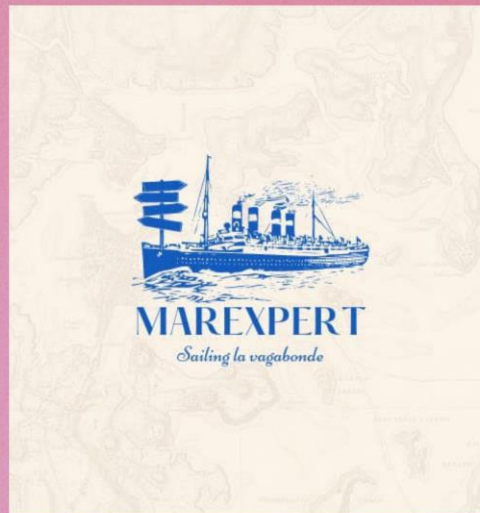




ENCCT

مركز الدراسات والبحوث في
التجارة الخارجية والتمويل
بجامعة تانجة



RAPPORT DE SIMULATION DE GESTION

L'ENTREPRISE 16

L'équipe :
ABOU HASSAN Samah
ABOUTALEB Ahlam
ACHIBET Mohamed
AGHARBI Nohaila
CHAJIDI Kenza
CHERRATE Rabia
DAOUDI ikram

SOMMAIRE

I . INTRODUCTION

II . PARTIE I

II . PARTIE II

III. FICHES DE POSTES

IV . LES PV

Table de matières

INTRODUCTION	5
PARTIE I : PRESENTATION DE L'ENTREPRISE	6
1. Qui sommes-nous ?	6
2. Le secteur d'activité :	6
3. Nos produits :	6
4. Le choix du logo :	7
5. Fiche signalétique	7
6. Notre Organigramme :	8
7. STRATEGIE D'ENSEMBLE DE L'ENTREPRISE :	8
8. Notre mission :	9
9. Nos objectifs :	9
10. Nos valeurs :	10
PARTIE II : L'ANALYSE SWOT, Diagnostic stratégique	11
PARTIE III : Décisions Prises du chaque mois	13
Décision Approvisionnement	14
Décision de production :	18
Décisions MARKETING.....	23
Décision financement.....	30
Décisions Ressources humaines	32
FICHES DE POSTES	34
SERVICE APPROVISIONNEMENT	34
SERVICE RESSOURCES HUMAINES.....	35
SERVICE MARKETING.....	36
SERVIVE PRODUCTION	37
SERVICE FINANCIER	38
Fiches de présences et PV de réunions :	39

Remerciements

Nous tenons à exprimer toute notre reconnaissance, notre plus grand respect et nos vifs remerciements à Monsieur RAHMOUNI, notre cher professeur de 'simulation de gestion', d'avoir assuré l'encadrement de ce projet.

Nous le remercions pour son orientation, et ses conseils judicieux qu'il n'a cessé de nous prodiguer tout au long des différents suivis.

Nos remerciements vont aussi à toute personne, qui n'a pas cessé de nous donner des conseils très importants en signe de reconnaissance.

MARKET EXPERT

INTRODUCTION

Au premier abord, la simulation de gestion est une méthode pédagogique qui nous a permis de nous initier au Management organisationnel à travers la gestion d'une société fictive dans un contexte concurrentiel. Ce jeu de simulation consiste à présenter aux participants des situations variées, pour développer leurs capacités d'analyse et de réactivité face à des conjonctures évolutives en gérant un projet du début à la fin et de donner un avant-goût de la vie en entreprise sur un marché défini.

Nous avons donc été amenés à constituer une entreprise qui produit et commercialise des bateaux considérés comme une construction humaine capable de flotter sur l'eau et de s'y déplacer. Le marché des bateaux répond aux besoins du transport maritime ou fluvial, et permet diverses activités telles que le transport de personnes ou de marchandises, la guerre sur mer, la pêche, la plaisance, ou d'autres services tels que la sécurité des autres bateaux.

La simulation de gestion nous a confronté à la réalité et au quotidien de l'entreprise, pour sortir de l'aspect théorique et passer à la pratique, dans le cadre du travail de groupe. L'enjeu de ce jeu d'entreprise - Kalypso - n'est pas de gagner mais de savoir faire des prévisions, prendre des décisions, et être capables de justifier nos choix, leurs conséquences, pour pouvoir améliorer notre situation après chaque trimestre. Plusieurs orientations stratégiques doivent être prises afin de décider de l'avenir de l'entreprise.

L'application des connaissances est un facteur clé de réussite de l'apprentissage. Ce jeu se concentre sur l'application pratique des principes de gestion en gérant un projet du début à la fin en utilisant un logiciel de simulation de projet. Le simulateur renforce l'importance d'assigner les bonnes ressources sur les activités... En contrepartie, nous avons appris à être mieux préparés à appliquer de bonnes pratiques de gestion de projets à des situations réelles.

Nous présentons dans le présent rapport le compte rendu de cette expérience riche en apprentissage et des explications des décisions et des stratégies adoptées durant les six mois.

PARTIE I : PRESENTATION DE L'ENTREPRISE

1. Qui sommes-nous ?

« MAREXPERT » est une Société Anonyme, spécialisée dans la construction et la commercialisation de bateaux de pêche et de plaisance. En effet, que ce soit pour une simple balade en mer ou pour les spécialistes du métier de pêche, nous faisons un portefeuille très riche et diversifié des bateaux afin de répondre correctement aux besoins de nos clients. Ce but, ne peut pas être facilement concrétisé dans un univers concurrentiel, sans l'adoption d'une démarche correcte basée sur des stratégies adéquates, efficaces visant à produire des bateaux répondant aux exigences des clients, et donc, favorisant le positionnement de notre marque.

2. Le secteur d'activité :

Le marché nautique au Maroc est un marché attractif avec une dynamique de croissance portée par les programmes de renouvellement et de la modernisation de la flotte nationale suite à l'évolution des entreprises spécialisées dans des différentes activités de navigation à savoir la pêche, la plaisance.... L'industrie nautique basée spécifiquement sur la construction, la commercialisation et la réparation de bateaux soit de pêche ou de plaisance. Ces derniers sont toujours en émergence, ils jouent un rôle très important dans le développement économique du pays. La flotte nationale se compose environ 232 navires de plaisance, 19 ports de pêche qui génèrent près de 700000 emplois directs ou indirects.

Cependant, le nautisme est considéré comme un secteur peu développé parce qu'il a confronté plusieurs difficultés, elles sont principalement liées à l'infrastructure, les bateaux ont besoin de l'infrastructure nécessaire pour être accueillis et construits, les besoins du secteur naval en matière d'équipements de plaisance et de pêche et la réglementation non adoptée aux pratiques de plaisance créé une mauvaise réputation à l'international.

Afin d'améliorer ce secteur d'activité, la France a consenti d'importants investissements en infrastructures nécessaires au développement des activités nautiques liée à la pêche ou la plaisance. Cela crée des opportunités pour les opérateurs du secteur nautique pour explorer ce marché et d'exploiter les potentialités qu'il propose. Il en est également résulté une concurrence accrue au sein du marché de la construction et la commercialisation des bateaux.

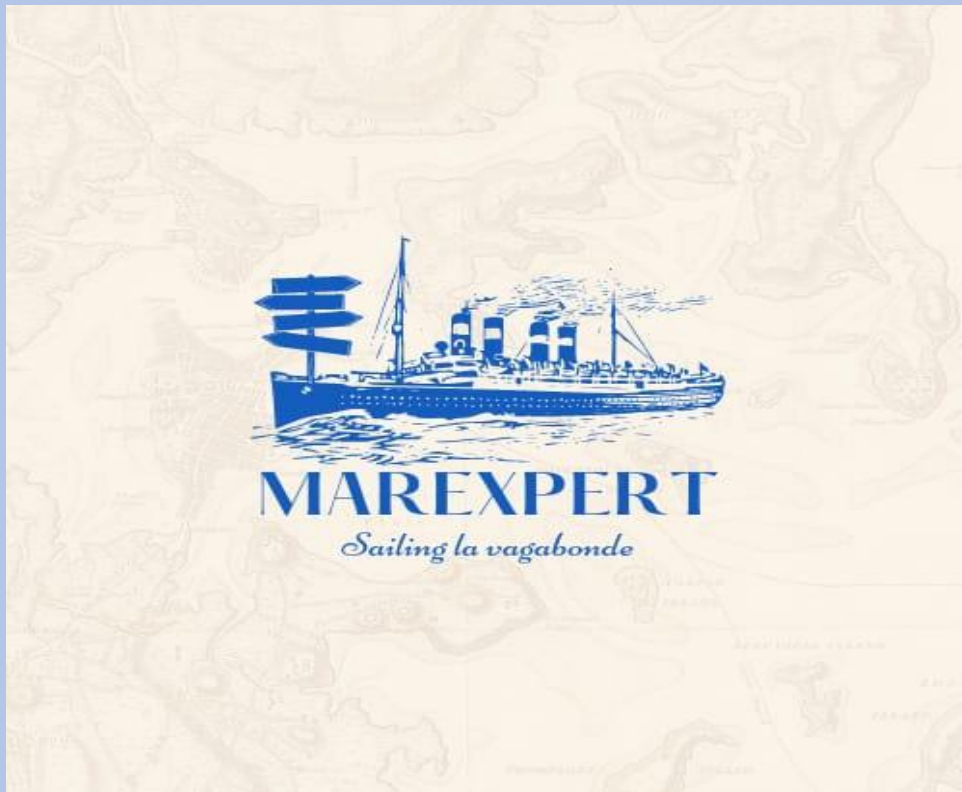
D'après cette étude, Notre entreprise se situe dans un marché de forte concurrence avec d'autres entreprises similaires qui ont une activité industrielle de production et la commercialisation de bateaux de plaisance et de pêche mais encore, des menaces liées aux infrastructures... Tous ces facteurs exigent une meilleure gestion de l'entreprise MAREXPERT et la prise de bonnes décisions notamment la stratégie adoptée afin de satisfaire sa clientèle, Se positionner en tant que leader sur le marché.

