



ENCGT

المدرسة الوطنية للتجارة والتسيير
ⵜⴰⴳⴷⴰⵏⵜ ⵜⴰⵏⴳⴷⴰⵢⵜ ⵜⴰⵎⴳⴷⴰⵢⵜ ⵜⴰⵏⴳⴷⴰⵢⵜ
Ecole Nationale de Commerce et de Gestion

Rapport de stage de Simulation de Gestion

SEMESTRE 7 - Entreprise 34

ENTREPRISE N°34

“MOUSSAILLON”

Kadoupke Gratiass ATTIKPATI	8063	Elom AKAKPO-VIGNON	8062
Manal BINOUA	7431	Hanae BELEKHDAR	7853
Afaf BEN AÏCHA	8840	Kaoutar CHAOU	7662
Chaimae ARIBAT	8875	Chaimae BOUZAGANE	8844

Enseignant référent - Mr Ahmed Fath Allah Rahmouni

SOMMAIRE

REMERCIEMENT	2
INTRODUCTION	3
AXE 1 : PRÉSENTATION DE L'ENTREPRISE	4
1. Fiche signalétique de l'Entreprise	5
2. Notre mission et nos valeurs	5
3. Organigramme de l'Entreprise.....	6
4. Fiches de postes des différents services	7
AXE 2 : ANALYSE DE LA SITUATION A LA PERIODE 0	15
1. Service Approvisionnement	16
2. Service Production	21
3. Service Commercialisation	27
4. Service du personnel	34
5. Service administration finance	42
AXE 3 : DÉCISIONS VS RÉSULTATS.....	46
1. Objectifs	46
2. Volet Marketing	47
3. Volet Production	54
4. Volet Approvisionnement	56
5. Volet Ressources Humaines	59
6. Volet administration / Finance	61
CONCLUSION : Apports et Limites	63
ANNEXE.....	64
1. Une visualisation de la planification	65
2. PVs de réunions & présence	66

REMERCIEMENTS

Au moment de la rédaction de ce rapport , nous tenons à exprimer nos vifs remerciements à Mr.Rahmouni qui nous a donné l'opportunité de travailler sur une telle matière qui projette toutes nos compétences théoriques acquises dans un marché de travail virtuel. Nous tenons également à remercier toute l'équipe pour leur engagement. Nous profitons aussi de cette occasion pour remercier le corps professoral et administratif de l'École Nationale de Commerce et de Gestion de Tanger pour les efforts qu'ils consacrent à notre formation et assistance, dans le but de nous aider à construire notre propre avenir.

INTRODUCTION

Dans le cadre de notre module de simulation de gestion nous sommes amenés à gérer et à manager une entreprise spécialisée dans la fabrication et la commercialisation de coques de bateaux. Cet exercice est une sorte de jeu d'entreprise, sous le nom de « Kalypso », où chaque équipe devra diriger son entreprise en prenant les meilleures décisions pour son bon fonctionnement, et cela pendant 4 mois. Ce jeu est un outil pédagogique qui va permettre aux étudiants, faisant des études de gestion, de découvrir comment mettre en œuvre leurs connaissances et leur savoir-faire sur un terrain fictif. Dans ce présent rapport nous allons dans un premier temps exposer notre organisation, mission, valeurs et objectifs, dans un deuxième temps nous analyserons la situation de l'entreprise à la période 0 et dans un troisième temps nous aborderons nos prévisions commerciales pour cette année englobant les décisions liées : à la production, à l'approvisionnement et à la gestion administrative et financière, pour en finir avec une conclusion portant sur les apports et les limites du jeu. Ce présent rapport est une présentation des outils et de la logique retenue avec une explication de la méthodologie requise pour optimiser la production durant cette année. Ainsi, chaque étudiant aura la possibilité d'essayer d'être dans la peau d'un manager, d'observer et d'analyser pour prendre des décisions, de commettre des erreurs, de savoir les éviter par la suite pour enfin acquérir l'art de diriger et d'entreprendre. Une tâche qui ne sera certes pas des moindres, mais qui va être très instructive pour l'étudiant qui verra son état d'esprit professionnel évoluer et atteindre une certaine maturité. Nous espérons pouvoir relever le défi, vivre pleinement l'expérience et d'en tirer tous les points positifs qu'elle peut nous apporter.

AXE 1 : PRÉSENTATION DE L'ENTREPRISE

1. Fiche signalétique de l'Entreprise

LOGO	
SLOGAN	
DÉNOMINATION SOCIALE	MOUSSAILLON
FORME JURIDIQUE	Société Anonyme
CAPITAL SOCIAL	2.000.000 Euros
SIÈGE SOCIAL	Tanger, Maroc
SECTEUR D'ACTIVITÉ	Construction navale
ACTIVITÉ PRINCIPALE	Fabrication et commercialisation de coques de bateaux de plaisance

2. Missions et valeurs

MOUSSAILLON a pour mission d'offrir à ses clients la meilleure expérience-client en proposant des produits conformes à leurs exigences tout en respectant les normes internationales d'une part et l'environnement d'une autre part et dont nos valeurs sont :

- Audace : la tendance à oser, sortir de sa zone de confort pour réaliser des actions difficiles ou que l'on n'a jamais faites.
- Respect : respecter les autres membres du personnel mais également chacun des clients.
- Partage : partager les réussites comme les échecs, coopérer.
- Engagement : s'engager à accomplir une tâche, une mission, être impliqué dans ce que l'on fait.
- Innovation : toujours pousser plus loin l'innovation, les idées, les nouveautés, les nouveaux procédés.
- Excellence : viser l'excellence en toutes circonstances, pour satisfaire au mieux ses clients.
- Bienveillance : se protéger et protéger l'autre, pour progresser et aider les autres à progresser, pour avoir envie et donner envie d'avancer.

3. Organigramme de l'Entreprise

4. Fiches de poste des différents services

FICHE DE POSTE

DIRECTION RESSOURCES HUMAINES

IDENTIFICATION DU RESPONSABLE		
NOM ET PRÉNOM	N° D'INSCRIPTION	INTITULÉ DU POSTE
Afaf BEN AÏCHA Kaoutar CHAOU	8840 7662	Responsables RH

DESCRIPTION DU POSTE	
FICHE DE FONCTION CORRESPONDANTE	coordonner, développer et gérer toute la partie administrative du personnel, de prévoir l'accroissement des effectifs dans l'entreprise, mais également d'apporter tout son savoir aux opérationnels.
POSITIONNEMENT DANS L'ORGANISATION	Une direction fonctionnelle directement liée à la direction générale
MISSIONS ET FINALITÉS	Définir et mettre en œuvre la politique de gestion et de management des Ressources Humaines permettant à la collectivité de faire évoluer son organisation.
ACTIVITES ET TACHES	<ul style="list-style-type: none"> → Elaborer la stratégie RH de l'entreprise → Valider l'échéancier des projets RH avec la hiérarchie

	<ul style="list-style-type: none"> → Répondre aux demandes des collaborateurs liées au droit du travail, recrutement, formation, gestion des carrières, rémunération, ... → Assurer un soutien aux managers dans le développement des équipes et dans l'application du droit du travail → Veiller à l'application des procédures RH par les opérationnels → Veiller à la mise en place des outils de suivi RH → Effectuer une évaluation de la satisfaction des opérationnels par rapport à la stratégie RH appliquée et aux résultats escomptés
MOYENS ET PRÉROGATIVES	

PROFIL DU POSTE	
EXPERIENCE PROFESSIONNELLE	
FORMATION / DIPLOME	Un master spécialisé dans les domaines suivants : gestion des ressources humaines, droit du travail, droit, psychologie, sociologie ou encore sciences sociales.
COMPÉTENCES	<ul style="list-style-type: none"> ★ Polyvalence dans tous les domaines de la gestion des ressources humaines : recrutement, formation, droit social, gestion des carrières, paie.. Il s'agit en effet d'un poste généraliste. ★ Culture économique et financière, afin de favoriser le dialogue avec les opérationnels et d'être crédible auprès d'eux. ★ Connaissance des métiers de l'entreprise et en particulier de ceux qui correspondent à la population gérée. ★ Maîtrise de l'outil informatique (en particulier word) et des logiciels RH. ★ Anglais courant (une excellente pratique de cette langue peut être exigée lorsque la population gérée se trouve sur un autre site à l'étranger ; une autre langue peut être requise).

FICHE DE POSTE

DIRECTION PRODUCTION ET APPROVISIONNEMENT

IDENTIFICATION DU RESPONSABLE		
NOM ET PRÉNOM	N° D'INSCRIPTION	INTITULÉ DU POSTE
Manal BINOUA	7431	Responsable Production
Hanae BELAKHDAR	7853	Responsable Production
Elom AKAKPO-VIGNON	8062	Responsable Approvisionnement

DESCRIPTION DU POSTE	
FICHE DE FONCTION CORRESPONDANTE	Valider des plans d'investissements pour accroître la performance de la production. Assurer le bon déroulement de la chaîne de production. Repérer les dysfonctionnements récurrents et proposer des solutions adaptées. Gérer et animer les équipes et les ateliers de production d'une manière régulière
POSITIONNEMENT DANS L'ORGANISATION	Une direction fonctionnelle directement liée à la direction générale
MISSIONS ET	→ Examiner le dossier de production et définir les méthodes de

FINALITÉS	<p>fabrication</p> <ul style="list-style-type: none"> → Fixer les objectifs de production suivant les éléments du cahier des charges → Superviser le processus de production et évaluer les résultats → Effectuer le suivi des investissements selon le budget défini → Contrôler les coûts, les délais et la qualité de la production → Assurer la disponibilité du matériel et des stocks (matières premières, ...) → Veiller au respect des normes de qualité et de sécurité du processus de production → Construire les indicateurs de performance et effectuer les réajustements nécessaires pour améliorer la production → Gérer les équipes et faire respecter les règles de qualité et de sécurité
------------------	--

PROFIL DU POSTE	
EXPERIENCE PROFESSIONNELLE	
FORMATION / DIPLÔME	
COMPÉTENCES	<ul style="list-style-type: none"> ★ Bonne connaissance des techniques de la production des produits ★ Capacité à gérer des ressources humaines en faisant évoluer ses équipes, tout en veillant à la rentabilité de la fabrication ★ Bonne connaissance de l'environnement de la fabrication ★ Maîtrise des spécificités du secteur d'activité de l'entreprise ★ Notions approfondies en gestion administrative et en économie ★ Bonne connaissance des techniques d'amélioration continue ★ Maîtrise des logiciels de gestion de production et des outils statistiques ★ Maîtrise de langues étrangères, et d'abord l'anglais

FICHE DE POSTE

DIRECTION COMMERCIALE ET MARKETING

IDENTIFICATION DU RESPONSABLE		
NOM ET PRÉNOM	N° D'INSCRIPTION	INTITULÉ DU POSTE
Chaimae BOUZAGANE Chaimae Aribat	8844 8875	Responsable marketing Responsable commerce

DESCRIPTION DU POSTE	
FICHE DE FONCTION CORRESPONDANTE	Définir la stratégie commerciale, coordonner sa mise en œuvre et contrôler ses résultats
POSITIONNEMENT DANS L'ORGANISATION	Le directeur commercial travaille sous l'autorité de la direction générale.
MISSION ET FINALITÉ	Le directeur commercial élabore et pilote l'application de la politique et de la stratégie commerciale de l'entreprise dans son champ d'action. Il détermine les objectifs commerciaux en liaison avec la direction générale et supervise leur réalisation grâce à la prospection et à la vente, en lien avec des équipes internes et/ou externes
ACTIVITES ET TACHES	→ recommande à la direction générale une politique commerciale

	<p>et des projets de développement</p> <ul style="list-style-type: none"> → décline la stratégie de vente et définit les moyens et l'organisation de la force de vente, → coordonne l'exécution des plans d'action et met en œuvre les actions correctives le cas échéant, → suit et analyse les résultats en termes d'objectifs et de budgets, → supervise son équipe qu'il anime, organise et motive

