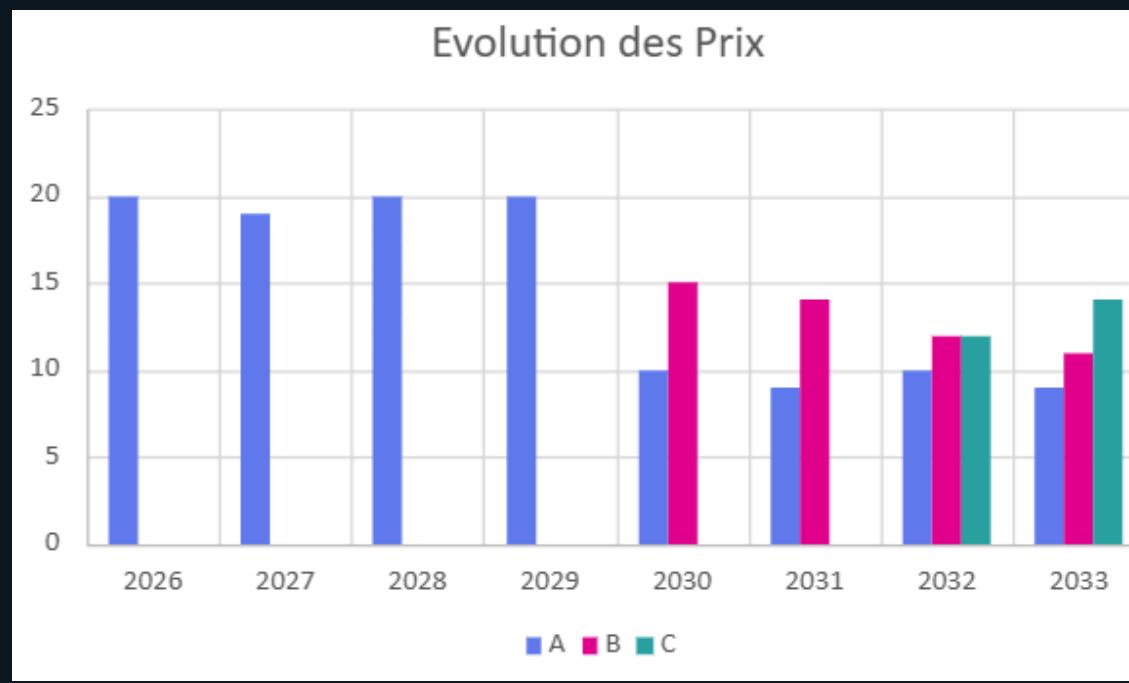
Menaces

- Pression concurrentielle pour la baisse de prix
- Risque de faillite
- Inflation



**IRIS
STUDIO**

Stratégies

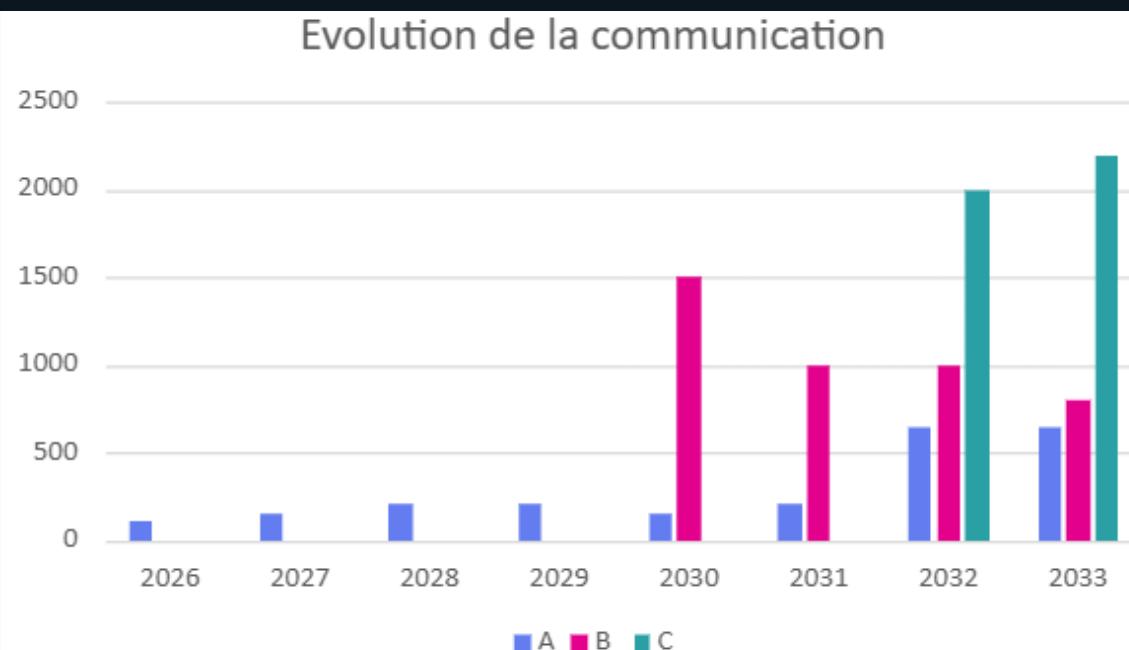


Produit A :

Le début de l'activité est marqué chez nous par le retard du développement du produit B. Nous avons misé sur le produit A pour notre stratégie, en proposant un produit à un prix relativement constant en augmentant petit à petit la qualité pour attirer de plus en plus de client au fur et à mesure que les concurrents se retirent du marché pour aller sur les autres. La stratégie agressive d'un de nos concurrent sur notre marché nous a forcé à revoir notre stratégie et à passer sur un autre marché : celui du produit B.