3. Nos produits :

Notre entreprise produit et commercialise des bateaux de pêche et de plaisance (Pech4, Prom5.5 et Stan 8.) et opère dans un secteur prononcé, qui est celui de l'industrie nautique. Ayant comme vision la satisfaction entière de nos clients, l'entreprise produit et offre trois types de bateaux, en concurrence avec un nombre d'entreprises similaires. Notre entreprise se base sur des outils tels le contrôle de gestion, les statistiques et la comptabilité analytique pour déterminer les quantités et les prix adéquats. Le choix de ces deux paramètres est primordial, et nous permettra par la suite de déterminer tout autre élément ayant un impact sur la gestion de l'entreprise. Quand bien même

notre marché serait très concurrentiel, c'est grâce à la stratégie adoptée par « MAREXPERT » que nous favorisons le positionnement de l'entreprise ainsi que son image de marque.

4. Le choix du logo :



5. Fiche signalétique

Nom de l'entreprise	MAREXPERT
Date de création	19/01/2004
Statut juridique	SARL au capital de 100 000 000
ICE	1 7 1 2 2 1 1 7 0 0 0 5 7
Secteur d'activité	Le nautisme regroupant une multitude d'activités, de la construction de navires de plaisance à la maintenance.
Activités	La construction, la commercialisation et la réparation de bateaux soit de pêche ou de plaisance.
Chiffre d'affaires	50 650 000.00
Effectif total	30.000 employés
Dirigeant	KANDIL Mohamed
Adresse	Z.I, Rue des Bouleaux, 01460 Port, France
Numéro de téléphone	Téléphone : +33 4 74 76 78 11 Fax : +33 4 74 76 78 22
Adresses email	marexpert@contact.fr
Site web	Marexpert.fr

6. Notre Organigramme :

Directeur général ABIUTALEB AHLAM					
Directeur d'approvisionnements CHAJIDI KENZA	Directeur commercial CHERRATE RABIA	Directeur de production NOUHAILA AGHARBI	Directeur marketing DAOUDI IKRAM	Directeur administratif et financier MOHAMED ACHIBET	Directeur ressources humaines ABOU HASSAN SAMAH

7. STRATEGIE D'ENSEMBLE DE L'ENTREPRISE :

Notre stratégie consiste à maintenir un niveau équilibré entre toutes les fonctions de l'entreprise, ainsi nous estimons garder lors de tous les quatre trimestres :

- Une trésorerie saine
- Une gestion optimale des moyens de production
- Une politique marketing fructueuse
- Un stock idéal

- Une gestion des ressources humaines proportionnelle à l'évolution de notre activité
- Une force de vente efficace
- Notre portefeuille de produits concerne trois domaines d'activité stratégique :
 - **Pech 4** : C'est le modèle le plus simple. Très dépouillé, le Pech 4 est destiné en principe à la pêche non professionnelle. Ce bateau est aussi utilisé comme bateau de promenade. Les principales caractéristiques sont : une longueur de 4m, un poids de 250kg, un équipement doté de 3 banquettes en bois, la possibilité d'ajouter un moteur de faible puissance. Le système de traction peut se faire par godille, rame ou moteur.
 - **Prom 5.5** : Plus spécialisé, le Prom 5.5 est destiné à la promenade sur mer, lac, estuaire de rivière ou canal. Il est par ailleurs facilement portable. Conçu pour des déplacements plus longs, il est équipé d'une cabine pour deux personnes, et peut recevoir un aménagement cuisine sommaire. Les principales caractéristiques sont : une longueur de 5.50m, un poids de 500kg, un équipement doté d'une cabine aménagée pour 2 personnes et pouvant recevoir un appareillage sommaire de cuisine, l'arrière est aménagé en solarium. L'embarcation peut accueillir un moteur hors-bord ou un mât.
 - **Stan 8** : Dernier-né de la gamme, le Stan 8 est destiné presque exclusivement aux promenades en mer ou en lac. Difficilement transportable, ce bateau sera généralement attaché de manière permanente à un port. Ce bateau de plaisance comprend une cabine à l'avant pour deux personnes, une cabine centrale pour deux personnes avec équipement cuisine ou détente, un poste de pilotage à l'arrière et deux banquettes et un solarium à l'avant et sur le toit de la cabine centrale. Les caractéristiques techniques sont : une longueur de 8 m, un poids de 1 300 Kg, un équipement de 2 cabines. Cette embarcation peut recevoir deux moteurs puissants pour la haute mer.

8. Notre mission :

L'objectif primordial de notre entreprise MAREXPERT est de gagner de la place dans le jeu concurrentiel. Ainsi, et dans une optique qui nous encourage à répondre constamment aux besoins du secteur, nous offrons un portefeuille de produits très diversifié : Pech4, Prom5.5 et Stan 8.

9. Nos objectifs :

1) **Objectifs globaux**

a) **Objectifs commerciaux :**

- Augmentation des parts de marché
- Amélioration du rapport qualité prix de nos produits pour satisfaire nos clients
- Création de la propre identité pour se démarquer de la concurrence
- Renforcer la notoriété de l'entreprise

- Bonne gestion des stocks
- Une gestion optimale des ateliers et des machines
- Politiques efficaces du marketing et de vente.

b) **Objectifs financiers :**

- Disposer d'une trésorerie saine et liquide qui permet de réaliser toute transaction.
- Atteindre l'équilibre financier et ne pas avoir de déficit ni d'excédent.
- Disposer d'une bonne gestion financière

c) **Objectifs sociaux :**

- Améliorer les conditions de travail de nos collaborateurs.
- Offrir des opportunités de développement pour les jeunes diplômés.
- Contribuer à la baisse du taux de chômage du pays.
- Une gestion des ressources humaines proportionnelle à l'évolution de notre activité

B) Spécifiques :

L'objectif est d'avoir une combinaison qui maximise la rentabilité et la fidélisation de la clientèle, en tenant compte des coefficients saisonniers. Pour cela, il est nécessaire de déployer les moyens permettant d'atteindre cet objectif, à savoir les délais de paiement les plus longs par rapport aux concurrents, des prix raisonnables et attractifs, une publicité importante et une force de vente suffisante.

10. Nos valeurs :

Professionalisme et Savoir-faire : Avec notre équipe, vous êtes certain de trouver toutes les bonnes compétences, le savoir-faire, le réseau, les outils et les contacts qui vous permettront de réaliser avec succès votre projet nautique.

Le Travail ardu et la Réactivité : répondre à chaque demande dans le plus bref délai.

Travail d'équipe et en Partenariat : Avec les clients, les propriétaires de navires, des équipages, les marques que nous représentons, les fournisseurs et les partenaires.

Honnêteté et Transparence : Nous faisons ce que nous disons et nous honorons nos promesses et engagements envers nos clients et autres confrères, en proposant des conseils honnêtes et impartiaux accumulés par notre expérience et nos connaissances de première main.

Passion : Que nous partageons avec chacun de nos clients pour les aider à découvrir l'univers spectaculaire du nautisme.

PARTIE II : L'ANALYSE SWOT, Diagnostic stratégique

Analyse SWOT :

L'analyse stratégique propose des outils nombreux pour faciliter le diagnostic de l'entreprise.

L'objectif de ce dernier est d'appréhender son univers concurrentiel et d'identifier ses ressources et compétences, ce qui permet à l'entreprise de faire des choix stratégiques.

Le SWOT est un outil très pratique lors de la phase de diagnostic stratégique. Il présente l'avantage de synthétiser les forces et faiblesses d'une entreprise au regard des opportunités et des menaces générées par son environnement.

	Forces	Faiblesses
Interne	<ul style="list-style-type: none">• L'achat en bonne qualité des matières premières (plastique+bois) auprès des fournisseurs spécialisés permet l'entreprise de doter d'une bonne image de marque et favorise son honnêteté et sincérité auprès ses clients.• Une robotisation effective et précise du processus de production permet l'amélioration de la productivité.• La fabrication de trois types de bateaux avec des caractéristiques et des destinations différentes montre que l'entreprise a une bonne maîtrise de sa chaîne de production ainsi qu'un fort savoir-faire.• Une force de vente performante, qui contribue à l'amélioration de l'image de marque de	<ul style="list-style-type: none">• Les délais de paiement peuvent entraîner de lourdes conséquences sur la trésorerie de l'entreprise à cause des retards de paiement ou les impayés de la part des clients.• La possibilité d'avoir un mauvais résultat dans le cœur d'activité à cause des lacunes et un manque de moyens financiers pour développer les politiques commerciales.• Une notoriété et une taille critique insuffisante de nombreux acteurs.• Un positionnement niche insuffisamment pertinent pour de nombreux acteurs.• Une mauvaise gestion et répartition de la structure de la pyramide des âges par l'entreprise peut conduire à une potentielle perte de compétences.