PROFIL DU POSTE

EXPERIENCE PROFESSIONNELLE	Minimum 8 ans d'expérience (agences médias, annonceurs, régies publicitaires) dans le domaine du commercial ; avec management et gestion de budgets, par exemple un poste de responsable / directeur des ventes
FORMATION / DIPLÔME	BTS (bac+2), Bachelor (bac+3/4) ou école de commerce (bac+5) Masters professionnels en marketing
COMPÉTENCES	<p>Compétences techniques :</p> <ul style="list-style-type: none"> ★ Connaître les marchés, les clients et les circuits de distribution pour anticiper l'évolution des marchés, ★ maîtriser le droit des contrats, la réglementation commerciale et le droit de la concurrence, ★ rechercher de nouveaux marchés et de nouveaux circuits de distribution, ★ favoriser le développement commercial de l'entreprise structurant en définissant les moyens nécessaires à la force de vente, l'administration des ventes et au développement de partenariats, ★ suivre et analyser le chiffre d'affaires et les taux de retour, <p>Compétences de gestion :</p> <ul style="list-style-type: none"> ★ établir et suivre des objectifs commerciaux et les budgets nécessaires pour les atteindre, ★ manipuler les données : analyser les données, comprendre le fonctionnement des outils de gestion de la relation client ; etc. <p>Compétences relationnelles :</p> <ul style="list-style-type: none"> ★ créer et entretenir des relations d'échange, de confiance et de partenariat avec les clients, les éditeurs et les autres fonctions amont et aval de l'entreprise (informatique, logistique,

marketing, communication, etc.),

FICHE DE POSTE:

DIRECTION ADMINISTRATION ET FINANCE

IDENTIFICATION DU RESPONSABLE

NOM ET PRÉNOM	N° D'INSCRIPTION	INTITULÉ DU POSTE
Kadoupke Gratiats ATTIKPATI	8063	Directrice de service financier et cadre administratif

DESCRIPTION DU POSTE

FICHE DE FONCTION CORRESPONDANTE	
POSITIONNEMENT DANS L'ORGANISATION	Le responsable financier travaille sous la responsabilité directe de la direction générale.
MISSION ET FINALITÉ	Contribuer à la définition des orientations financières et comptables de l'organisation Assurer la bonne gestion financière et comptable de la société
ACTIVITES ET TACHES	→ Assurer l'équilibre financier global: Elaborer le budget prévisionnel global

	<p>Informier mensuellement sur l'état budgétaire global</p> <p>Anticiper les écarts et ajuster le budget en conséquence</p> <p>→ Assurer la comptabilité analytique :</p> <p>Valider les budgets prévisionnels par service</p> <p>Informier trimestriellement sur l'état financier par service</p> <p>Diagnostiquer les écarts et faire le lien avec la trésorerie</p> <p>→ Assurer l'optimisation de la trésorerie :</p> <p>Anticiper et évaluer les besoins de trésorerie</p> <p>Négocier les outils bancaires</p> <p>→ Animer l'équipe Administrative et financière :</p> <p>Garantir le bon fonctionnement de l'équipe</p> <p>Participer au recrutement du personnel administratif et financier</p>

PROFIL DU POSTE

FORMATION / DIPLOME	Avoir une formation en finance et en comptabilité et contrôle de gestion d'un diplôme de niveau bac+5 ou plus avec une spécialisation en finance.
COMPÉTENCES	<p>Compétences techniques :</p> <ul style="list-style-type: none"> ★ Maîtrise de la comptabilité, la fiscalité, les procédures juridiques, audit et le contrôle de gestion ★ Maîtriser les calculs ★ Le pack office ★ Maitriser les normes. ★ Connaissances en comptabilité analytique, ★ Maitrise des outils de gestions financières, ★ Maitrise des outils informatiques, ★ suivre et analyser le chiffre d'affaires et les taux de retour, <p>Compétences de gestion :</p> <ul style="list-style-type: none"> ★ établir et suivre des objectifs financiers et les budgets nécessaires pour les atteindre, ★ manipuler les données : analyser les données,comprendre le fonctionnement des outils de gestion financière de l'entreprise ; etc. <p>Qualités personnelles:</p> <ul style="list-style-type: none"> ★ Motivé ★ Bon relationnel ★ Polyvalent ★ Précis

- | | |
|--|--|
| | <ul style="list-style-type: none">★ gestion de stress★ Intègre★ Vigilant |
|--|--|

AXE 2 : ANALYSE DE LA SITUATION A LA PERIODE 0



ARXHÉ

Ce document doit être complété et remis à l'animateur lorsqu'il vous le demande, puis il est régulièrement mis à jour lorsque les données changent.

Votre rôle :

Vous êtes en charge du poste de **directeur des approvisionnements**.

Vos missions :

- Veillez à ce que le service production n'ait jamais à subir une rupture de stock des matières premières.
- Minimisez les coûts d'approvisionnement, sachant que le directeur financier vous demande régulièrement de payer vos fournisseurs le plus tard possible.

Décrivez brièvement vos principes d'action et justifiez-les.

On vous demande par ailleurs d'énoncer les questions que vous vous êtes posées, et éventuellement dire comment vous avez obtenu l'information.

DIAGNOSTIC

 Décisions approvisionnement (vous pouvez consulter chaque mois de l'historique),

 Fournisseurs > Matières > Profil et tarifs des fournisseurs

Constats chiffrés au 31 décembre année 0 (à compléter) :

	Plastique	Bois
Fiabilité fournisseurs	Les fournisseurs sont fiables et livrent en début de mois	Les fournisseurs sont fiables et livrent en début de mois
Délai	Plas1 : au comptant Plas2 : 1mois Plas3 :2mois	Bois1 : au comptant Bois2 : 1mois Bois3 : 2mos
Stocks moyens année 0	32,6 TONNES	16,3 TONNES
Stocks finaux	2,00 TONNES	1,00 m3

Sources :

Kalypso - Service approvisionnement



4

Commentaires :

Trois fournisseurs pour chaque matière permettent à l'entreprise de ne pas pouvoir avoir rapidement des ruptures de stocks sans qu'elle ne trouve de matières. Puis que chaque fournisseur les délais de paiement est différent et les prix également donc l'entreprise à de large choix.

Kalypso - Service approvisionnement



5

ANALYSE DES COÛTS

Quel est le coût du crédit ?

- 📌 Fournisseurs>Matières>Profil et tarifs des fournisseurs, nous apprenons que :
- Tous les fournisseurs sont « sans faille », ils livrent immédiatement.
 - Les fournisseurs Plas1 et Bois1 n'accordent pas de crédit, le paiement est comptant.
 - Les fournisseurs Plas2 et Bois2 accordent un mois de crédit, les achats du mois m sont payés en m+1.
 - Les fournisseurs Plas3 et Bois3 accordent deux mois de crédit, les achats du mois m sont payés en m+2.
 - La qualité est identique pour tous, elle est moyenne, notée 50/100.

Prix unitaires HT et délais de paiement accordés

Tous les fournisseurs sont parfaitement fiables et livrent en début de mois.

Fournisseur	Prix de la tonne de plastique	Prix du m3 de bois	Crédit accordé en mois
Plas1	5 100,00 €	0,00 €	Comptant
Plas2	5 200,00 €	0,00 €	1 mois
Plas3	5 300,00 €	0,00 €	2 mois
Bois1	0,00 €	2 000,00 €	Comptant
Bois2	0,00 €	2 150,00 €	1 mois
Bois3	0,00 €	2 300,00 €	2 mois

Kalypso - Service approvisionnement



6

COORDINATION DES ACTIONS DES DIFFÉRENTS SERVICES

Questions posées aux autres services :

Services	Questions	Réponses
Production	Quelles sont les quantités à produire dans les mois à venir ? Lissez-vous la production ?	Voir la quantité que chaque production à besoin et la quantité total à produire
Commercial	Peut-on prévoir les ventes plusieurs mois à l'avance ? Nous pourrions négocier des achats programmés. Peut-on envisager des ventes en dehors du marché concurrentiel ? Ventes à des entreprises concurrentes par exemple, si nous sous-traitons.	oui, c'est possible de programmé des ventes sur plusieurs mois parce que l'on peut calculer les coefficients saisonniers pour le faire oui, si par exemple ses entreprises sont en rupture ou il n'ont pas pu produire suffisamment pour satisfaire la demande des clients
Finance	Peut-on faire des efforts pour payer comptant les fournisseurs si le gain sur les coûts est significatif ?	on peut faire l'effort de payer juste les fournisseurs qui exige le paiement au comptant. Les autres il faut juste respecter leur délai de 1 et 2 mois

Kalypso - Service approvisionnement

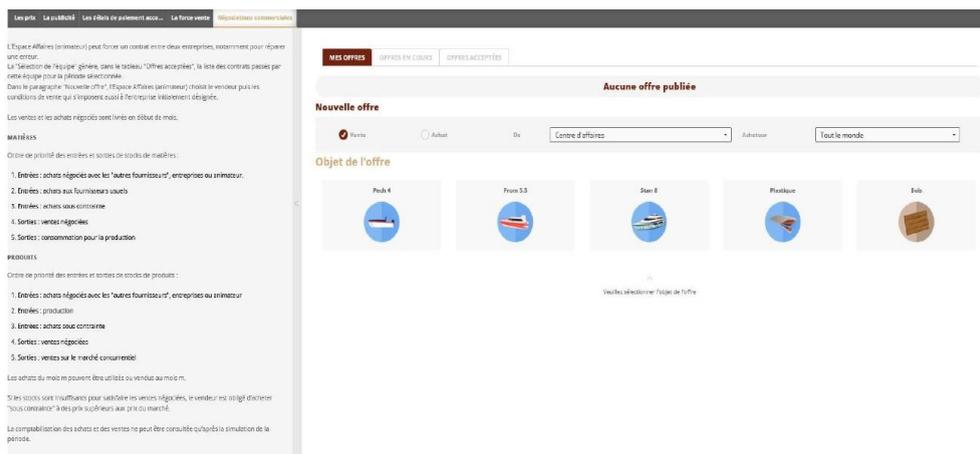


8

Questions à se poser dans le cadre du service :

- Pouvons-nous nous associer avec des concurrents, pour regrouper des achats et obtenir des remises des fournisseurs (animateurs) ?
- Prendre le risque d'acheter en gros aux fournisseurs (animateurs) pour revendre après à des concurrents, tout en conservant une marge ?

 8 Décisions administration/finance > Négociations directes



Nos réponses :

Pouvons-nous nous associer avec des concurrents, pour regrouper des achats et obtenir des remises des fournisseurs (animateurs) ?

Réponse: C'est possible de s'associer avec des autres concurrents pour faire des achats pourvu que la réduction soit significative. Cela est également possible si l'entreprise a une bonne image vis à vis de ses concurrents

Prendre le risque d' acheter en gros aux fournisseurs (animateurs) pour revendre après à des concurrents, tout en conservant une marge ?

Réponse: Il d'abord s'assurer que les concurrents vont accepter d'acheter et aussi de ne pas fixer un prix trop haut pour que les concurrents soient en mesure d'acheter.

BUDGET PRÉVISIONNEL DU SERVICE APPROVISIONNEMENT**En termes quantitatifs :**

Le directeur des achats fixe la politique de gestion des stocks, notamment : stock de sécurité, stock minimum ... Il détermine la politique d'achat : choix des fournisseurs, des délais de paiement aux fournisseurs. Il peut passer des contrats avec d'autres entreprises.

En termes financiers :

Il doit élaborer un « budget achat » (à ajouter en annexe) qui recense les coûts dont il est responsable. Il doit également dresser un plan des flux de trésorerie (à ajouter en annexe) qui tient compte des dépenses qu'il engage, et ceci mensuellement.

Propositions :

Le budget approvisionnement sert à établir la liste des charges et des produits générés sur un exercice, et les bénéfices résultants et il a comme objectif le pilotage de l'activité, l' anticipation des risques, la prise des décisions stratégiques. Aussi l' établissement d'un budget prévisionnel consiste à classer les dépenses puis les recettes, ensuite à réaliser des ajustements pour atteindre la marge espérée.