Produit B :

Le produit B représente notre démarcation avec la stratégie précédente. Nous nous étions jusqu'alors contenté de suivre les tendances du marché, avec une qualité certes moindre. Le produit B à été pensé, dès le départ, pour être la nouvelle stratégie qui nous permettrait de compenser les pertes du tour précédent. Pour cela, nous avons choisi une stratégie extrêmement low-cost en proposant le produit B pour 15 UM, alors que la moyenne du marché était de 31 en proposant une qualité moindre et une communication énorme. Le reste de la stratégie consistait à anticiper d'éventuelles baisses des concurrents



Produit C :

Nous nous sommes rendus compte que cette stratégie n'était pas pérenne, donc nous avons lancé le produit C avec une stratégie moins agressive, avec un prix légèrement en dessous de la moyenne du tour précédent, toujours avec cette idée de gros coup de communication au début. Cependant cette fois-ci, conscient d'arriver dans un marché comprenant de gros acteurs, nous avons fait le choix de partir sur une qualité bien plus élevée que pour le produit B, visant un public toujours low-cost, mais moins que précédemment.





**IRIS
STUDIO**

**Erreurs
stratégiques**



- **Erreur de compréhension au premier tour :**

- Incompréhension du lien Trésorerie/Dépenses
 - Nous a amené à développer le produit B en retard (et par répercussions, le C) et à prendre des prêts peut-être inutiles

- **Erreur d'anticipation “Tout ou rien” - Passage 2029**

- Au lieu d'entrer sur le marché B dès qu'on le pouvait, voyant les chiffres et la rentabilité du produit B (prix moyen de 31) sur l'année 2028, nous avions anticipé un basculement de la production des concurrents sur le marché B
 - On a donc tout misé sur le vol des parts de marché A aux concurrents
 - Concurrents qui avaient fait dégringoler le prix du produit A, déviant complètement de nos prédictions et faisant plonger nos chiffres

- **Erreur de gestion - Passage 2031**

- Notre nouvelle stratégie low-cost de 2030 avait fonctionnée, avec cet argent, nous avons décidé de massivement réinvestir dans l'entreprise
 - Achat d'une machine moderne (prêt de 2000 UM) + emplois de 10 nouveaux ouvriers + augmentation salaires (de 11 à 14)
 - Dépense beaucoup trop importante (ce niveau de production n'était pas nécessaire) + mauvaises décisions dans le mix Production/Qualité/Communication par rapport à ce niveau de production.



- **Oubli de la notice**

- Nous avions complètement oublié les conseils donnés par nos professeurs en début d'activité et dans la notice
 - Surtout regardant les graphiques en S, nous avons trop investi en qualité et/ou en communication, souvent plus que les 5% du CA recommandés.
 - Cela a représenté un poids considérable qui aurait pu être facilement levé.



**IRIS
STUDIO**

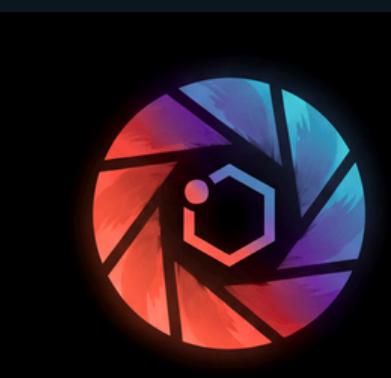
**Prévisions pour les 2
prochains tours**



**IRIS
STUDIO**

Prévisions pour les 2 prochains tours

- Nos capacités de production sont au-dessus de nos capacités de distribution (vente), il vaut mieux donc se séparer de 10 employés, de notre vieille machine, et continuer à faire travailler 20 employés sur une machine moderne relativement neuve.
- Pour la suite, il est impératif de bien calibrer le budget qualité OU bien d'aligner le prix sur la qualité proposée, toutefois cela compromettrait notre stratégie et aliènerait nos clients fidélisés, qui apprécient nos prix compétitifs. Il vaut donc mieux réduire le budget qualité pour chaque item.
- L'inflation est de 0% cette année, il n'y a donc pas besoin d'alourdir la masse salariale.
- Nous avons un léger stock à écouler (72 Lunettes C, 67 lunettes A) Etant donné que nous avons fidélisé des clients sur chaque marché, en particulier le B et le A, il serait judicieux de continuer à répartir notre nouvelle capacité de production (1000 lunettes/an) sur chaque marché de manière relativement uniforme, à ajuster selon les stocks disponibles.
- Il faut attendre un rebond de l'entreprise et revenir dans le vert avant de satisfaire les actionnaires, il est préférable de ne rien leur donner sur les deux prochains tours, ce qui est probablement le minimum requis pour redresser l'entreprise.