<p>l'entreprise. Elle est constituée de représentants compétents et motivés par une rémunération composée d'un fixe et d'une commission proportionnelle aux ventes.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Une communication efficace à travers une publicité spécifique à chaque type de bateau selon plusieurs axes de communication (prix, confort, résistance, esthétique) ce qui favorise la notoriété et l'image de l'entreprise. • L'entreprise a le choix pour chaque type de bateaux entre plusieurs délais de paiement uniques (paiement comptant, paiement à 30 jours, paiement à 60 jours, paiement à 90 jours) ce qui permet l'entreprise à gérer efficacement sa trésorerie. • Le positionnement haut de gamme pour le dernier-né de la gamme de bateaux de luxe, le « Stand8 » favorise une bonne image de produits de qualité. 	<ul style="list-style-type: none"> • Grande dépendance face aux fournisseurs.
Opportunités	Menaces

<ul style="list-style-type: none"> • Des nouvelles technologies sont également exploitées pour améliorer les services. • Des opportunités internationales pour se développer d'où l'apparition de nouveaux segments en croissance. • Un taux et nombre de départs en vacances élevés, peut favoriser l'achat des bateaux destinés exclusivement aux promenades en mer. 	<ul style="list-style-type: none"> • Un marché étroit où règne une certaine exposition des concurrents spécialisés, plus forts sur leur segment de marché. • Risque de nouveaux entrants qui ont des compétences et des ressources nécessaires. • La concurrence des pays à bas coûts qui appliquent des barrières douanières élevées. • Certaines entreprises leaders sortent renforcées par la crise et occupent tous les segments du marché. • Un cadre législatif peu favorable. • Demande du marché en baisse. • La croissance continue des exigences des clients pousse l'entreprise à être dans un état d'angoisse et de surveillance continue des actions et produits de la concurrence. • Les évolutions en cours de l'économie poussent les entreprises à investir dans le R&D et l'innovation, chose qui nécessite des moyens financiers importants pour l'entreprise afin d'apporter une valeur ajoutée réelle au client.
---	---

PARTIE III : Décisions Prises du chaque mois



Décision Approvisionnement

La politique d'approvisionnement consiste à acheter des produits et services nécessaires au bon fonctionnement de l'entreprise. Elle est généralement pilotée par trois indicateurs à savoir : le taux de disponibilité des produits, le niveau de stock et les coûts liés à l'approvisionnement.

C'est une politique qui vise dans un premier lieu à réduire les délais, réduire les retards, augmenter les profits et les marges, réduire les coûts et optimiser l'appareil de production. Notre politique est donc basée essentiellement sur la réponse de ces deux questions, « combien ? » et « quand ? ».

- La première réponse concerne le prix : c'est un élément dont l'objectif est de choisir des matières premières d'un prix minimum convenable avec une qualité adéquate
- La deuxième réponse est le délai : c'est un élément crucial dans notre choix de fournisseurs car il permet d'atténuer le besoin en fonds de roulement au sein de l'entreprise

Dans notre cas, pour la fabrication des trois produits on consomme deux matières premières le plastique et le bois et les quantités commandées de ces matières premières varient selon notre production mensuelle :

Décision du Janvier :

Stock existant fin du mois précédent Quantité (m3) 1,00	Stock début du mois en cours si livraisons effectives Quantité (m3) 12,30
Commandes mensuelles	
Fournisseur	Quantité mensuelle commandée
Bois1	0 m3
Bois2	11,3 m3
Bois3	0 m3
Stock existant fin du mois précédent Quantité (tonnes) 2,00	Stock début du mois en cours si livraisons effectives Quantité (tonnes) 20,60
Commandes mensuelles	
Fournisseur	Quantité mensuelle commandée
Plas1	0 tonnes
Plas2	18,6 tonnes
Plas3	0 tonnes

Dans ce mois, on a décidé de produire 30 unités de pêche, 18 unités de Prom et 5 unités de stan8 donc il faut une quantité de 18,2 tonnes de plastiques et 9,1 m3 du bois, on a commandé chez le deuxième fournisseur qui nous offre la possibilité de payer à crédit dans un mois une quantité de 18,6 tonnes de plastique et 11,3 du bois, on gardant un stock de sécurité pour éviter toutes sortes de risques (rupture de stock, les anomalies ...)

Puisque Les dettes fournisseurs impactent également le besoin en fonds de roulement donc il faut bien choisir le fournisseur adéquat donc on a choisi le deuxième fournisseur qui vend avec un prix raisonnable et un délai de paiement d'un mois.

Décision du Février :

Stock existant fin du mois précédent
Quantité (m3) **3,20**

Commandes mensuelles

Fournisseur	Quantité mensuelle commandée
Bois1	2 m3
Bois2	3 m3
Bois3	0 m3

Stock début du mois en cours si livraisons effectives
Quantité (m3) **8,20**

Stock existant fin du mois précédent
Quantité (tonnes) **2,40**

Commandes mensuelles

Fournisseur	Quantité mensuelle commandée
Plas1	5 tonnes
Plas2	7 tonnes
Plas3	0 tonnes

Stock début du mois en cours si livraisons effectives
Quantité (tonnes) **14,40**

Décision du Février :

Stock existant fin du mois précédent
Quantité (m3) 3,20

Stock début du mois en cours si livraisons effectives
Quantité (m3) 8,20

Commandes mensuelles

Fournisseur	Quantité mensuelle commandée
Bois1	2 m3
Bois2	3 m3
Bois3	0 m3

Stock existant fin du mois précédent
Quantité (tonnes) 2,40

Stock début du mois en cours si livraisons effectives
Quantité (tonnes) 14,40

Commandes mensuelles

Fournisseur	Quantité mensuelle commandée
Plas1	5 tonnes
Plas2	7 tonnes
Plas3	0 tonnes

Dans ce mois on a décidé de diversifier notre source d'approvisionnement, le premier fournisseur vend avec un prix très bas que le deuxième mais le paiement est au comptant, on a pris cette décision pour savoir si le coût d'achat des matières premières va diminuer.

Décision du Mars :

Stock existant fin du mois précédent
Quantité (m3) 2,20

Stock début du mois en cours si livraisons effectives
Quantité (m3) 28,70

Commandes mensuelles

Fournisseur	Quantité mensuelle commandée
Bois1	0 m3
Bois2	0 m3
Bois3	26,5 m3

Stock existant fin du mois précédent	Stock début du mois en cours si livraisons effectives
Quantité (tonnes) 2,40	Quantité (tonnes) 57,40
Commandes mensuelles	
Fournisseur	Quantité mensuelle commandée
Plas1	0 tonnes
Plas2	0 tonnes
Plas3	55 tonnes

Dans le mois de mars on a changé notre stratégie d'approvisionnement car notre but était d'avoir des délais de paiement plus long afin d'éviter les besoins en fonds de roulement donc on a commandé chez le troisième fournisseur qui nous accord un délai de paiement du 2 mois. Et pour les quantités commandées sont suite à l'augmentation de la production des produits finis en gardant un stock de sécurité en cas d'anomalies.

Décision d'Avril :

Stock existant fin du mois précédent	Stock début du mois en cours si livraisons effectives
Quantité (tonnes) 15,80	Quantité (tonnes) 46,30
Commandes mensuelles	
Fournisseur	Quantité mensuelle commandée
Plas1	0 tonnes
Plas2	0 tonnes
Plas3	30,5 tonnes

Stock existant fin du mois précédent	Stock début du mois en cours si livraisons effectives
Quantité (m3) 7,90	Quantité (m3) 27,90
Commandes mensuelles	
Fournisseur	Quantité mensuelle commandée
Bois1	0 m3
Bois2	0 m3
Bois3	20 m3

Pour le mois d'avril on a gardé le même fournisseur du mois précédent, et on a commandé juste les quantités du plastique et du bois qu'ont va utiliser dans notre production pour éviter les coûts du stockage ultérieurement.

Conclusion de décision d'approvisionnement :

On a constaté que les deux dernières décisions de mois Mars et Avril sont les plus convenables pour garder une trésorerie excédentaire il faut choisir des fournisseurs qui offrent un délai de règlement important bien sûr sans négliger la qualité (notre cas les trois fournisseurs ont la même qualité).

Plus les délais de paiement des fournisseurs sont importants, plus l'entreprise améliore son besoin en fonds de roulement. Toutefois, il convient de respecter les délais légaux et contractuels.

La situation idéale pour une entreprise est de parvenir à payer un fournisseur lorsqu'elle a déjà de son côté reçu le règlement du client final.

Décision de production :

La gestion de production, de nature fonctionnelle, concerne la capacité de pilotage et de commande de l'outil de production, qui est directement liés à la stratégie définie par l'entreprise. Cela peut concerner : Le volume de production, La qualité des produits, La productivité, Les délais de livraison et la gestion des ateliers La gestion de production est le noyau de la firme qui a comme objectif l'optimisation des stocks de matières premières, des heures de travail par machine et la disponibilité de liquidité dans la trésorerie.

Les décisions prises durant ce trimestre se sont axées dans un premier lieu sur une stratégie normale, une production moyenne des 3 types de bateaux A, B, C. la demande de marché est importante, des produits en période de croissance, il faut une bonne optimisation des ressources afin d'acquérir des parts de marchés.

Compte de stock en quantité et valeur. Entrées valorisées au coût de production ou coût d'achat en fonction des sources. Sorties valorisées au coût unitaire moyen pondéré, détaillant les destinataires.