ARXÉ

Ce document doit être complété et remis à l'animateur lorsqu'il vous le demande, puis il est régulièrement mis à jour lorsque les données changent.

Votre rôle :

Vous êtes en charge du poste de **directeur de la production**.

Vos missions :

1. Veillez à ce que le service commercial n'ait jamais à subir de rupture de stock de bateaux.
2. Minimisez les coûts de production, notamment en utilisant au mieux les machines, compte tenu des variations saisonnières fortes.
3. Vous avez la responsabilité de la gestion des stocks de produits finis.
4. Vous optimisez le nombre de machines du service production.
5. Le choix de la production en interne ou de l'externalisation vous incombe.

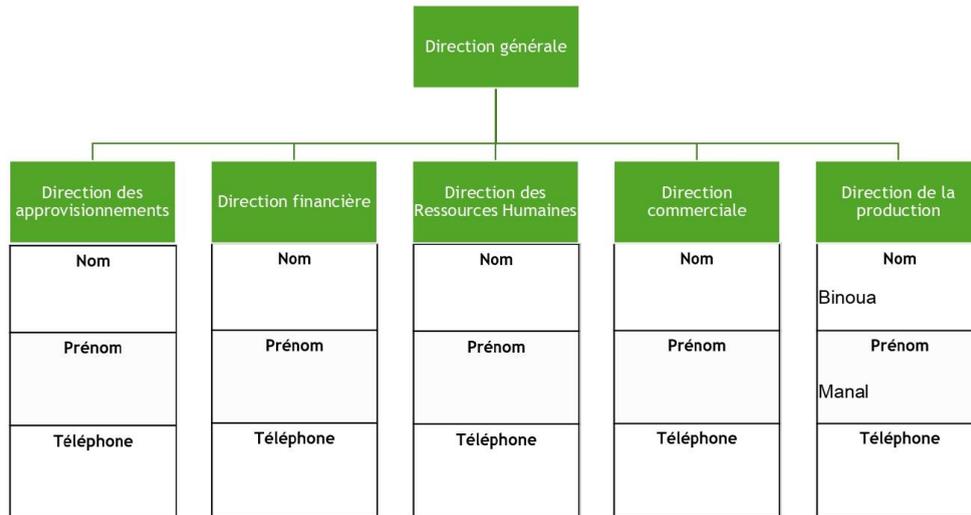
Décrivez brièvement votre politique, en justifiant vos choix.

Il vous est demandé par ailleurs d'énoncer les questions que vous vous êtes posées, et éventuellement dire comment vous avez obtenu l'information recherchée.

ORGANIGRAMME ÉQUIPE DE DIRECTION

Entreprise N° :
Nom de l'entreprise :
Signature de l'entreprise ¹ :

¹ : Slogan souvent associé au logo de l'entreprise



Kalypso - Service production



3

DIAGNOSTIC - ÉTAT DES LIEUX

Données internes > Tableau de bord > Effectif et parc machines



Kalypso - Service production



4

DIAGNOSTIC - ÉTAT DES LIEUX

Moyens matériels en nombre de machines au 31 décembre année 0, puis mises à jour :

	Moulage	Finition
31/12/année0	5	6
01/01/année1	5	6
01/02/année1	5	6
01/03/année1	5	6

A mettre à jour après chaque investissement, leasing ou cession.

DIAGNOSTIC - ÉTAT DES LIEUX

 Données internes > Production > Processus de production
 Besoins en matériel (en HTM) pour une production moyenne lissée sur l'année :

	Production moyenne / mois ¹	Moulage (HTM)	Finition (HTM)
31 / 12 / 00			
Bateau Pech4		8	10
Bateau Prom5.5		12	14
Bateau Stan8		28	28
Total		48	52
MAJ du 31/02/01...			
Bateau Pech4		8	10
Bateau Prom5.5		12	14
Bateau Stan8		28	28
Total		48	52
MAJ du 31/04/01...			
Bateau Pech4		8	10
Bateau Prom5.5		12	14
Bateau Stan8		28	28
Total		48	52

(1) Production calculée à partir des ventes prévues.

DIAGNOSTIC - ÉTAT DES LIEUX

Taux d'utilisation (en %) :

Date	Moulage	Finition
Pendant l'année 0		
Du 31/01/A1 au 31/02/A1	0.472	0.476
Du 31/03/A1 au 31/04/A1	1.18	1.16
Du 31/05/A1 au 31/06/A1	5.03	4.99

Kalypso - Service production



7

ANALYSE DES COÛTS

Quel est le seuil de rentabilité d'une machine exprimé en chiffre d'affaires, en pourcentage de sa capacité (problème plus difficile) ?

Décision production > Ordres de production

Coûts mensuels de maintenance et coûts mensuels de production HT

Ateliers	Coût mensuel par machine	Coût mensuel par atelier	Coût par Heure de Travail Machine
Moulage			
Finition			

Fournisseurs > Immobilisations > Fiches machines

Les machines sont amortissables sur 5 ans ou 60 mois, leur capacité mensuelle est de 200 Heures Travail Machine ou HTM.

Le service administratif et financier doit pouvoir donner une idée du taux de marge brute (taux de marge sur coûts variables) de l'entreprise, mE = %

Kalypso - Service production



8

Calculs et conclusions :

Proposition : Calculer les coûts fixes générés par une machine.
 Faire une hypothèse d'investissement sur une ou plusieurs machines.
 En tenant compte du taux de marge sur coûts variables de l'entreprise, en déduire le chiffre d'affaires qui doit être généré par cet investissement pour couvrir les charges fixes générées par l'investissement.

Les couts fixes generes par le moulage : $2000 \times 5 = 10.000$ Euro
 Les couts fixes generes par la finition : $2000 \times 6 = 12.000$ Euro

COORDINATION DES ACTIONS DES DIFFÉRENTS SERVICES

Questions posées aux autres services :

Services	Questions	Réponses
Production	Etes-vous sûr de vos approvisionnements et des dates de livraison ?	
Commercial	Quelles sont vos prévisions de ventes mensuelles dans l'année à venir ? Sont-elles similaires à celles de l'année passée ? Doit-on prévoir des ventes en dehors du marché concurrentiel (appels d'offres ...) ?	On prévoit une augmentation au niveau des ventes
Finance	Disposons-nous de fonds si nous voulons investir ? A-t-on des contraintes de financement ? Lesquelles ? Quel est le taux de marge sur coûts variable moyen dans l'entreprise ?	oui, on dispose des fonds qu'on compte investir

Questions à se poser dans le cadre du service :

Doit-on lisser la production ? Produire en fonction de la demande prévue mois par mois ? Peut-on sous-traiter ? Quand ?
Peut-on être sous-traitant ? Quand ?

Nos réponses :

On doit satisfaire la demande de clients dans les délais prévus, ceci est atteignable par une production proportionnelle et stable.

Un plan de ventes bien pensé et associé à des prévisions exactes en matière de ventes, nous permet d'accorder plus de temps au développement de notre entreprise plutôt que de répondre aux développements quotidiens en matière de ventes et de marketing

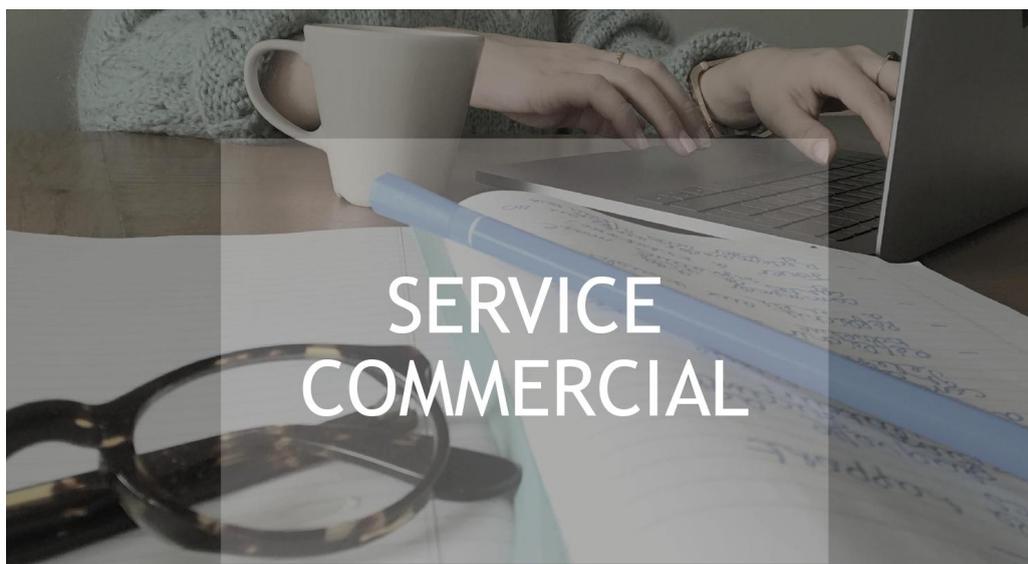
BUDGET PRÉVISIONNEL DU SERVICE PRODUCTION**En termes quantitatifs :**

C'est au directeur du service production de concevoir le tableau permettant de prévoir la production en quantité, en précisant les choix effectués : lissage de la production ou juste à temps..., recours à la sous-traitance ou pas...

En termes financiers :

Il doit élaborer un « budget de production » (à ajouter en annexe) qui recense les coûts dont il est responsable. Il doit également dresser un plan des flux de trésorerie (à ajouter en annexe) qui tient compte des dépenses qu'il engage, et ceci mensuellement.

Commentaires :



ARXÉ

Ce document doit être complété et remis à l'animateur lorsqu'il vous le demande, puis il est régulièrement mis à jour lorsque les données changent.

Votre rôle :

Vous êtes en charge du poste de **directeur commercial**.

Vos missions :

1. Veillez à ce que le service commercial n'ait jamais à subir de rupture de stock de bateaux, ce qui mécontente le client et le conduit vers la concurrence.
2. Optimisez le marketing mix, notamment en faisant des choix cohérents pour chaque produit de la gamme.
3. Maximisez les marges en optimisant la gestion du marketing mix.
4. Vous avez une responsabilité forte tant au niveau de la rentabilité de l'entreprise que de la satisfaction des clients.

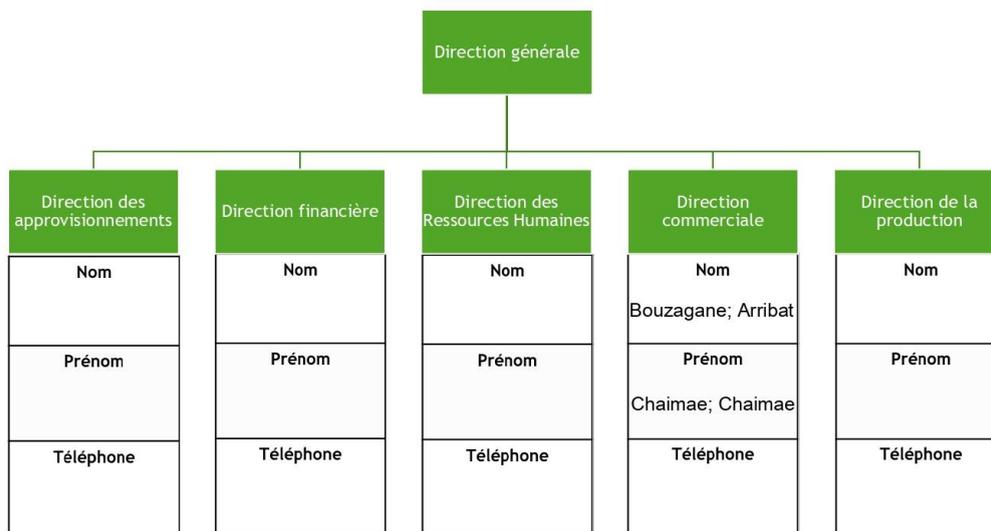
Décrivez brièvement votre politique, en justifiant vos choix.