**IRIS
STUDIO**

Conclusion

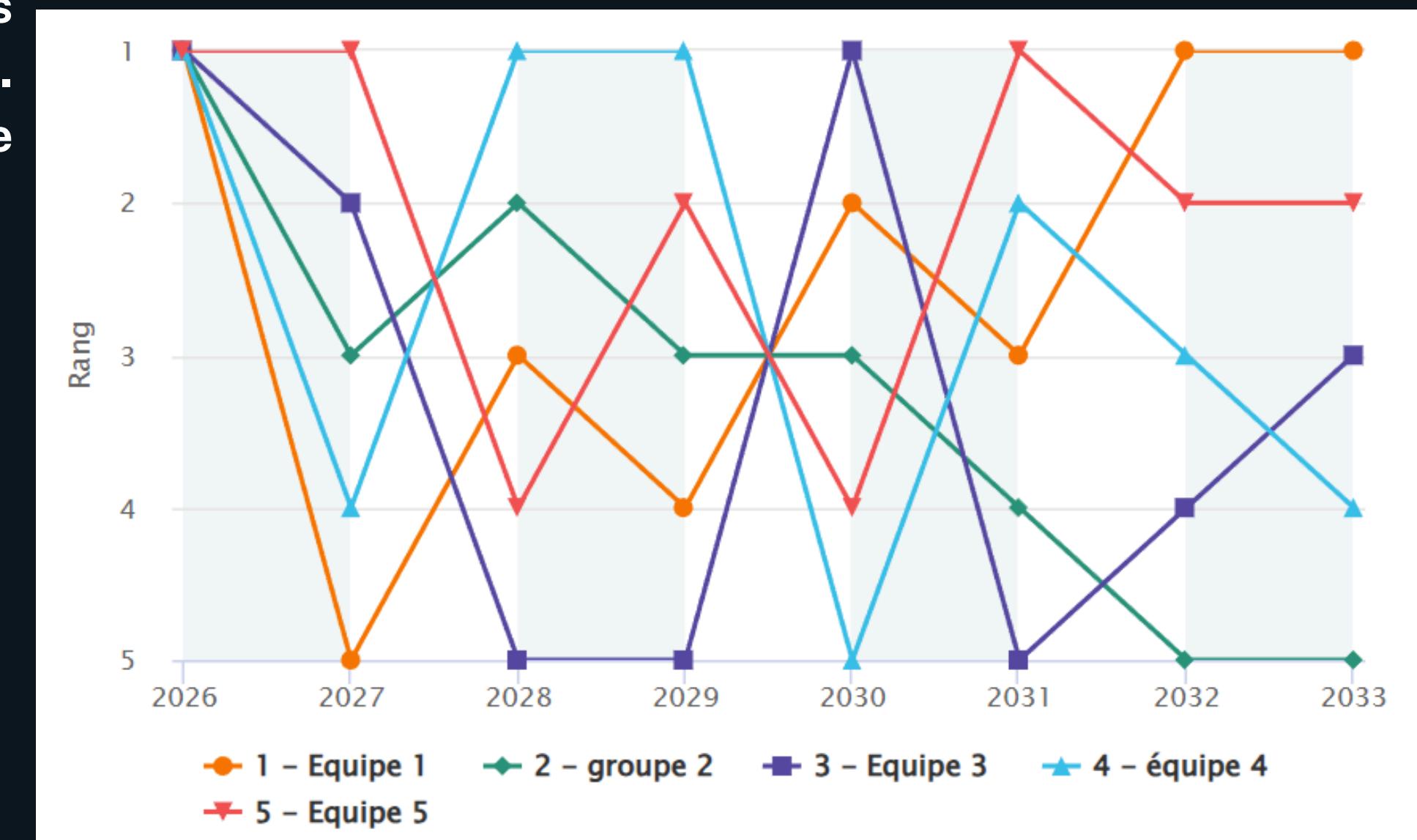


Conclusion sur le jeu

La stratégie de marché utilisée au débat ne nous a pas permis de nous lancer correctement dans la concurrence. Ce qui a fait descendre progressivement l'entreprise sur le marché entre le premier et le troisième tours.

Malgré un rebond de l'entreprise en 2030, nous n'avons pas su gérer ce succès pour garder l'entreprise à flot. Les investissements excessifs l'année d'après nous ont fait défaut jusqu'au dernier tour.

Le crash des prix par les leaders sur le marché a été grandement détrimentaire pour ceux n'ayant pas les moyens de production permettant de rivaliser avec ces derniers. Cela se remarque notamment par un revenu après IS moyen négatif sur les derniers tours.



On peut cependant noter que cette expérience nous a permis de nous rendre compte de l'importance de l'équilibre et de la cohérence dans nos mix production/communication/qualité et surtout, à mettre au point des stratégies dans l'urgence pour tenter de redresser les comptes. Prédire des comportements et des tendances était également intéressant.

Anne-Catherine Petit

2030

MERCI POUR
VOTRE ATTENTION