Peche4 :

Entrées			
Entrées	Quantité (h)	Coût unitaire (g) (€)	Coût total (i=g*h) (€)
Stock initial	31	2 697,9342	83 635,96
Production	46	2 698,8365	124 146,48
Achats autres fournisseurs	0	0,0000	0,00
Achats sous contrainte	0	0,0000	0,00
Total entrées	77	2 698,4732	207 782,44

Sorties			
Sorties	Quantité (h)	Coût unitaire (g) (€)	Coût total (i=g*h) (€)
Ventes sur le marché concurrentiel	45	2 698,4732	121 431,30
Ventes négociées	0	0	0,00
Retours (rebuts)	0	0	0,00
Total sorties	45	2 698,4732	121 431,30

Quantité			
	Quantité (h)	Coût unitaire (g) (€)	Coût total (i=g*h) (€)
Stock final	32	2 698,4731	86 351,14

Prom 5.5

Entrées			
Entrées	Quantité (h)	Coût unitaire (g) (€)	Coût total (i=g*h) (€)
Stock initial	60	4 667,8370	280 070,22
Production	41	4 687,1515	192 173,21
Achats autres fournisseurs	0	0,0000	0,00
Achats sous contrainte	0	0,0000	0,00
Total entrées	101	4 675,6776	472 243,44

Sorties			
Sorties	Quantité (h)	Coût unitaire (g) (€)	Coût total (i=g*h) (€)
Ventes sur le marché concurrentiel	64	4 675,6776	299 243,37
Ventes négociées	0	0	0,00
Retours (rebuts)	0	0	0,00
Total sorties	64	4 675,6776	299 243,37

Stan8

Entrées			
Entrées	Quantité (h)	Coût unitaire (g) (€)	Coût total (i=g*h) (€)
Stock initial	5	11 041,7359	55 208,68
Production	5	11 041,7360	55 208,68
Achats autres fournisseurs	0	0,0000	0,00
Achats sous contrainte	0	0,0000	0,00
Total entrées	10	11 041,7360	110 417,36

Sorties			
Sorties	Quantité (h)	Coût unitaire (g) (€)	Coût total (i=g*h) (€)
Ventes sur le marché concurrentiel	6	11 041,7360	66 250,42
Ventes négociées	0	0	0,00
Retours (rebuts)	0	0	0,00
Total sorties	6	11 041,7360	66 250,42

Les décisions de Année 1 – Janvier :

Ordres mensuels de production

Produit	Stocks existants	Production mensuelle minimale	Ordres mensuels de production	Nouveaux stocks (1)
Pech 4	32	10	30 unité(s)	62
Prom 5.5	37	0	18 unité(s)	55
Stan 8	4	2	5 unité(s)	9

Ces valeurs ont été choisies en fonction de la différence entre le stock existant et les objectifs de vente.

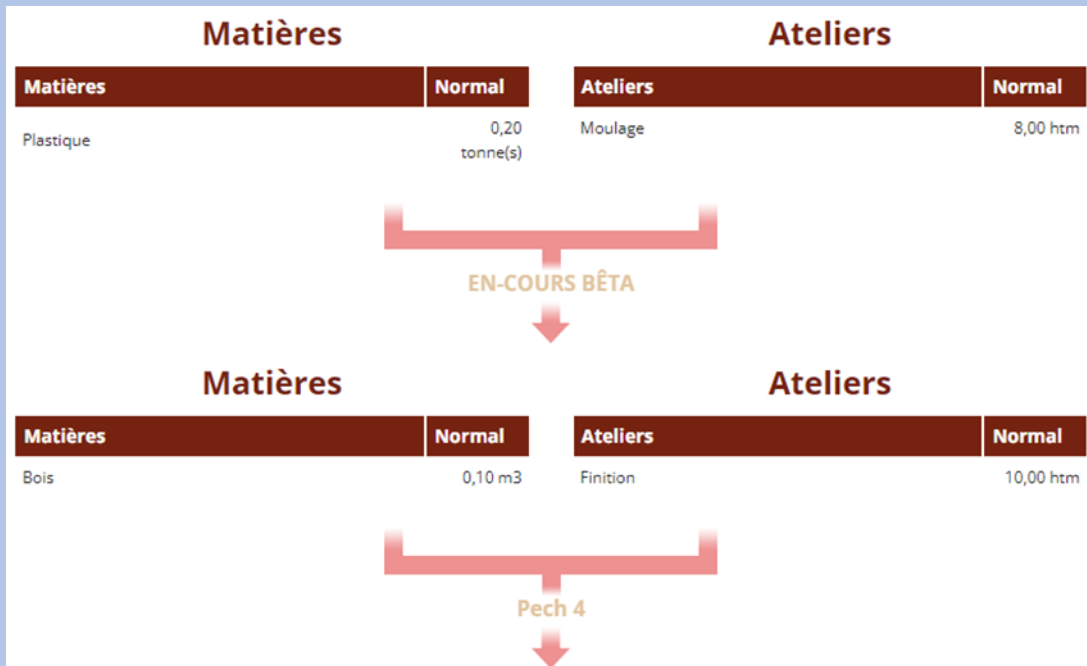
En prenant en considération le stock de sécurité pour ne pas tomber sur la rupture de stock. Voilà comment on a calculé la quantité produite par rapport au besoin, stock existant et le stock de sécurité.

Coûts mensuels de maintenance et coûts mensuels de production HT

Ateliers	Coût mensuel par atelier	Coût mensuel par machine	Coût par Heure de Travail Machine
Moulage	4 000,00 €	2 000,00 €	50,00 €
Finition	3 000,00 €	2 000,00 €	70,00 €

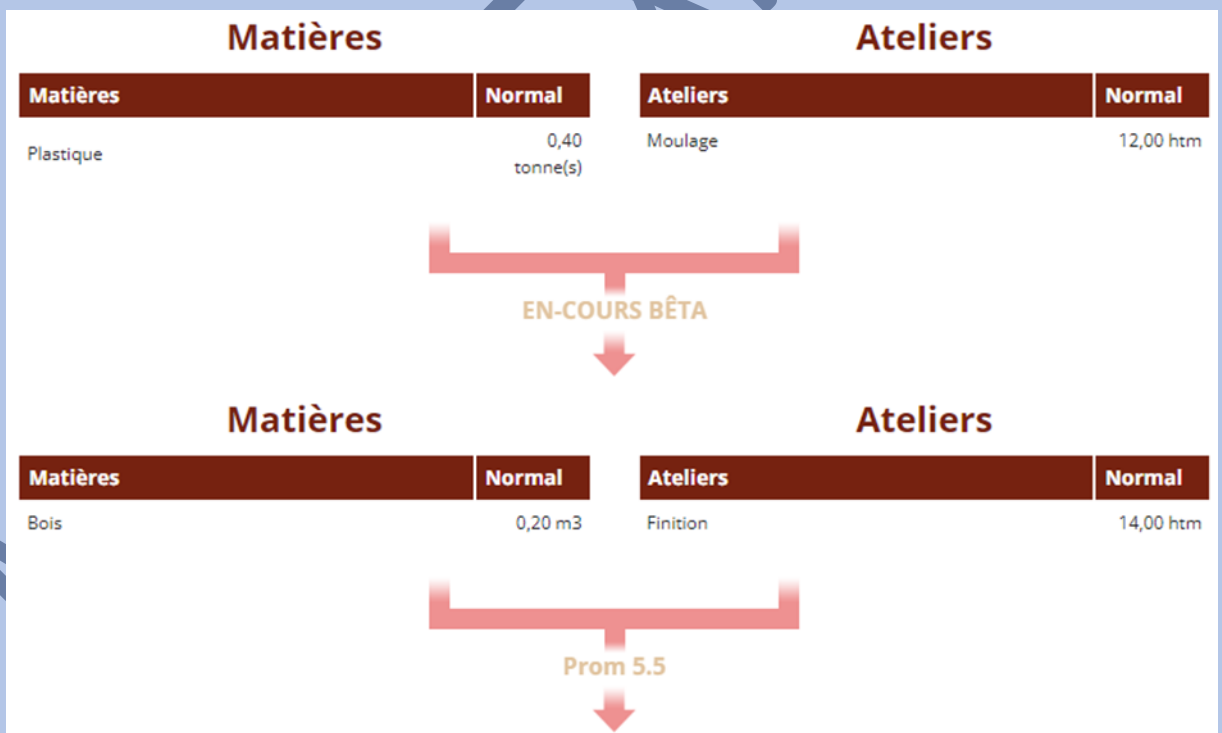
Les décisions Février :