Il vous est demandé par ailleurs d'énoncer les questions que vous vous êtes posées, et éventuellement dire comment vous avez obtenu l'information recherchée.

ORGANIGRAMME ÉQUIPE DE DIRECTION

Entreprise N° : 34
Nom de l'entreprise :
Signature de l'entreprise ¹ :

¹ : Slogan souvent associé au logo de l'entreprise



Kalypso - Service commercial



3

Commentaires :

- En mois de Fevrier, nos clients du STAN 8 ont été déçu par la qualité percu du produit, ce qui nous a pousser à baisser reétudier son prix, et surtout d'allonger les délais de paiement.
- En mois d'Avril, nous esperons satisfaire au mieux nos clients vue la haute saison, que la qualité attendu soit superieure a celle percue, et ce menant des actions publicitaires spécifiques.

Kalypso - Service commercial



5

Commentaires :

(Notamment les objectifs de parts de marché).

Afin de mieux connaître le marché, nous avons procédé par deux études distinctes :

- Etudes conjoncturelles concernant la satisfaction client
- Etudes structurelles tels les prévisions de ventes, l'étude du prix, de la publicité, des délais de paiement clients et sur la force de vente

Nous avons pu maintenir une bonne part de marché en quantité et en valeur des deux produits Peche 4 et Promp5.5. Mais compte au STAN 8, sa petite part s'explique par des prix compétitifs sur le marché

DIAGNOSTIC

Études de marchés structurelles achetées par l'entreprise :

	Oui / non	Coût d'achat	Commentaires
Éléments de prévision des ventes	oui	5000 euros	ce document nous a permis de prévoir la quantité à produire
Prix de vente des produits	oui	5000 euros	ce document nous a permis d'avoir un aperçu sur une fourchette de prix des produits
Publicité de marque, publicité spécifique	oui	5000 euros	ce document nous a servi pour construire notre image de marque et définir un budget pour se faire
Délai de paiement clients	oui	5000 euros	ce document nous a donné une idée sur la qualité du délai de paiement
Force de vente	oui	5000 euros	ce document exige des normalités effectives des représentants et leur rémunération
Total	1	25000 euros	Investir dans l'achat de documents s'avère important pour mener notre étude commerciale

DIAGNOSTIC

	Coût global	Chiffre d'affaires	Coût / CA en %
Coût des études	25000 euros	9 873 000 euros	0,25%

Marges comparées

Calculer les marges sur coûts variables unitaires de chaque bateau. On peut tenir compte notamment de l'analyse en coûts fixes et coûts variables présentée dans le détail des comptes des « autres achats et services extérieurs ».

Compléter le tableau comparatif des taux de marge.

	Pech4	Prom5.5	Stan8	Entreprise
Éléments de prévision des ventes	60	70	10	
Prix de vente des produits	4000	9000	25 000	
Publicité de marque, publicité spécifique	1000	1200	5000	7200
Délai de paiement clients	1 mois	1 mois	1 mois	

Kalypso - Service commercial



9

Commentaires :

Après traitement des documents achetés, nous avons procédé à calculer les prévisions de ventes à partir des coefficients saisonniers, puis nous avons envisagé de petites modifications au niveau du prix de chacun de Peche 4 et Promp 5.5, et d'augmenter celui du stan 8 de sorte une différenciation par les prix.

Les délais des prix ont subi une augmentation d'un mois afin d'encourager nos clients à s'engager dans leur achat.

Kalypso - Service commercial



10

CALCUL DES SEUILS DE RENTABILITÉ DES DIFFÉRENTES ACTIONS COMMERCIALES

Il est difficile de prévoir les conséquences d'une action commerciale « toutes choses égales par ailleurs », il est plus facile, pour chaque action envisagée, de calculer son seuil de rentabilité, c'est-à-dire de calculer l'activité supplémentaire (souvent mesurée en chiffre d'affaires) que nécessite l'effort consenti, pour être rentable. On peut se poser la question pour chaque composante du mix commercial

Publicité de marque :

- Action envisagée (exemple : augmentation de 5 000 €),
- Calcul du seuil de rentabilité (en variation du chiffre d'affaires mensuel).

Publicité spécifique sur Pech4 :

- Action envisagée (exemple : augmentation de 1 000 €),
- Calcul du seuil de rentabilité (en variation du chiffre d'affaires mensuel).

Publicité spécifique sur Prom5.5 :

- Action envisagée (exemple : augmentation de 1 000 €),
- Calcul du seuil de rentabilité (en variation du chiffre d'affaires mensuel).

DIAGNOSTIC



Veille concurrentielle > Comparaison commerciale > Part de marché

Part de marché sur l'année en % :

	En quantité	En valeur
31 / 12 / 00		
Bateau Pech4	2,77	2,77
Bateau Prom5.5	2,77	2,77
Bateau Stan8	2,77	2,77
Total	2,77	2,77
MAJ du .31 / .01. / .01.		
Bateau Pech4	3,98	4,23
Bateau Prom5.5	4,05	4,08
Bateau Stan8	1,63	2,50
Total	4,32	3,11
MAJ du 29. / .02. / .01.		
Bateau Pech4	3,44	3,59
Bateau Prom5.5	3,65	3,51
Bateau Stan8	1,84	2,58
Total	3,42	3,30

Publicité spécifique sur Stan8 :

- Action envisagée (exemple : augmentation de 1 000 €),
- Calcul du seuil de rentabilité (en variation du chiffre d'affaires mensuel).

Crédit accordé aux clients :

- Action envisagée (exemple : augmentation d'un mois de crédit),
- Calcul du seuil de rentabilité (en variation du chiffre d'affaires mensuel)
Il faut calculer tout d'abord le coût d'un mois de crédit accordé.

Embauche (ou licenciement) d'un représentant :

- Action envisagée (exemple : embauche d'un représentant),
- Calcul du seuil de rentabilité (en variation du chiffre d'affaires mensuel).

Augmentation de la commission des représentants :

- Action envisagée (exemple : augmentation de la commission d'un %),
- Calcul du seuil de rentabilité (en variation du chiffre d'affaires mensuel).

Baisse (ou augmentation) du prix de vente :

- Action envisagée (exemple : baisse du prix de vente HT de Stan8 de 10%),
- Calcul du seuil de rentabilité (en variation des quantités vendues).

Kalypso - Service commercial

ARXÉ

12

La politique commerciale :**Gamme de produits :**

Les trois produits : Peche 4 - Promp5.5 - Stan8

Politique et cibles :

Les pecheurs - les agences de locations - les agences d'événementiel

Caractéristiques principales de notre politique, la cohérence du mix commercial :

Offrir des produits avec une bonne qualité prix, et construire notre image de marque

Kalypso - Service commercial

ARXÉ

14

BUDGET PRÉVISIONNEL DES VENTES

C'est au directeur du service commercial de concevoir le tableau permettant de prévoir les ventes en quantité et en valeur.
Il fixe des objectifs en termes de parts de marché.

Il doit élaborer un « budget commercial » (en annexe) qui recense les coûts dont il est responsable, et les chiffres d'affaires prévus ci-dessus. Il doit également dresser un plan des flux de trésorerie (en annexe) qui tienne compte des recettes prévues et des dépenses qu'il engage, et ceci mensuellement. La politique de crédit accordé aux clients est évidemment conduite en parfait accord avec le directeur financier.

Commentaires :

Toutefois le département commercial se fixait des budgets publicitaires mensuelles d'environ 10 000 euros réparti sur les 3 bateaux dont le budget le plus important est consacré au fameux STAN 8 de fait qu'il est en phase de lancement.

Mais il s'avérait insuffisant ce qui nous a poussé à doubler notre budget publicitaire pour se créer une bonne réputation et forger son image de marque

Ces décisions budgétaires relèvent aussi de la satisfaction client de la période précédente tout en tenant compte du chiffre d'affaire prévisionnel en coordination avec les autres départements. Et ce, afin de mieux se positionner dans le marché et faire face à la forte concurrence.



ARXÉ

Ce document doit être complété et remis à l'animateur lorsqu'il vous le demande, puis il est régulièrement mis à jour lorsque les données changent.

Votre rôle :

Vous êtes en charge du poste de **directeur du personnel**.

Vos missions :

1. Veillez à ce que votre personnel, soit suffisamment compétent et motivé, en gérant convenablement les salaires.
2. Concevoir une structure hiérarchique équilibrée dans le service administration. Pour avoir des informations, vous pouvez avoir recours à un audit :
3. Sachez qu'un service administration défaillant entraîne des retards de paiement, et parfois des irrécouvrables (défaut de relance client, perte de factures).

 Données internes > Ressources humaines

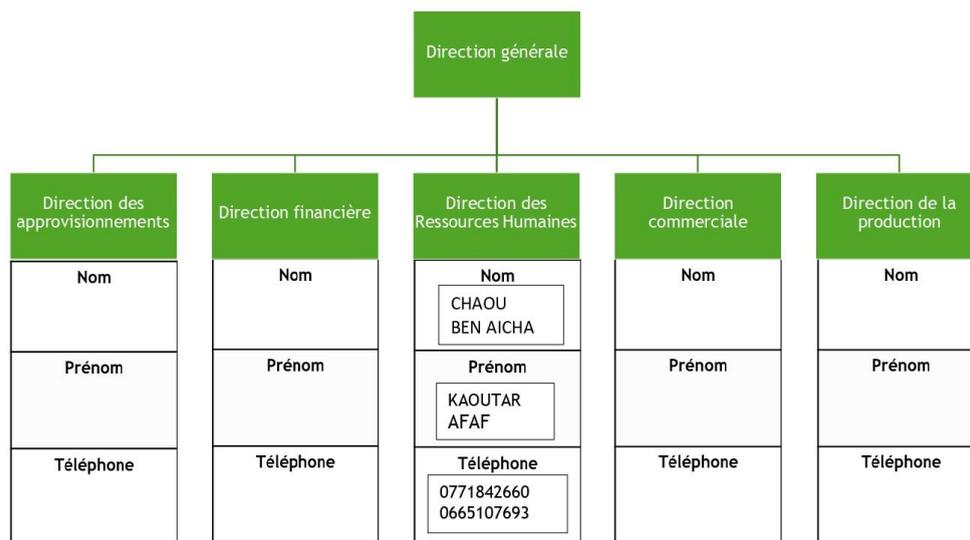
Décrivez brièvement votre politique, en justifiant vos choix.

Il vous est demandé par ailleurs d'énoncer les questions que vous vous êtes posées, et éventuellement dire comment vous avez obtenu l'information recherchée.

ORGANIGRAMME ÉQUIPE DE DIRECTION

Entreprise N° :
Nom de l'entreprise :
Signature de l'entreprise ¹ :

¹ : Slogan souvent associé au logo de l'entreprise



Kalypso - Service du personnel



3

DIAGNOSTIC

🔑 Décisions RH (décembre 0)
🔑 Données internes > Ressources humaines

Effectif, rémunération et évaluation des services au 31/12/année 2022:

Personnel commercial			
31 / 12 / 22	Salaire brut	Commission (%)	Note rémunération
	1500	3%	50
	Effectif	Note effectif	Note finale
5	57,14	53,57	
MAJ du .31 / 01 /22	Salaire brut	Commission (%)	Note rémunération
	1400	4%	54,58
	Effectif	Note effectif	Note finale
7	80	67,29	
MAJ du 28/ 02/ 22	Salaire brut	Commission (%)	Note rémunération
	1400	5%	58,33
	Effectif	Note effectif	Note finale
7	80	69,17	

Kalypso - Service du personnel



4

DIAGNOSTIC

Effectif, rémunération et évaluation des services au 31/12/année
2022 :

Production			
31 / 12 / 00	Salaire brut	Note sur 100	Nbr de salariés
Directeurs	5000		1
Cadres	3000		4
Employés	2000		6
Total	10000		11
Approvisionnement			
31/12/00	Salaire brut	Note sur 100	Nbr de salariés
Directeurs	0		0
Cadres	2500		4
Employés	0		0
Total	2500		4

Les services de production et d'approvisionnement ne sont pas gérés par nos soins.
Il n'y a pas de mise à jour pour ces services.

Kalypso - Service du personnel

ARXÉ

5

DIAGNOSTIC

Effectif, rémunération et évaluation des services au 31/12/année
2022 :

Administration			
	Salaire brut	Note sur 100	Nbr de salariés
31 / 12 / 22			
Directeurs	7000		1
Cadres	3500		5
Employés	1800		8
Total	12300		14
Maj du 31/01/22			
Directeurs	7000		1
Cadres	3500		5
Employés	1800		8
Total	12300		14
Maj du 28/02/22			
Directeurs	7000		1
Cadres	3500		5
Employés	1800		8
Total	12300		14

Kalypso - Service du personnel

ARXÉ

6

Commentaires :

-Le service RH s'intéresse le plus au service commercial en augmentant l'effectif entre et , à l'encontre l'effectif des autres services à savoir administration finance et approvisionnement stagnent , chose qui nous démontre que le service commercial est jugé important pour augmenter le nombre des ventes. Dans aucun licenciement n'est fait du fait qu'il n'est d'aucune , les commerciaux contribuent par à l'évolution du C.A de l'entreprise.

DIAGNOSTIC

 Données internes > Ressources humaines
 Activité du service administration pendant l'année :

	Administration
Mesure de l'activité ⁽¹⁾	La Masse Salariale est mesurée en fonction du volumes des ventes .
Variation de l'activité ⁽²⁾	La variation de l'activité est faible.
Conséquence défaillance ⁽³⁾	Cela engendrera un service qualité médiocre qui ne répond pas aux exigences du client, les risques accaparent la part du des défaillance risques RH. Il s'agit de la Gestion Prévisionnelle des Emplois et des compétences .
Politique des services par rapport aux variations de l'activité ⁽⁴⁾	Lissage.

Conclusions du service RH ⁽⁵⁾

La politique RH met en avant la motivation et la prestation du personnel, sa formation et le suivi du processus de travail.

DIAGNOSTIC

- (1) Dire comment est mesurée l'activité du service : montant des achats, des ventes, ...
- (2) Variation d'activité nulle, faible, moyenne ou forte.
- (3) Indiquer quelles sont les conséquences négatives d'un service défaillant, manque de personnel, personnel non motivé ou manquant de compétence (fonction du salaire), structure inadéquate.
- (4) Demander comment est abordée la variation, si elle existe, de l'activité au cours de l'année : lissage, sous-traitance, ...
- (5) Dire quelle sera la politique des ressources humaines, compte tenu des informations recueillies.



Kalypso - Service du personnel

ARXÉ

10

COORDINATION DES ACTIONS DES DIFFÉRENTS SERVICES

Questions posées aux autres services :

Services	Questions	Réponses
Production	Quelles sont les quantités à produire dans les mois à venir on prévoit de maintenir les quantités à produire pour une production lisse Lissez-vous la production ?	on prévoit de maintenir les quantités à produire pour une production lisse
Commercial	<p>Peut-on prévoir les ventes plusieurs mois à l'avance ?</p> <p>Nous pourrions négocier des achats programmés. les ventes peuvent être prévus grâce au calculs du coefficient multiplié par les ventes moyennes de l'année dernière.</p> <p>les délais accordés ne permettent pas d'envisager des ventes en Peut-on envisager des ventes dehors du marché concurrentiel, le manque de joue un en dehors du marché rôle défavorable lui aussi. concurrentiel ?</p>	<p>les ventes peuvent être prévus grâce au calculs du coefficient multiplié par les ventes moyennes de l'année dernière.</p> <p>les délais accordés ne permettent pas d'envisager des ventes en Peut-on envisager des ventes dehors du marché concurrentiel, le manque de joue un en dehors du marché rôle défavorable lui aussi.</p>

Kalypso - Service du personnel

ARXÉ

11

	Ventes à des entreprises concurrentes par exemple, si nous sous-traitons.	
Administration Finance	Peut-on faire des pour payer comptant les les fournisseurs si le gain sur Les coûts est significatif?	après les premiers résultats, on rendu compte que le paiement au comptant n'est pas bénéfique pour la trésorerie.

Les questions à se poser :**Des difficultés de paiement des clients apparaissent-elles ?**

Il est conseillé d'analyser les dépréciations inscrites au bilan, de s'informer sur l'état des créances clients : ⓘ Expert comptables > Synthèse > Bilan

Quelle politique relative au service administratif ?

En accord avec le service commercial et le service financier qui gèrent les crédits clients et dont le service « ressources humaines » doit assurer le suivi afin d'éviter les retard des paiements et surtout les irrécouvrables. Prévoir les variations d'activité et les moyens d'y répondre.

ORGANISATION DE L'ÉQUIPE DIRIGEANTE COMPOSÉE DES DIRECTEURS

Vous avez aussi pour mission de veiller à la bonne coordination des directeurs de votre entreprise : directeur des approvisionnements, directeur de la production, directeur commercial, directeur administratif et financier et vous-même directeur des ressources humaines. Vous n'avez pas un rôle de directeur général mais vous participez à rendre le travail de groupe plus performant.

Questions à vous poser :

- Chacun a-t-il bien compris quelle est sa mission ?
- Les relations avec les autres services sont-elles faciles, efficaces ? S'il y a des problèmes, pourquoi ?
- Temps consacré (en dehors des horaires officiels) à la préparation des décisions ; seul ou avec d'autres directeurs ?

Réponses, constats et solution aux éventuels problèmes.

BUDGET PRÉVISIONNEL ADMINISTRATION

Le directeur du service doit élaborer un « budget Ressources humaines » qui recense les coûts dont il est responsable. Il doit également dresser un plan des flux de trésorerie qui tienne compte des dépenses qu'il engage, et ceci mensuellement. Il rassemble les coûts de personnel pour une évaluation globale.

Commentaires :

- Nous avons atténué afin d'accroître la marge une sorte d'économie d'échelle .
- Nous avons fais en sorte de motiver le personnel ainsi que répondre à leurs besoins pour accroître l'efficience ainsi que le rendement .



ARXÉ

Ce document doit être complété et remis à l'animateur lorsqu'il vous le demande, puis il est régulièrement mis à jour lorsque les données changent.

Votre rôle :

Vous êtes en charge du poste de **directeur financier**.

Vos missions :

1. Veillez à l'équilibre financier de l'entreprise.
2. Gérez au mieux la trésorerie. L'idéal est de posséder un compte en banque proche de zéro, pour cela il vous faut anticiper les encaissements et les décaissements du mois à venir.
3. Gérez le BFR et le financer, en relation avec le directeur du marketing.
4. Financez les investissements, en relation avec le directeur de la production.
5. Optimisez les fonds dont vous disposez : placements, remboursements.

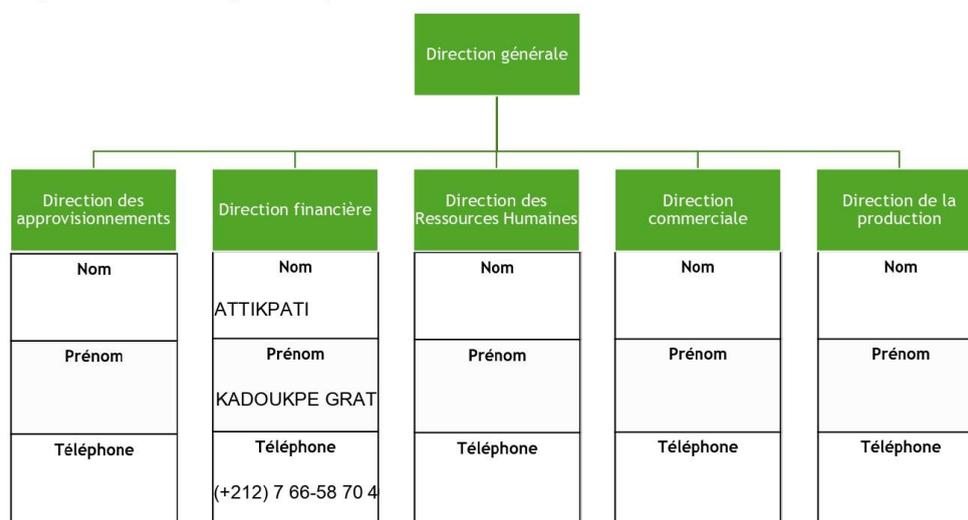
Décrivez brièvement votre politique, en justifiant vos choix.

Il vous est demandé par ailleurs d'énoncer les questions que vous vous êtes posées, et éventuellement dire comment vous avez obtenu l'information recherchée.

ORGANIGRAMME ÉQUIPE DE DIRECTION

Entreprise N° :
Nom de l'entreprise :
Signature de l'entreprise ¹ :

¹ : Slogan souvent associé au logo de l'entreprise



Kalypto - Service financier



3

DIAGNOSTIC

① Expert comptable > Synthèse > Bilan
 ② Expert comptable > Synthèse > Compte de résultat
 Equilibres financiers au 31/12/00 :

Résultat net	Chiffre d'affaires	Taux de profitabilité	Résultat net	Capitaux propres	Taux de rentabilité
---	906 000	13%	---	2 863 989 77	4%
Dettes financières	Capitaux propres	Ratio d'indépendance financières	Dettes financières	C A F	Ratio capacité autofinancement
1 500 000,00	2 863 989,77	55%	1 500 000,00	---	---
Compte en banque	Compte épargne	Disponibilités	Portefeuille actions	Portefeuille obligations	Portefeuille titres
111 233,19	1 500 000,00	---	1 054 180,00	550 500,00	1 604 680,00
Actifs circulants exploitation	Dettes CT exploitation	B F R E	Actifs circulants	Dettes court terme	B F R
1 496 625,15	843 548,09	559 720,06	1 496 625,15	843 548,09	-846 922,94

Kalypto - Service financier



4

Commentaires :

Nous constatons au 31/12/00 notre entreprise affiche un taux de rentabilité de 13% et de rentabilité de 4% ensuite on a les capitaux propres qui sont de 2863989,77 avec un ratio d'autonomie financière de 55% ce qui prouve que nos capitaux propres couvrent plus de la moitié de nos dettes financières.

Par ailleurs, notre entreprise a généré un BFR négatif de -846922,94 ce qui est une bonne nouvelle pour nous car cela signifie que nous n'avons pas besoin de la trésorerie pour financer le décalage entre nos décaissements et nos encaissements par contre nous avons un BFRE positif qui montre que nous payons nos fournisseurs avant même d'être payé par nos clients. En somme nous pouvons dire que l'entreprise se porte bien.