- Processus de production du produit : Pech 4

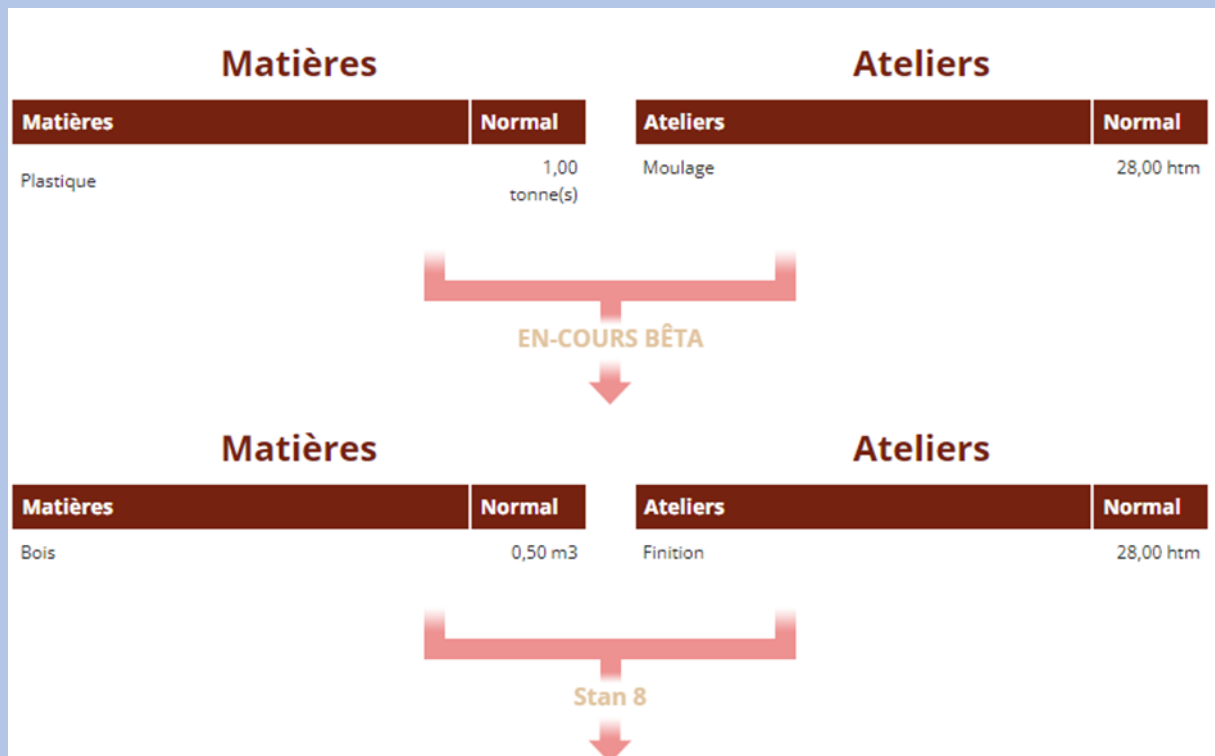


Consommation des matières et accessoires ainsi que des temps de production par produit

- Processus de production du produit : Prom 5.5



- Processus de production du produit : stan 8



- Ordres mensuels de production :

Produit	Stocks existants	Production mensuelle minimale	Ordres mensuels de production	Nouveaux stocks (1)
Pech 4	45	0	5 unité(s)	50
Prom 5.5	31	10	20 unité(s)	51
Stan 8	6	0	3 unité(s)	9

- Coûts mensuels de maintenance et coûts mensuels de production HT :

Ateliers	Coût mensuel par atelier	Coût mensuel par machine	Coût par Heure de Travail Machine
Moulage	4 000,00 €	2 000,00 €	50,00 €
Finition	3 000,00 €	2 000,00 €	70,00 €

Les décisions Mars :

Produit	Stocks existants	Production mensuelle minimale	Ordres mensuels de production	Nouveaux stocks (1)
Pech 4	0	70	<input type="text" value="120"/> unité(s)	120
Prom 5.5	27	28	<input type="text" value="60"/> unité(s)	87
Stan 8	6	4	<input type="text" value="9"/> unité(s)	15

(1) Si ordres de production réalisés

Coûts mensuels de maintenance et coûts mensuels de production HT

Ateliers	Coût mensuel par atelier	Coût mensuel par machine	Coût par Heure de Travail Machine
Moulage	4 000,00 €	2 000,00 €	50,00 €
Finition	3 000,00 €	2 000,00 €	70,00 €

Pour réaliser cette production visée nous devons acquérir quatre machines de finition et cinq machines de moulage, où on les acheter avec le crédit-bail.

Crédit bail

Atelier	Parc existant	Nouveaux contrats	Taux implicite annuel	Redevance mensuelle	Valeur résiduelle	Nouveau parc
Moulage	0 machine	<input type="text" value="4"/> unité	<input type="text" value="12"/> %	2 437,93 €	<input type="text" value="10"/> %	4 machines
Finition	0 machine	<input type="text" value="5"/> unité	<input type="text" value="12"/> %	2 437,93 €	<input type="text" value="10"/> %	5 machines

Les décisions Avril :

Ordres mensuels de production

Produit	Stocks existants	Production mensuelle minimale	Ordres mensuels de production	Nouveaux stocks (1)
Pech 4	24	46	<input type="text" value="66"/> unité(s)	90
Prom 5.5	23	32	<input type="text" value="50"/> unité(s)	73
Stan 8	7	3	<input type="text" value="9"/> unité(s)	16

Décisions MARKETING

Janvier

➤ Prix de vente :

Type de bateaux ↕	Minimum ↕	Normal ↕	Maximum ↕
Pech 4	3 000,00	4 000,00	8 000,00
Prom 5.5	5 000,00	9 000,00	18 000,00
Stan 8	18 000,00	25 000,00	50 000,00

Prix de vente

Type de bateaux	Prix HT	Variation en %
Pech 4	5 000,00 €	25.00 %
Prom 5.5	10 000,00 €	11.11 %
Stan 8	35 000,00 €	40.00 %

➤ Décisions et argumentations :

En se basant sur l'étude de marché concurrentielle on a pu définir les prix suivant pour chaque produit :

Pour le bateau « Pech 4 » ; qui est destiné en principe à la pêche non professionnelle, et aussi utilisé comme bateau de promenade. Ce bateau est en phase de maturité, ce qui signifie qu'on doit se différencier par rapport à nos concurrents afin de conserver notre position sur le marché car la concurrence est plus vive que lors des précédentes étapes du cycle de vie de produit. Donc, il est primordial de fixer un prix moyen équilibré, de 5000€ éloigné de toute forme d'excès tout en prenant en considération à la fois notre coût de revient pour éviter de vendre à perte et aussi le pouvoir d'achat de nos clients.

Pour le bateau « Prom5.5 » ; est destiné à la promenade sur mer, lac, estuaire de rivière ou canal. Donc il est fortement lié à un coefficient saisonnier qui est le résultat d'un calcul qui permet de mesurer un impact saisonnier, d'où la nécessité de satisfaire la demande des clients à travers un meilleur rapport qualité/prix (10 000€) compte tenu de la valeur perçue.

Pour le bateau « Stand8 » ; qui est destiné presque exclusivement aux promenades en mer ou en lac, se trouve dans la phase de lancement. Il appartient aux bateaux de luxe, qui sont caractérisés par une forte excellence qui contribue à renforcer l'image de l'entreprise et justifie un prix élevé de 35000€. Donc, nous avons décidé de suivre une politique d'écrémage.

Publicité de marque (note d'image sur 100)

Type de bateaux	Prix	Confort	Résistance	Esthétique
Pech 4	100 / 100	10 / 100	80 / 100	50 / 100
Prom 5.5	80 / 100	60 / 100	50 / 100	60 / 100
Stan 8	30 / 100	100 / 100	50 / 100	90 / 100

Publicité spécifique (budget mensuel)

Type de bateaux	Minimum	Normal
Pech 4	400,00	1 000,00
Prom 5.5	500,00	1 200,00
Stan 8	2 000,00	5 000,00

Budget mensuel publicité de marque

	Budget mensuel	Axe de communication principal	Axe de communication accessoire
Publicité de marque	20 000,00 €	Esthétique	Confort

Evaluation fin Décembre

Type de bateaux	Notoriété	Image	Synthèse
Pech 4	★☆☆☆☆	★☆☆☆☆	★☆☆☆☆
Prom 5.5	★☆☆☆☆	★☆☆☆☆	★☆☆☆☆
Stan 8	★☆☆☆☆	★☆☆☆☆	★☆☆☆☆

Budget mensuel publicité produits

Type de bateaux	Budget mensuel	Evaluation fin Décembre
Pech 4	1 000,00 €	★☆☆☆☆
Prom 5.5	1 600,00 €	★☆☆☆☆
Stan 8	10 000,00 €	★☆☆☆☆

On a accordé un budget mensuel de publicité de 20 000 € qui est plus élevée que la normale et on a aussi choisis l'axe de communication principal l'esthétique vu que on a un nouveau produit qui est en phase de lancement donc on cherche à ce que ce produit connait une publicité adéquate (produit de luxe) afin d'attirer le maximum de clients. C'est pour cette raison qu'on lui a accordé un budget mensuel de 10 000€ qui est très supérieur que la normale et pour les autres produits leurs

budgets mensuels sont des budgets qui ne dépassent pas la normale (1000€ pour le Pech 4, et 1600€ pour le Prom 5.5)

Délais de paiement

Délais de paiement accordés	
Pech 4	Comptant
Prom 5.5	1 mois
Stan 8	1 mois

On a décidé d'accorder des délais de paiement comme suit :

Pour le Pech 4 : En comptant vu que c'est un produit accessible à tout le monde et utilisé dans la pêche principalement donc son délai de paiement sera en comptant

Pour le Prom 5.5 et Stan 8 : on a accordé un délai de paiement de un mois afin d'améliorer un degré de satisfaction élevé et aussi car ce sont des produits de haut de gamme.

Février

➤ Prix de vente :

Type de bateaux	Prix HT	Variation en %
Pech 4	3 199,00 €	-36.02 %
Prom 5.5	8 999,00 €	-10.01 %
Stan 8	31 999,00 €	-8.57 %

Par rapport au mois dernier on a décidé de diminuer les prix de ventes vu qu'on n'a pas pu faire un grand nombre de ventes et qu'il avait une grande différence entre la satisfaction perçue et la satisfaction attendue donc on a décidé d'accorder des prix qui ne dépassent pas trop la moyenne (3199€ pour le Pech 4, 8999€ pour le Prom 5.5 et 31999€ pour le Stan 8)

➤ Publicité

Budget mensuel publicité de marque

	Budget mensuel	Axe de communication principal	Axe de communication accessoire
Publicité de marque	20 000,00 €	Prix	Résistance

Budget mensuel publicité produits

Type de bateaux	Budget mensuel	Evaluation fin Janvier
Pech 4	1 500,00 €	★☆☆☆☆
Prom 5.5	2 000,00 €	★☆☆☆☆
Stan 8	8 000,00 €	★☆☆☆☆

Pour le mois de février on a accordé le même budget mensuel de marque, mais on a changé d'axe de communication principal d'esthétique à prix, on aussi augmenté le budget mensuel de publicité pour le Pech 4 et le Prom 5.5 car le mois dernier ces deux produits non pas étaient bien vendus.