COORDINATION DES ACTIONS DES DIFFÉRENTS SERVICES

Questions posées aux autres services :

Services	Questions	Réponses
Approvisionnement	<ul style="list-style-type: none"> Pour chaque matière première quel est le délai accordé par le fournisseur ? Quel est le délai moyen de paiement des achats ? Utilisez-vous un stock de sécurité ? Montant des stocks des matières premières ? Y a-t-il des variations fortes à prévoir au cours de l'année ? 	<p>Les délais accordés par les fournisseurs dépendent des matières, et des prix auxquels nous les achetons. Plus le délai est moindre plus les prix sont bas. Quand nous choisissons les prix minimum, nous payons au comptant mais nous choisissons aussi des délais d'un mois ou de deux mois en rapport avec nos objectifs.</p> <p>Nous n'avons pas de stock de sécurité en raison des coûts élevés qu'ils engagent.</p>
Production	<ul style="list-style-type: none"> Prévoyez-vous des stocks importants ? Pratiquez-vous un lissage de la production ? Prévoyez-vous des variations de stocks en cours d'année ? Envisagez-vous le recours à la sous-traitance ? Votre capacité de production est-elle suffisante ? Envisagez-vous des investissements ? Combien ? Quand ? 	<p>En tant que département administratif et financier, notre rôle premier est de veiller à ce que la production ne manque pas de matières premières et donc nous prévoyons toujours des stocks importants.</p> <p>Notre capacité de production est largement suffisante pour le moment et donc nous n'avons pas besoin de sous-traitance ni d'investissements. Mais nous avons prévu en cas de besoin d'alimenter nos ateliers par la sous-traitance et le crédit-bail.</p>

COORDINATION DES ACTIONS DES DIFFÉRENTS SERVICES

Questions posées aux autres services :

Services	Questions	Réponses
Commercial	<ul style="list-style-type: none"> • Accordez-vous des délais de paiement aux clients ? Quelle durée ? Quel montant ? • Quelle sera votre politique de crédit en cours d'année ? • Quelles sont les variations de crédit prévisibles ? 	<p>Nos clients payent dans les mêmes délais que les nous payons nos fournisseurs. Une partie paye au comptant pendant que l'autre partie paye dans un mois. Par ailleurs, les délais dépendent aussi du montant.</p> <p>Au cours de l'année nous prévoyons d'accorder un délai d'un mois aux clients des produits PECH4 et PROM5.5 qui ont une dette minimale et un délais de deux mois aux clients de PROM5.5 avec un montant élevé et de STAN8.</p>
Notre service	<ul style="list-style-type: none"> • Y a-t- il des échéances importantes à prévoir notamment des échéances fiscales : acomptes, liquidation d'impôt ? • Quand ? Quel montant ? 	<p>Les échéances fiscales sont importantes à prendre en considération. L'échéance du 1er acompte est fixé au 31 Mars, le 2ème le 30 Juin, le 3ème le 31 Septembre et le 4ème le 31 Décembre. L'acompte constitue le quart de l'impôt au 31/12/00 soit un montant de 107982,52.</p>

Kalypto - Service financier

ARXÉ

7

BUDGET PRÉVISIONNEL FINANCIER

Le directeur du service doit élaborer un budget récapitulatif qui recense les produits et les coûts (en annexe) pour mettre en évidence marges et résultat prévisionnel. Il doit également dresser un plan des flux de trésorerie (à ajouter en annexe) qui tienne compte des recettes et dépenses mensuellement.

Il fixe les modalités des financements des investissements ou BFR envisagés, les choix effectués pour les placements en précisant les choix en termes de risque.

Nos conclusions :

Mettre en place des techniques et des stratégies qui nous permettront de maintenir notre santé financière quelque soit les situations auxquelles nous aurons à faire face et au delà de ça, atteindre un niveau d'indépendance plus élevé que ce qu'on a actuellement.

Pour atteindre ces objectifs, nous aurons à recourir aux différents moyens de financement et de placement pour alléger les charges mais aussi pour augmenter nos disponibilités. Et pour la période d'Avril à Septembre où les ventes sont en hausse, nous aurons à réaliser des économies d'échelles pour atteindre une certaine optimisation de nos ressources. Cette optimisation nous permettra de nous lancer de façon concrète dans les échanges de nos titres d'actions et d'obligations et augmenter nos profits.

Kalypto - Service financier

ARXÉ

8

AXE 3 : DÉCISIONS VS RÉSULTATS

1. Volet Marketing

Département commercial



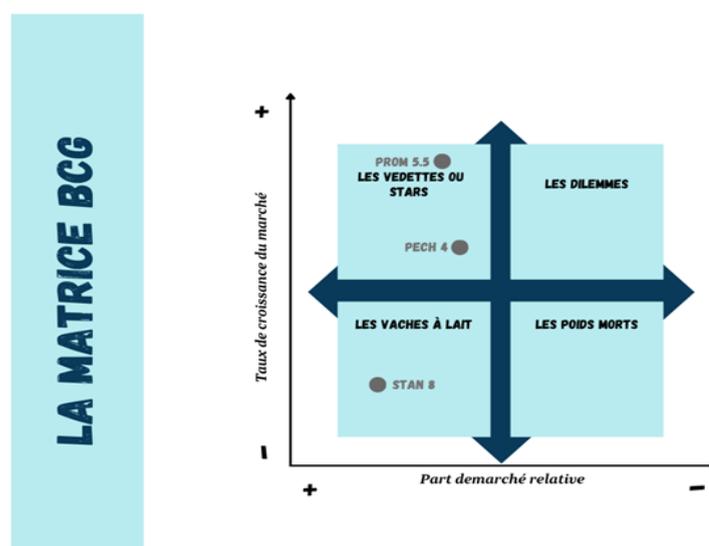
Le département commercial

La politique commerciale tout d'abord désigne la totalité des décisions prises par une entreprise dans le but d'atteindre ses objectifs commerciaux. Elle fixe les règles sur les produits et services commercialisés, l'application des prix, la distribution, le stockage, les clients, fournisseurs ou distributeurs.

En outre, on a impliqué le marketing pour mieux connaître le marché (clientèle, ses attentes), notre entreprise et de la concurrence (forces, faiblesses, opportunités, menaces) et de mettre au point une stratégie pour commercialiser nos produits: définir le produit, son prix, son canal de distribution et les moyens de promotion.

▪ la matrice BCG pour les trois produits :

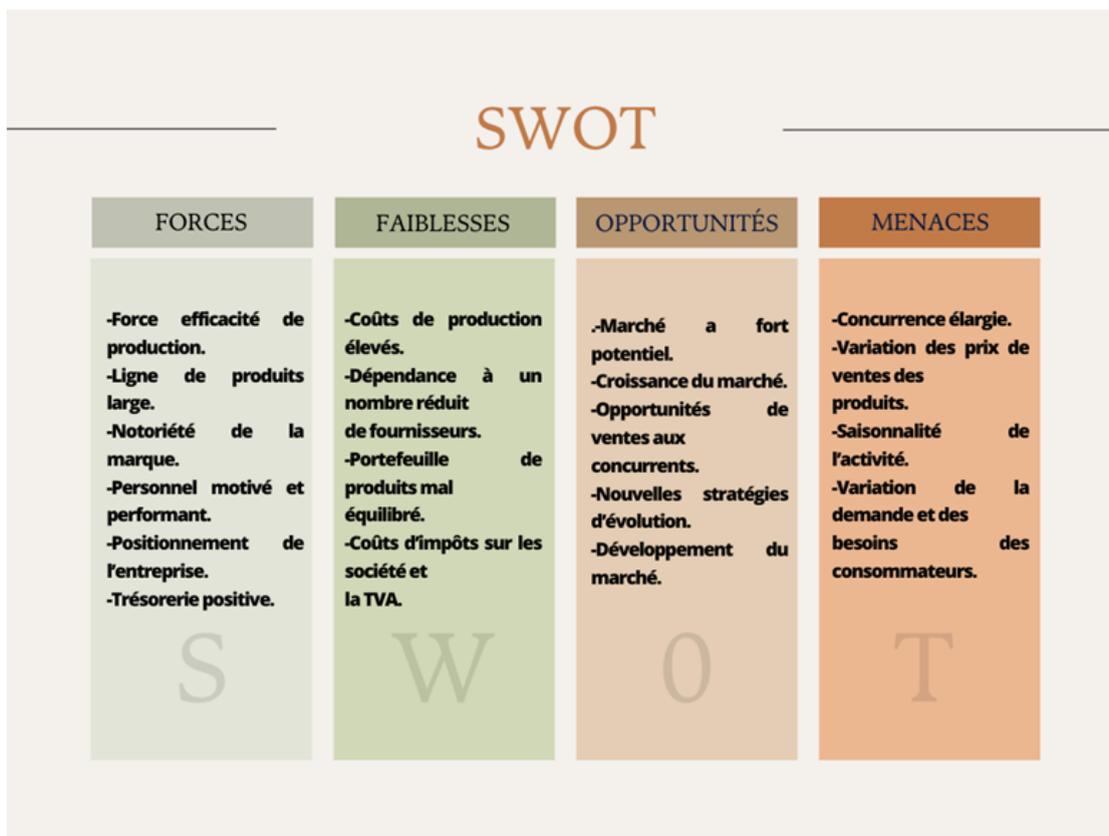
La matrice BCG est un outil d'analyse stratégique conçu par le Boston Consulting Group à la fin des années 1960. Encore très utilisée en stratégie d'entreprise, cette matrice permet de représenter son portefeuille d'activité selon la croissance du marché ciblé et la part de marché relative de l'entreprise.



- les vedettes ou stars : forte pénétration du marché et fort taux de croissance du marché
- les vaches à lait : forte pénétration du marché et faible taux de croissance du marché
- les dilemmes : faible pénétration du marché dans un marché à forte croissance

- les poids morts : faible pénétration du marché dans un marché en faible croissance

- L'analyse SWOT



ü Les forces

Les forces font référence aux initiatives internes qui obtiennent de bons résultats.

ü Les faiblesses :

Les faiblesses de l'entreprise font référence aux initiatives internes moins performantes.

ü Les opportunités :

Les opportunités sont le résultat des forces et faiblesses actuelles, ainsi que de toute initiative externe qui place l'entreprise dans une position concurrentielle plus forte.

ü Les menaces :

Les menaces font référence aux domaines susceptibles d'entraîner des problèmes.

· Le marketing mix

Face à un environnement instable, un contexte d'hyper-concurrence entre les entreprises du marché, notre entreprise « MOUSSAILLON » a été choisit de satisfaire les clients existants en premier lieu, nous nous sommes efforcés d'offrir aux clients des produits avec le meilleur rapport qualité prix possible, et après d'attirer de nouvelle clientèle.

De ce fait, nous avons été amenés à prendre des décisions pertinentes concernant le Mix Marketing. Le marketing mix constitue la stratégie de commercialisation d'une offre, quelle qu'elle soit, et les actions marketing à réaliser. Il s'articule le plus généralement autour des 4P du marketing : le produit, le prix, la promotion (aussi appelée communication) et la distribution.

i. Le produit

Afin d'obtenir des parts de marché satisfaisantes, notre entreprise «MOUSSAILLON » a choisi de produire les trois types de bateaux disponibles :

PECH4 :

Destiné aux activités de la pêche non professionnelle, ce bateau est le plus simple et le moins coûteux pour l'entreprise, ainsi parmi les produits les plus demandés par notre clientèle après PROM 5, les principales caractéristiques de ce produit c'est sa résistance et sa dureté

PROM 5.5 :

Destiné à la promenade sur mer, lac, estuaire de rivière ou canal; Le Prom 5.5 est plus spécialisé que le dernier et a des caractéristiques de plus qui lui rendre le plus apaisant et le plus attractif pour la clientèle, et donc le plus générateur du revenu pour l'entreprise, ses attributs comme le fait qu'il a été aménagé pour deux personnes, le fait qu'il est portable, ainsi qu'il est susceptible d'avoir un moteur hors-bord, un mât, et certains équipements de cuisine. Il est ainsi doté de la résistance et d'une apparence esthétique apaisante.

STAN 8 :

Notre produit exclusive de luxe, notre haute-gamme, Le Stan 8 est le nouveau produit lancé sur le marché, et donc encore en progression stable, il est destiné à satisfaire des besoins de plaisance, et donc il est certainement à attacher de manière permanente à un port, il comporte plusieurs traits de plus qui lui rendent le plus attractive, le plus esthétique, le plus cher, et le plus coûteux de nos produits, telle qu'une cuisine, 2 cabines, un poste de pilotage, et un solarium.

ii. Le prix

L'enjeu, ici, est de pouvoir définir le bon prix pour nos produits. De ce fait, nous avons procédé par l'analyse et la combinaison de plusieurs techniques et méthodes pour fixer les prix : la fixation à partir de la demande et à partir des prix du marché.

Cependant, nos décisions de fixation des prix ont été basées sur plusieurs variables, on a premièrement les ventes des 4 premiers mois de l'année N-1, deuxièmement on a les prix fixés par la concurrence, en suite on a les normes, le segment ciblé, ainsi que le type et cycle de vie du produit. Alors, et en collaboration avec le département financier, nous avons fixé les prix suivants :

PECH4 :

<i>Les mois</i>	<i>Janvier</i>	<i>Février</i>	<i>Mars</i>	<i>Avril</i>
<i>Les prix de vente</i>	<u>4 200,00</u>	<u>4 200,00</u>	<u>3 999,00</u>	<u>5 999,00</u>

Puisque ce bateau est en phase de déclin et aussi il est le moyennement vendu, nous avons décidé de toujours lui attribuer un prix très proche ou égal au prix normal pour motiver les clients ainsi de le liquider rapidement.

PROM 5.5 :

<i>Les mois</i>	<i>Janvier</i>	<i>Février</i>	<i>Mars</i>	<i>Avril</i>
<i>Les prix de vente</i>	<u>8 700,00</u>	<u>8 700,00</u>	<u>8 999,00</u>	<u>17 999,00</u>

Ce bateau est en phase de maturité, ce qui signifie que ses ventes sont constantes, nous avons cependant tenu à fixer ces prix pour disposer d'un avantage concurrentiel. On a adopté une stratégie d'alignement quant à la concurrence pour ce produit, ainsi pour avoir une certaine rentabilité.

STAN 8 :

<i>Les mois</i>	<i>Janvier</i>	<i>Février</i>	<i>Mars</i>	<i>Avril</i>
<i>Les prix de vente</i>	<u>40 000,00</u>	<u>37 000,00</u>	<u>29 999,00</u>	<u>39 999,00</u>

Concernant ce dernier bateau, qui est un bateau de luxe, nos prix sont un peu élevés pour les premiers mois. En effet, lors du premier mois notre prix psychologique établi était plus important, on a choisi de garder une marge bénéficiaire plus ou moins importante vu son image et son positionnement aussi puisqu'il est en phase de lancement. Pour les deux derniers mois, les prix ont

légèrement diminué afin de s'aligner aux prix des concurrents et d'encourager les clients de l'acheter.

i. La distribution

Nos produits sont vendus sur un marché hyperconcurrentiel, comptant 36 autres entreprises. Les clients ont le droit à une totale transparence de l'information, ainsi qu'à une grande atomicité. Cependant, le choix des canaux et circuits de distribution ne nous a pas été donné. Ceci aurait constitué un critère important par rapport aux ventes réalisées.

ii. La communication

Pour garantir une commercialisation à la hauteur de nos objectifs, il est important de faire valoir les qualités de nos produits.

Notre politique de promotion a pour enjeu de faire valoir les qualités de notre offre à votre cible, et de mettre en œuvre les tactiques visant à transformer la cible en client.

Dans cette perspective, « MOUSSAILLON » a consacré deux budgets distincts à deux types de publicité en prenant en considération la phase du cycle de vie de chacun de ses produits, la part de marché à conquérir ainsi que la concurrence :

- Une publicité dédiée à la marque ;
- Une publicité spécifique à chaque type de bateau ;

Pour la publicité de la marque, nous avons décidé de consacrer un budget de 17 500 € à la publicité de marque durant le premier et le deuxième mois, puis à 17 000 € pendant le troisième et le quatrième mois, et 22 000,00 pour le quatrième mois. Ce budget est dû à notre conscience du fait qu'en augmentant le montant de la publicité, cela sera plus efficace, et rentable, et va influencer davantage le comportement du consommateur.

Le choix des axes publicitaires se faisait suivant l'importance qu'on attribuait à chaque produit en chaque mois. Nous avons tenu compte des caractéristiques principales du bateau qu'on a produit le plus. En effet, on a opté pour la combinaison suivante durant notre activité :

<i>Les mois</i>	<i>Janvier</i>	<i>Février</i>	<i>Mars</i>	<i>Avril</i>
<i>Axe principal</i>	<u>Prix</u>	<u>Résistance</u>	<u>Prix</u>	<u>Confort</u>

<i>Les mois</i>	<i>Janvier</i>	<i>Février</i>	<i>Mars</i>	<i>Avril</i>
<i>Axe secondaire</i>	<u>Esthétique</u>	<u>Prix</u>	<u>Résistance</u>	<u>Prix</u>

Notre entreprise a alloué la fraction la plus importante de son budget publicitaire à sa publicité de marque pour le mois d'avril, ceci compte tenant de la saisonnalité, ensuite on a diminué le budget progressivement vu qu'il n'était pas nécessaire d'investir autant d'argent par rapport au mois précédent.

Et en ce qui concerne la publicité spécifique, elle est dédiée à chaque type de nos bateaux, avec des montants différents dans le but de valoriser notre communication.

La publicité, qui est une forme de communication, a pour but d'attirer l'attention de la cible visée, afin de l'inciter à adopter un comportement d'achat souhaité pour le produit, dans notre cas.

Après une analyse approfondie des résultats des études de marché, nous avons décidé d'investir dans la publicité avec les montants suivants :

<i>Les produits</i>	<i>Janvier</i>	<i>Février</i>	<i>Mars</i>	<i>Avril</i>
<i>PECH 4</i>	<u>1200</u>	<u>1100</u>	<u>1000</u>	<u>4 000,00</u>
<i>PROM 5.5</i>	<u>1300</u>	<u>1400</u>	<u>1000</u>	<u>6 500,00</u>
<i>SYAN 8</i>	<u>6000</u>	<u>6100</u>	<u>1000</u>	<u>11 500,00</u>

i. La force de vente

Conscients de l'importance de la force de vente en matière de compétitivité, la société « MOUSSAILLON » a accordé un intérêt particulier à cette dernière en :

- Augmentant son nombre afin qu'elle contribue à accroître directement le coefficient d'attractivité ; elle est passée de 5 représentants pour atteindre 7 les mois qui suivent.
- La motivant en lui attribuant des commissions plus élevées afin qu'elle soit plus compétente et motiver pour qu'elle puisse contribuer à l'amélioration à l'image de marque de l'entreprise ; le taux de commission est passé de 4% à 5% le 2^{ème} mois ; mais pour le 3^{ème} et le 4^{ème} mois on a augmenté le prix à 1500euro et on a diminué la commission à 3%, mais pour le mois d'Avril on a garder le même salaire de 1500 euro et on a augmenter la commission a 5%.

ii. Délais de paiement

Pour encourager les clients, on a maintenu un délai de paiement d'un mois pour Pch4, deux mois pour Prom 5.5 et un délai d'un mois pour Stan 8 puisqu'il est le plus cher, mais pour les 3 mois de Février, Mars et Avril nous avons fixé un mois pour Pch4, deux mois pour Prom 5.5 et un délai de trois mois pour Stan 8 puisqu'il est le plus cher, et pour le mois d'Avril on a maintenu un délai de paiement de deux mois pour Pech 4 et de 3 mois pour Prom 5.5 et Stan 8.

2. Volet Production

La gestion de la production est la mise en application de méthodes et techniques dans le but d'accomplir la transformation des matières en produits finis. Elle se résume en la combinaison de ressources, parmi lesquelles les moyens matériels (les machines), les moyens humains (le personnel par qualification) et les matières (matières premières, matières consommables) dans un planning avec pour but d'assurer la fabrication du produit en qualité et en quantité définies.

Le département production a été le souci principal de tous les responsables de Kalypso, dans la mesure où c'est dans ce département où toutes les décisions concernant les quantités à produire émanent, chose qui influence tous les autres départements.

Pour optimiser la quantité à produire, les responsables de cette entreprise ont essayé plusieurs combinaisons optimales, qui avaient pour but principal d'optimiser les stocks de matières premières, les heures de travail par machine, et la disponibilité de la liquidité dans la trésorerie.

D'autres facteurs externes ont participé à la détermination de la quantité à produire, tels que, le coefficient de saisonnalité, la demande moyenne du marché, et le cycle de vie de chaque produit.

Les objectifs de production :

Objectifs de production				
bateaux		Pech 4	Prom 5.5	Stan 8
Janvier	Coefficient saisonnier	0.70	0.50	0.80

	Objectif de production	42	35	0
Février	Coefficient saisonnier	0.70	0.50	0.80
	Objectif de production	42	35	0
Mars	Coefficient saisonnier	0.70	0.50	0.80
	Objectif de production	42	42	0
Avril	Coefficient saisonnier	0.80	2.10	1.20
	Objectif de production	48	71	0

Le tableau ci-dessus présente nos objectifs de production durant les 4 premiers mois, compte tenu du coefficient saisonnier et du cycle de vie. En se basant sur les coefficients saisonniers pour chaque type de bateaux, leur positionnement sur la courbe du cycle de vie et les ventes moyennes du même mois de l'année qui précède : Nous avons décidé d'allouer presque toute notre capacité de production à la fabrication du bateau Pech 4 et Stan 8. Cela se justifie par notre orientation stratégique qui consiste à faire du bateau « stan 8 » notre produit phare.

En effet, le bateau « stan 8 » se positionne en pleine phase de d' introduction, ce qui signifie que sa demande sur le marché sera faible. La moitié du premier semestre constitue la saison haute pour tous les bateaux, c'est pour cette raison qu'on a augmenté le volume de production, afin de faire face à la demande pléthorique de cette période. On a maintenu notre orientation stratégique en donnant la plus grande importance au bateau « Pech 4 » et encore moins au bateau « stan 8 », ce dernier qui avait atteint son pic en cette saison.

Finalement nous pouvons constater que nous avons atteint les objectifs fixés précédemment Obtenir les meilleurs résultats durant les quatre trimestres. Ceci est dû à notre recherche de moyens pour optimiser l'utilisation de notre capacité de production en minimisant les pertes de Htm.

3. Volet Approvisionnement

Stratégie et objectif d'approvisionnement :

L'approvisionnement est un facteur important de rentabilité de l'entreprise. Lorsqu'elle est performante, elle limite le sur stockage et encourage la rentabilité de la société dans son ensemble. L'approvisionnement a pour but de répondre aux besoins de l'entreprise en matière de produits ou de services nécessaires à son fonctionnement.

En d'autres termes, l'approvisionnement consiste en l'achat des marchandises, matières, pièces... qui seront revendues, transformées ou encore stockées. Toute dépense qui entre dans la mise en œuvre du produit final est soumise à la stratégie d'approvisionnement de la société. La stratégie d'approvisionnement consiste à déterminer la démarche la plus performante et la plus cohérente pour acquérir les biens et services donc on a besoin. C'est-à-dire celle-là qui offre le maximum d'avantages en termes de coûts, de délais et d'utilisation des ressources.

DÉCISION APPROVISIONNEMENT DU MOIS DE JANVIER :

BOIS:

Stock existant fin du mois précédent

Quantité (m3) 1,00

Stock début du mois en cours si livraisons effectives

Quantité (m3) 8,00

Commandes mensuelles

Fournisseur	Quantité mensuelle commandée
Bois1	0 m3
Bois2	0 m3
Bois3	7 m3

PLASTIQUE:**Stock existant fin du mois précédent**

Quantité (tonnes) 2,00

Stock début du mois en cours si livraisons effectives

Quantité (tonnes) 16,00

Commandes mensuelles

Fournisseur	Quantité mensuelle commandée
Plas1	0 tonnes
Plas2	14 tonnes
Plas3	0 tonnes

COMMENTAIRE:

Au début du mois de Janvier le stock existant était de 1m3 en bois et 2 tonnes en plastique. Vu qu'on a besoin de 8 m3 en bois et 16 tonnes de plastique, on a commandé 7 m3 de bois et 14 tonnes de plastique pour pouvoir produire la quantité nécessaire à vendre pour ne pas avoir des stocks existant pour supporter des coûts de stockage.

JANVIER	Quantité de MP en Tonne	Prix de MP	Prix total de MP
BOIS	7	2 300,00 €	30 100€
PLASTIQUE	14	5 200,00 €	72 800€

Février	Quantité de MP en Tonne	Prix de MP	Prix total de MP
BOIS	6,9	2 300,00 €	15 870€
PLASTIQUE	13,8	5 300,00 €	73 140€

MARS	Quantité de MP en Tonne	Prix de MP	Prix total de MP
BOIS	14	2 150,00 €	30 100€
PLASTIQUE	28	5 200,00 €	145600€

CHOIX DES FOURNISSEURS :

D'après le besoin d'approvisionnement constaté en matière de plastique et de bois, et pour la bonne gestion de la trésorerie nous avons décidé de commander certaine matière au comptant d'autre auprès des fournisseurs d'un mois et de deux mois pour ne pas avoir de décalage entre la date d'encaissement et de décaissement.