Délai de paiement

Délais de paiement accordés

	Délais de paiement accordés
Pech 4	1 mois
Prom 5.5	Comptant
Stan 8	1 mois

On a laissé les mêmes délais de paiement pour le Pech 4 et le Stan 8 mais on a changé le délai de paiement en comptant pour le Prom 5.5

Mars

➤ Prix de vente

Prix de vente

Type de bateaux	Prix HT	Variation en %
Pech 4	3 199,00 €	0.00 %
Prom 5.5	7 200,00 €	-19.99 %
Stan 8	26 000,00 €	-18.75 %

On a pu au mois de février assurer de bonnes ventes pour le Pech 4 donc on n'a pas changé de prix (3199€) pour le Prom 5.5 et le Stan 8 on a décidé de diminuer un peu le prix afin d'attirer plus de clients (prospectivement 7200€, 26000€)

Budget mensuel publicité de marque

	Budget mensuel	Axe de communication principal	Axe de communication accessoire
Publicité de marque	20 000,00 €	Prix	Esthétique

Budget mensuel publicité produits

Type de bateaux	Budget mensuel	Evaluation fin Février
Pech 4	5 000,00 €	★☆☆☆☆
Prom 5.5	6 000,00 €	★☆☆☆☆
Stan 8	9 000,00 €	★☆☆☆☆

Pour le budget mensuel de marque on a laissé le même que Février en changeant l'axe de communication accessoire de résistance à esthétique afin d'augmenter la qualité d'image des produits

Pour les budgets mensuels des produits on a dû augmenter les budgets de tous les produits puisqu'on baissé les prix des ventes donc il était important de notifier les clients sur ces promos.

➤ Délais de paiement

Délais de paiement accordés

	Délais de paiement accordés
Pech 4	Comptant
Prom 5.5	1 mois
Stan 8	2 mois

Pour les délais on a changé le délai du Pech 4 de 1mois à comptant puisque c'est un produit abordable et modéré, pour le Prom 5.5 on la changé de comptant à un mois et le Stan 8 de 1 mois à 2 mois vu que la clientèle de ce produit est plutôt aisée

Avril

Prix de vente

Type de bateaux	Prix HT	Variation en %
Pech 4	3 900,00 €	21.91 %
Prom 5.5	8 000,00 €	11.11 %
Stan 8	28 000,00 €	7.69 %

Pour le mois d'avril on a baissé encore une fois le prix afin d'assurer une bonne concurrence avec les concurrents et attirer plus de clients.

Budget mensuel publicité de marque

	Budget mensuel	Axe de communication principal	Axe de communication accessoire
Publicité de marque	20 000,00 €	Prix	Esthétique

Budget mensuel publicité produits

Type de bateaux	Budget mensuel	Evaluation fin Février
Pech 4	5 000,00 €	★☆☆☆☆
Prom 5.5	6 000,00 €	★☆☆☆☆
Stan 8	9 000,00 €	★☆☆☆☆

Pour cet mois on a laissé les memes budgets de marques et les budgets de produits

Délais de paiement accordés

	Délais de paiement accordés
Pech 4	Comptant
Prom 5.5	Comptant
Stan 8	Comptant

Décision financement

Janvier

Actions							
Type	Quantité initiale	Montant initial	Cours du jour	Achat	Vente	Quantité finale	Montant final
Actions A1	0 actions	0,00 €	168,39 €	<input type="text" value="0"/> unit	<input type="text" value="0"/> unit	0 actions	0,00 €
Actions A2	7000 actions	1 064 140,00 €	152,02 €	<input type="text" value="0"/> unit	<input type="text" value="200"/> unit	6800 actions	1 033 736,00 €
Actions A3	0 actions	0,00 €	41,83 €	<input type="text" value="100"/> unit	<input type="text" value="0"/> unit	100 actions	4 183,00 €

Obligations							
Type	Quantité initiale	Montant initial	Cours du jour	Achat	Vente	Quantité finale	Montant final
Obligations O1	0 obligations	0,00 €	107,46 €	<input type="text" value="0"/> unit	<input type="text" value="0"/> unit	0 obligations	0,00 €
Obligations O2	5000 obligations	555 500,00 €	111,10 €	<input type="text" value="0"/> unit	<input type="text" value="0"/> unit	5000 obligations	555 500,00 €
Obligations O3	0 obligations	0,00 €	109,37 €	<input type="text" value="0"/> unit	<input type="text" value="0"/> unit	0 obligations	0,00 €

Pour ce mois on a décidé de vendre 200 actions type A2 parce qu'on a constaté une augmentation de son prix.

Mars :

Actions

Type	Quantité initiale	Montant initial	Cours du jour	Achat	Vente	Quantité finale	Montant final
Actions A1	0 actions	0,00 €	169,56 €	<input type="text" value="1200"/> unit	<input type="text" value="0"/> unit	1200 actions	203 472,00 €
Actions A2	6800 actions	1 039 448,00 €	152,86 €	<input type="text" value="0"/> unit	<input type="text" value="0"/> unit	6800 actions	1 039 448,00 €
Actions A3	100 actions	4 200,00 €	42,00 €	<input type="text" value="0"/> unit	<input type="text" value="100"/> unit	0 actions	0,00 €

Obligations

Type	Quantité initiale	Montant initial	Cours du jour	Achat	Vente	Quantité finale	Montant final
Obligations O1	0 obligations	0,00 €	107,73 €	<input type="text" value="0"/> unit	<input type="text" value="0"/> unit	0 obligations	0,00 €
Obligations O2	5000 obligations	556 900,00 €	111,38 €	<input type="text" value="0"/> unit	<input type="text" value="0"/> unit	5000 obligations	556 900,00 €
Obligations O3	0 obligations	0,00 €	109,64 €	<input type="text" value="0"/> unit	<input type="text" value="0"/> unit	0 obligations	0,00 €

Compte épargne

Solde initial	500 000,00 €
Placement	<input type="text" value="50 000,00"/> €
Taux d'intérêt	<input type="text" value="2,4"/> %
Retrait	<input type="text" value="0,00"/> €
Nature du taux	Proportionnel ▾
Nouveau solde	550 000,00 €

Pour ce mois, on a décidé d'investir et acheter 1 200 actions type A1 et vendre 100 actions de type A3 puisqu'ils sont moins rentable que les autres.

On a aussi décidé de faire un placement de 50 000 € pour ne pas tomber dans un déficit pour les moins prochains.

Avril :

Actions

Type	Quantité initiale	Montant initial	Cours du jour	Achat	Vente	Quantité finale	Montant final
Actions A1	1200 actions	188 064,00 €	156,72 €	800 unit	0 unit	2000 actions	313 440,00 €
Actions A2	6800 actions	977 092,00 €	143,69 €	0 unit	3800 unit	3000 actions	431 070,00 €
Actions A3	0 actions	0,00 €	40,17 €	0 unit	0 unit	0 actions	0,00 €

Pour ce mois on a décidé d'acheter 800 d'actions de type A1 et vendre 3800 de type A2.

Décisions Ressources humaines

L'entreprise ; elle peut en effet influencer dans des directions totalement contraires l'état du potentiel humain d'une unité. C'est à travers l'embauche, par exemple, que peut être rajeunie la population d'une entreprise ou que le niveau moyen de compétence peut être ajusté. Il faut donc bien choisir sa tactique et politique à suivre.

Décision du mois Janvier

Service commercial						
	Effectif actuel	Embauche	Licenciement	Salaire brut mensuel	Commission	Nouvel effectif
Représentants	5	1 pers.	0 pers.	1 500,00 €	2 %	6

➤ Commentaire

Un représentant commercial a maintes missions principales dans une entreprise. Il vend les divers produits ou services d'une entreprise à des clients spécialistes. Il se consacre, entre autres, à la prospection de la clientèle, s'occupe de la promotion et de la présentation des biens et services. Il conclut les ententes de vente et assure le suivi. Il doit identifier les besoins et les attentes distinctifs de ces clients en fonction de chaque secteur, de manière à pouvoir garantir à tous la même satisfaction.

Dans ce mois on a donc trouvé nécessaire de recruter un nouveau représentant mais sans aucune augmentation de commission temps que nos ventes sont faibles et donc assez couvertes par le nombre actuel d'employés.