Budget achat :

	JANVIER	FÉVRIER	MARS	AVRIL
ACHATS HT	102 900	89 010	175 700	175 700
TVA	20 580	17 802	35 140	35 140
ACHATS TTC	123 480	106 812	210 840	210 840

4. Volet Ressources Humaines

SERVICE RESSOURCES HUMAINES:

L'humain crée de la valeur, c'est la ressource la plus importante de toute compagnie. Et la mission la plus importante du service RH est adaptée à l'entreprise un capital humain efficace et épanoui.

Le service DRH a une haute responsabilité dans la réussite de l'entreprise, car il assure plusieurs fonctions décisives : recrutement, relations sociales, formation professionnelle, etc. Les missions sont vastes et sont reconnues comme le principal levier de développement de l'entreprise, car l'humain y incarne aujourd'hui un véritable enjeu stratégique.

DECISION 1:

-La commission sur vente est un mode de rémunération variable qui permet au vendeur de percevoir une part du montant de chaque vente ou conversion influencée. C'est un moyen très efficace pour motiver les commerciaux.

Du fait que nous avons le produit Stan 8 en phase de lancement, son relancement exige une intensification du travail, dans ce sens nous avons décidé d'embaucher deux salariés de plus, outre qu'une hausse de la commission du service commercial comme sorte de motivation des employés du service.



DECISION 2:

-Toujours dans le service commercial , et dans l'intention de booster les ventes , nous avons constaté que la hausse de la commission s'avère d'une importance cruciale pour l'augmentation des ventes d'où une ré augmentation est décidée



DECISION 3:

-Nous discernons une baisse de l'activité de l'entreprise durant ce trimestre dans ce sens nous avons décidé d'éviter le licenciement , plutôt nous jetons notre dévolu sur la baisse l'indice salarial.



-Dans le dessein de stimuler la productivités des salariés du département administration et finance nous avons décidé d'augmenter leurs salaires d'une part , de l'autre nous leur avons rajouté des d'heures supplémentaires pour plus de pertinence et avancement du travail.





5. Volet administration / Finance

Stratégie et objectifs de l'administration et finance

Nôtre département est chargé avant tout d'assurer la santé financière de l'organisation. Il a donc une place prédominante. Pour atteindre cet objectif, nous veillons à une optimisation des emplois et des ressources, de manière à minimiser les charges et à maximiser le rendement.

Entre autre, nous assurons l'équilibre entre le financement et l'investissement du capital en vue d'augmenter la valeur actionnaire et donner plus de poids à l'entreprise, nous veillons au contrôle de la comptabilité, à la bonne gestion de la trésorerie et au développement d'outils d'aide à la prise de décision comme des logiciels d'analyse et des indicateurs appropriés avec le but de valider la rentabilité et la solvabilité de l'entreprise en d'autres termes, sa capacité à rembourser ses dettes tout en garde son indépendance financière.

Décisions de notre département

Choix des fournisseurs du point de vue financier

Nous avons décidé de nous approvisionner chez les deux premiers fournisseurs dont le premier est à payer au comptant et le second dans un délai d'un mois. Notre objectif était avant tout de minimiser les coûts en bénéficiant des bas prix que proposent ces fournisseurs là. On pouvait ainsi financer l'achat des matières premières en quantités suffisantes et satisfaire nos besoins en production.

Ressources allouées à la publicité et aux forces de vente

Augmenter les ressources allouées à publicité du produit STAN 8 et revoir à la hausse les commissions des forces de ventes fut le centre de notre attention en vue d'augmenter le chiffre d'affaires de celui-ci et encourager les efforts des forces de ventes mais aussi les amener à faire plus.

Modification des délais de paiement

Nous avons constaté un décalage que l'on pourrait qualifier de négatif entre nos encaissements et nos décaissements car nous payions certains de nos fournisseurs au comptant et d'autres au bout d'un mois alors que tous nos clients bénéficiaient d'un délai de paiement d'un mois. Alors nous avons décidé d'augmenter nos délais fournisseurs à 2 mois, afin d'encaisser avant de décaisser notre trésorerie.

Décision de placement

Au cours des décisions passées, notre trésorerie restait souvent inactive, donc en vue d'en tirer des produits financiers nous avons décidé de faire un placement de 1500000,00€.

CONCLUSION

ANNEXES

UNE VISUALISATION DE LA PLANIFICATION

LUNDI	MARDI	MERCREDI	JEUDI	VENDREDI	SAMEDI	DIMANCHE
19 SEPTEMBRE	20	21	22 Création du groupe WhatsApp	23	24	25
26	27	28	29	30	01 OCTOBRE	02
03	04 Réunion 1	05	06	07	08	09
10	11	12	13 séance annulé	14	15	16
17	18	19	20 Séance établie Apport de pc	21	22	23
24	25 Réunion 2	26	27	28	29	30
31	01 NOVEMBRE Réunion 3	02	03 séance établie	04	05	06
07 Clôture de la première décision	08 Réunion 4	09	10	11	12	13
14	15 Réunion 8 Clôture de la seconde décision	16	17	18	19	20
21 Clôture de la troisième décision	22 Réunion 5	23	24 séance annulé	25	26	27
28	29 Réunion 6	30	01 DÉCEMBRE Séance annulé	02 clôture de la quatrième décision	03 Arrêt des cours de la session Automne 2022	

PV DE LA REUNION N°1

Le 27 Septembre 2022, à 20:00, s'est réunit les personnes ci-après mentionnées sur GOOGLE MEET, dans le cadre du projet de Simulation de Gestion

Etaient présents

Etaient absents ou excusés

Chaimae BOUZAGANE

Chaimae ARIBAT

Afaf BENAICHA

Kaoutar CHAOU

Kadoupke Gratias ATTIKPATI

Elom AKAKPO-VIGNON

Manal BINOUA

Hanae BELEKHDAR

POINTS INSCRITS A L'ORDRE DU JOUR

Point 1 : Présentation des membres du groupe et désignation du coordinateur et d'un animateur

- 1.1. Gratias est désignée coordinatrice par volontariat
- 1.2. Chaimae Bouzagane est désignée animatrice de réunions
- 1.3. Manal Binoua se charge à présent de la rédaction des pv

Point 2 : Elaboration d'un planning et fixation des dates et lieux des réunions

- 2.1. Un calendrier prévisionnel de réalisation du projet fut établi
- 2.2. Réunions hebdomadaires d'une durée maximale 1h à l'une des salles ou sur Google Meet
- 2.3. Mise en place d'une charte d'absence

Point 3 : Questions diverses

Aucune observation ni question n'a été formulée

PV DE LA REUNION N°2

Le 27 Septembre 2022, à 20:00, s'est réunit les personnes ci-après mentionnées sur GOOGLE MEET, dans le cadre du projet de Simulation de Gestion

Etaient présents

Etaient absents ou excusés

Chaimae BOUZAGANE

Chaimae ARIBAT

Afaf BENAICHA

Kaoutar CHAOU

Kadoupke Gratias ATTIKPATI

Elom AKAKPO-VIGNON

Manal BINOUA

Hanae BELEKHDAR

POINTS INSCRITS A L'ORDRE DU JOUR

Point 1 : Partage des prises de notes et de responsabilités

1.1. Négociation du travail demandé

1.2. Chaque binôme se chargera d'un département

Point 2 : Découverte du logiciel

2.1. visite détaillé de chaque volet et aperçu sur spécimen de document

2.2. négociation des objectifs globaux et stratégie à adopter

Point 3 : choix du nom, slogan et logo d'entreprise

3.1. Echange de proposition

3.2. choix de l'appellation "MOUSSAILLON" pour notre entreprise

Point 4 : Questions diverses

Quels objectifs on aura à saisir dans une première simulation

PV DE LA REUNION N°3

Le 27 Septembre 2022, à 20:00, s'est réunit les personnes ci-après mentionnées sur GOOGLE MEET, dans le cadre du projet de Simulation de Gestion

Etaient présents

Etaient absents ou excusés

Chaimae BOUZAGANE

Chaimae ARIBAT

Afaf BENAICHA

Kaoutar CHAOU

Kadoupke Gratias ATTIKPATI

Elom AKAKPO-VIGNON

Manal BINOUA

Hanae BELEKHDAR

POINTS INSCRITS A L'ORDRE DU JOUR

Point 1 : Elaboration de la présentation d'entreprise

1.1. Recherche des éléments nécessaires sur le logiciel

1.2. Conception du logo et précision des couleurs

Point 2 : Négociation des décisions de chaque volet

2.1. Calcul des provisions de vente et fixation d'objectifs

2.2. Intervention de chaque département

Point 3 : Questions diverses

Sur quelles bases devons-nous prendre ces décisions, quel autre calcul s'avère nécessaire ?

PV DE LA REUNION N°4

Le 27 Septembre 2022, à 20:00, s'est réunit les personnes ci-après mentionnées sur GOOGLE MEET, dans le cadre du projet de Simulation de Gestion

Etaient présents

~~Etaient absents ou excusés~~

Chaimae BOUZAGANE

Chaimae ARIBAT

~~Afaf BENAICHA~~

~~Kaoutar CHAOU~~

~~Kadoupke-Gratias ATTIKPATI~~

~~Elom AKAKPO-VIGNON~~

Manal BINOUA

Hanae BELEKHDAR

POINTS INSCRITS A L'ORDRE DU JOUR

Point 1 : Discuter les risques du projet

1.1. Identification des risques de ne pas finir à temps

1.2. Traitement des dernières décisions

1.3. Insertion des dernières décisions dans le rapport

Point 2 : Partage de l'état d'avancement du rapport

2.1. Communication de l'état d'avancement du projet

2.2. Identifier les problèmes rencontrés

2.3. Proposer des solutions et des aides

Point 3 : Questions diverses

Aucune observation ni question n'a été formulée

PV DE LA REUNION N°5

Le 27 Septembre 2022, à 20:00, s'est réunit les personnes ci-après mentionnées sur GOOGLE MEET, dans le cadre du projet de Simulation de Gestion

Etaient présents

Etaient absents ou excusés

Chaimae BOUZAGANE

Chaimae ARIBAT

Afaf BENAICHA

Kaoutar CHAOU

Kadoupke Gratias ATTIKPATI

Elom AKAKPO-VIGNON

Manal BINOUA

Hanae BELEKHDAR

POINTS INSCRITS A L'ORDRE DU JOUR

Point 1 : Validation du rapport de part la coordinatrice

1.1. Vérification si toutes les parties du rapport sont insérées

1.2. Dernière chance pour combler les vides

Point 2 : Echange inter-entreprise du travail

2.1. Partage inter-groupe les informations circulantes

2.2. Echange des différentes questions-réponses

Point 3 : Questions diverses

Le mail du prof ? afin de lui envoyer le rapport

PV DE LA REUNION N°6

Le 27 Septembre 2022, à 20:00, s'est réunit les personnes ci-après mentionnées sur GOOGLE MEET, dans le cadre du projet de Simulation de Gestion

Etaient présents

Etaient absents ou excusés

Chaimae BOUZAGANE

Chaimae ARIBAT

Afaf BENAICHA

Kaoutar CHAOU

Kadoupke Gratias ATTIKPATI

Elom AKAKPO-VIGNON

Manal BINOUA

Hanae BELEKHDAR

POINTS INSCRITS A L'ORDRE DU JOUR

Point 1 : Révision de la version finale du rapport

1.1. [Un contrôle et vérification des décisions](#)

1.2. [Rectification des erreurs commis](#)

Point 3 : Envoi du rapport au prof

3.1. [Remerciement de tous les membres](#)

Point 4 : Questions diverses

[Aucune observation ni question n'a été formulée](#)