Décision du mois Février

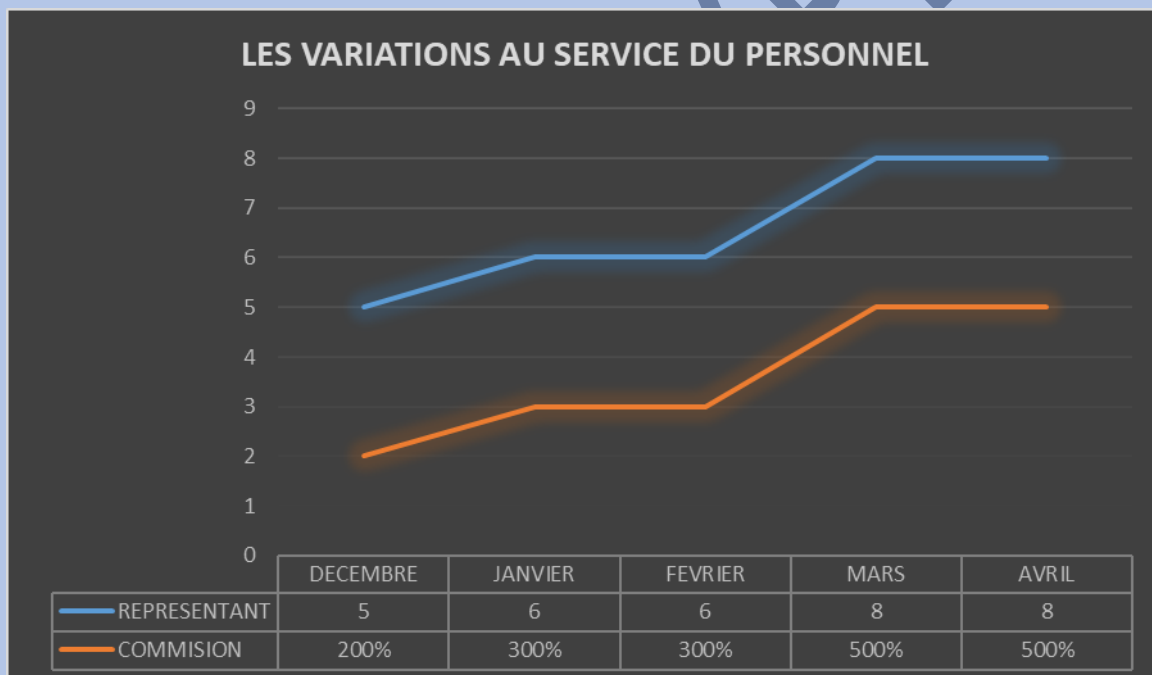
Service commercial

	Effectif actuel	Embauche	Licenciement	Salaire brut mensuel	Commission	Nouvel effectif
Représentants	6	0 pers.	0 pers.	1 500,00 €	3 %	6

➤ Commentaire

La rentabilité de notre entreprise était encore faible et donc on a décidé d'augmenter nos productions .pour atteindre l'objectif des ventes souhaité, on s'est trouvé dans le besoin de recruter deux autres représentants commerciaux ; et augmenter le taux de commission de 2 % à l'ancien pour les motiver de fournir plus d'efforts en terme de commercialisation de produits de négociations de prospections de clients et bien travailler sur l'image de marque comme pour cette saison on a diminuer le prix pour vendre une bonne quantité de produits ainsi que le service marketing a mis un bon budget pour sa publicité

Donc le recrutement et l'augmentation de commission sont deux choix nécessaires à ce niveau.



FICHES DE POSTES

SERVICE APPROVISIONNEMENT

FICHE DE POSTE

CHAJIDI KENZA

Intitulé de poste	Responsable du service approvisionnement
Rattachement hiérarchique	<ul style="list-style-type: none">➤ Directeur des achats➤ Directeur des usines➤ Directeur industriel➤ Directeur logistique➤ Directeur général
Missions principales	<ul style="list-style-type: none">✓ Négocier avec les fournisseurs : prix, délais de livraison, quantités...✓ Rechercher des nouveaux fournisseurs afin de faire baisser les couts de production✓ Recrutement et formation des équipes d'approvisionnement✓ Gestion des carrières, en lien avec le service RH✓ Constitution des équipes et répartition des tâches
Qualités	<ul style="list-style-type: none">➤ Résistant au stress➤ Organisé➤ Savoir faire preuve de sang-froid et de recul➤ Esprit d'équipe➤ Un bon négociateur
Compétences	<ul style="list-style-type: none">➤ Un talent certain pour la négociation➤ Un bon sens du compromis➤ Une capacité à valoriser et déléguer➤ Se la diplomatie et de la pédagogie

SERVICE RESSOURCES HUMAINES

Fiche de poste

Samah Abou Hassan

Intitulé du poste	Responsable ressource humaines
Description générale du poste	Le Directeur des Ressources Humaines gère l'ensemble des services RH de la société en tenant compte des objectifs de sa direction générale et en supervisant ses équipes.
Rattachement hiérarchique	Rattaché hiérarchiquement à la direction générale
Mission principale	
<ul style="list-style-type: none"> • Définir et piloter les stratégies et politique RH de son entreprise en accord avec sa direction ; • Encadrer l'ensemble des services RH et le personnel de la société ; • Mettre en place des projets RH afin de continuer à faire évoluer la société 	
Rôles et stratégies à établir	
<ul style="list-style-type: none"> • Echanger et mettre en place la stratégie RH de la société avec la Direction Générale en tenant compte des objectifs de la société (CA, évolution de l'entreprise, ...). • Comprendre les problématiques RH de l'entreprise et proposer des solutions adaptées à la Direction Générale. • Faire valider l'ensemble des stratégies RH de la société par la Direction Générale : politique de recrutement, politique de formation, développement des ressources humaines, gestion de la paie, ... • Fixer des objectifs qui permettront de réaliser les différentes politiques RH définies en amont. • Être le représentant de la Direction Générale sur l'ensemble des sujets RH. • Piloter et maîtriser la masse salariale. • Conseiller la direction en matière de ressources humaines. 	
Compétences requises pour le poste :	
<ul style="list-style-type: none"> • <i>Connaissance</i> • <i>Pratique</i> • <i>Maîtrise</i> • <i>Expertise</i> • Le sens de l'écoute • Être force de proposition • Être force de conviction • Bonne communication orale et écrite • Sens de la discrétion et de la confidentialité • Notion de travail en équipe • Polyvalence • Maîtrise du droit du travail et du droit social 	
autorités	
<ul style="list-style-type: none"> • Recrutement • Gestion d'emploi • Relations sociales et syndicales • Communication interne • Formation • Mettre en place des projets RH 	

SERVICE MARKETING

FICHE DE POSTE

DAOUDI IKRAM

Intitulé de poste	Responsable du service Marketing
Rattachement hiérarchique	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Directeur de la stratégie marketing ➤ Directeur opérationnel ➤ Directeur commercial ➤ Directeur général ➤ Directeur de la promotion des ventes
Missions principales	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Développer une stratégie de communication et de promotion en collaboration avec les commerciaux et chefs de produits ✓ Organiser les actions de promotion et de communication : publicité, presse, matériel spécifique, animations, participation aux salons et expositions ✓ Prévoir les ventes d'après les statistiques et les actions de promotion, les transmettre aux services concernés : production, achats, logistique ✓ Développer et améliorer les bases de données produits et les fichiers clients ✓ Concevoir, (faire) réaliser les outils marketing et les actualiser : catalogues, tarifs, dépliants publicitaires, fiches produits, descriptifs, argumentaires, etc. ✓ Développer le site web et son actualisation
Qualités	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Aisance relationnelle pour jouer un rôle d'interface entre sa direction et son équipe ➤ Autorité naturelle pour fédérer son équipe, la stimuler ➤ Adaptabilité à des interlocuteurs, des environnements et des horaires divers ; ➤ Organisation pour coordonner son activité et celle de son équipe ;
Compétences	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Des compétences avérées en marketing (bonnes connaissances du marketing études, marketing produit, stratégies de marque, marketing opérationnel...) ➤ Une bonne maîtrise du secteur d'activités ➤ Des capacités d'analyse de marché, de synthèse de données ➤ Des connaissances financières et juridiques ➤ Une maîtrise des logiciels bureautiques et statistiques

SERVIVE PRODUCTION

Fiche de poste :

AGHARBI NOHAILA

Intitulé de poste	Directrice production
Missions principales	<ul style="list-style-type: none">➤ Définir et mettre en place des objectifs de production.➤ Optimiser la production à travers une politique d'appui des principaux leviers.➤ Valider des plans d'investissements pour accroître la performance de la production.➤ Assurer le bon déroulement de la chaîne de production.➤ Gérer et animer les équipes et les ateliers de production d'une manière régulière.➤ Transmettre les résultats au directeur d'usine et évaluer la performance de la production.
Compétences techniques	<ul style="list-style-type: none">▪ Pré-requis techniques liés à la connaissance du produit.▪ Une excellente connaissance du secteur d'activité de l'entreprise et de l'environnement concurrentiel.▪ Une excellente maîtrise de l'anglais technique pour assurer un dialogue permanent avec les partenaires.
Qualités personnelles	<ul style="list-style-type: none">✓ Ayant un charisme redoutable et un tempérament de meneur.✓ Forte capacité d'adaptation et de travail.✓ Être disponible en permanence.✓ Habilités à bien gérer des équipes et fédérer les esprits.✓ Réactif et organisé.✓ Avoir une force de proposition et de décision

SERVICE FINANCIER

Intitulé de poste	Directeur financier
Missions principales	<ul style="list-style-type: none">• Le Directeur Financier doit tout d'abord encadrer l'équipe financière ainsi que l'équipe comptable. Il lui revient d'élaborer le budget, d'anticiper les besoins en financement et de valider aussi bien les choix fiscaux que les arrêtés comptables. Par ailleurs, la personne doit sécuriser les flux financiers, assurer le suivi de la trésorerie et des écarts. Elle est aussi tenue de faire fructifier les fonds.• Le Directeur des Finances est le premier responsable de la stratégie financière, comptable et budgétaire de l'entreprise. En tant que tel, il supervise l'ensemble des fonctions liées à la trésorerie, la facturation, les relations bancaires, les audits financiers, mais aussi la politique générale d'investissement de l'entreprise. Les investissements se font avec son aval. S'il exerce au sein d'un groupe de plusieurs sociétés ou filiales, le Directeur Financier est amené à consolider les comptes.
Compétences techniques	<ul style="list-style-type: none">▪ Savoir manager une équipe▪ Être leader▪ Aisance relationnelle▪ Savoir gérer le stress▪ Savoir convaincre un public▪ Avoir le sens de l'écoute
Qualités personnelles	<ul style="list-style-type: none">✓ Ayant un charisme redoutable et un tempérament de meneur.✓ Forte capacité d'adaptation et de travail.✓ Être disponible en permanence.✓ Habilités à bien gérer des équipes et fédérer les esprits.✓ Réactif et organisé.✓ Avoir une force de proposition et de décision

Fiches de présences et PV de réunions :

<u>Pv Réunion</u>	1
<u>Date</u>	Le 24/10/2022
<u>Lieu</u>	Google meet
<u>Les membres présents :</u>	ABOU HASSAN Samah ABOUTALEB Ahlam ACHIBET Mohamed AGHARBI Nohaila CHAJIDI Kenza CHERRATE Rabia DAOUDI ikram
<u>Sujet de la réunion :</u>	Répartition des départements entre les membres et établissement de la première mission.
<u>Taches réalisées :</u>	<ul style="list-style-type: none">• Répartition des départements entre les membres selon les frères.• Élaboration de la fiche de l'entreprise : nom, logo, coordonnées, secteur d'activité.• Elaboration d'organigramme de l'entreprise.• Elaboration des fiches des postes.• Choix des stratégies à adopter.

<u>Pv Réunion</u>	2
<u>Date</u>	Le 26/10/2022
<u>Lieu</u>	Salle de lecture
<u>Les membres présents :</u>	ABOU HASSAN Samah ABOUTALEB Ahlam ACHIBET Mohamed AGHARBI Nohaila CHAJIDI Kenza CHERRATE Rabia DAOUDI ikram

<u>Sujet de la réunion :</u>	Définition de la première décision avec détermination de la méthodologie de travail pour les décisions à venir.
<u>Taches réalisées :</u>	<ul style="list-style-type: none"> • Lecture des documents affichés par logiciel Calypso. • Fixation des objectifs globaux et autres spécifiques. • Prise des décisions concernant : <ul style="list-style-type: none"> ➤ Les objectifs de vente ➤ Prix de vente ➤ Publicité ➤ Délais de paiement ➤ Quantités à produire ➤ Besoin en machines ➤ Approvisionnement ➤ Recrutement

<u>Pv Réunion</u>	3
<u>Date</u>	Le 30/10/2022
<u>Lieu</u>	Google meet
<u>Les membres présents :</u>	<p>ABOU HASSAN Samah ABOUTALEB Ahlam ACHIBET Mohamed AGHARBI Nohaila CHAJIDI Kenza CHERRATE Rabia DAOUDI ikram</p>
<u>Sujet de la réunion :</u>	Analyse des résultats de la décision prise le mois passé.
<u>Taches réalisées :</u>	<ul style="list-style-type: none"> • Analyse de la dernière décision selon : <ul style="list-style-type: none"> ➤ Les notes affichées par le professeur ➤ La trésorerie ➤ Les ventes constatées ➤ Le classement de l'entreprise

	<ul style="list-style-type: none"> • Achat des documents jugés nécessaires. <p>Modification et amélioration des stratégies prises.</p>
--	---

<u>Pv Réunion</u>	4
<u>Date</u>	Le 2/11/2022
<u>Lieu</u>	Salle de lecture
<u>Les membres présents :</u>	<p>ABOU HASSAN Samah</p> <p>ABOUTALEB Ahlam</p> <p>ACHIBET Mohamed</p> <p>AGHARBI Nohaila</p> <p>CHAJIDI Kenza</p> <p>CHERRATE Rabia</p> <p>DAOUDI ikram</p>
<u>Sujet de la réunion :</u>	Prendre une décision.
<u>Taches réalisées :</u>	<ul style="list-style-type: none"> • Modification de la méthodologie de prise de décision. • Discussion sur les stratégies à mor, • Mise en accord sur La deuxième décision concernant tous les départements. <p>Adoption des nouveaux objectifs.</p>

<u>Pv Réunion</u>	5
<u>Date</u>	Le 3/11/2022
<u>Lieu</u>	Google meet
<u>Les membres présents :</u>	<p>ABOU HASSAN Samah</p> <p>ABOUTALEB Ahlam</p> <p>ACHIBET Mohamed</p> <p>AGHARBI Nohaila</p> <p>CHAJIDI Kenza</p> <p>CHERRATE Rabia</p> <p>DAOUDI ikram</p>
<u>Sujet de la réunion :</u>	Analyse des résultats de la décision prise le mois passé.
<u>Taches réalisées :</u>	<ul style="list-style-type: none"> • Analyse de la dernière décision selon : <ul style="list-style-type: none"> ➤ Les notes affichées par le professeur ➤ La trésorerie ➤ Les ventes constatées ➤ Le classement de l'entreprise • Adoption des stratégies correctives. • Surveillance des écarts entre les objectifs prévisionnels et les objectifs réalisés. <p>Réalisation des études financières, commerciales et de production.</p>

<u>Pv Réunion</u>	6
<u>Date</u>	Le 4/11/2022
<u>Lieu</u>	Café univers
<u>Les membres présents :</u>	ABOU HASSAN Samah ABOUTALEB Ahlam ACHIBET Mohamed AGHARBI Nohaila CHAJIDI Kenza CHERRATE Rabia DAOUDI ikram
<u>Sujet de la réunion :</u>	Prendre une décision
<u>Taches réalisées :</u>	<ul style="list-style-type: none"> • Suivi de l'ancienne méthodologie de prise de décision. • Mise en accord sur la nouvelle décision concernant la globalité des départements. • Analyse des couts. Prévision des problèmes budgétaires.

<u>Pv Réunion</u>	7
<u>Date</u>	Le 7/11/2022
<u>Lieu</u>	Café Afriquia
<u>Les membres présents :</u>	ABOU HASSAN Samah ABOUTALEB Ahlam ACHIBET Mohamed

	<p>AGHARBI Nohaila</p> <p>CHAJIDI Kenza</p> <p>CHERRATE Rabia</p> <p>DAOUDI ikram</p>
<u>Sujet de la réunion :</u>	Analyse des résultats de la décision prise le mois passé.
<u>Taches réalisées :</u>	<p>• Analyse de la dernière décision selon :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Les notes affichées par le professeur ➤ La trésorerie ➤ Les ventes constatées ➤ Le classement de l'entreprise <p>Analyse commerciale en se basant sur a satisfaction lien le prix êtes charges de publicité.</p> <p>Gestion de trésorerie selon les encaissements at les décaissements.</p>

<u>Pv Réunion</u>	8
<u>Date</u>	Le 11/11/2022
<u>Lieu</u>	Salle de lecture
<u>Les membres présents :</u>	<p>ABOU HASSAN Samah</p> <p>ABOUTALEB Ahlam</p> <p>ACHIBET Mohamed</p> <p>AGHARBI Nohaila</p> <p>CHAJIDI Kenza</p> <p>CHERRATE Rabia</p>

	DAOUDI ikram
<u>Sujet de la réunion :</u>	Prendre une décision
<u>Taches réalisées :</u>	<ul style="list-style-type: none"> • Pise des décisions concernant : <ul style="list-style-type: none"> ➤ Les objectifs de vente ➤ Prix de vente ➤ Publicité ➤ Délais de paiement ➤ Quantités à produire ➤ Besoin en machines ➤ Approvisionnement Recrutement

<u>Pv Réunion</u>	10
<u>Date</u>	Le 18/11/2022
<u>Lieu</u>	Salle de lecture
<u>Les membres présents :</u>	ABOU HASSAN Samah ABOUTALEB Ahlam ACHIBET Mohamed AGHARBI Nohaila CHAJIDI Kenza CHERRATE Rabia DAOUDI ikram
<u>Sujet de la réunion :</u>	Prendre une décision
<u>Taches réalisées :</u>	<ul style="list-style-type: none"> • Pise des décisions concernant :

	<ul style="list-style-type: none"> • Prise des décisions concernant tous les départements de l'entreprise • Analyse détaillée de chaque chef des services par les chefs de départements. • Correction des décisions prises auparavant. • Discussion sur les éléments de rapport final
--	---

<u>Pv Réunion</u>	11
<u>Date</u>	Le 30/11/2022
<u>Lieu</u>	Google meet
<u>Les membres présents :</u>	ABOU HASSAN Samah ABOUTALEB Ahlam ACHIBET Mohamed AGHARBI Nohaila CHAJIDI Kenza CHERRATE Rabia DAOUDI ikram
<u>Sujet de la réunion :</u>	Analyse des résultats de la décision prise le mois passé.
<u>Taches réalisées :</u>	<ul style="list-style-type: none"> • Analyse de la dernière décision selon : <ul style="list-style-type: none"> ➤ Les notes affichées par le professeur ➤ La trésorerie ➤ Les ventes constatées ➤ Le classement de l'entreprise Amélioration de quelque stratégie.

<u>Pv Réunion</u>	12
<u>Date</u>	Le 02/12/2022
<u>Lieu</u>	Salle de lecture
<u>Les membres présents :</u>	<p>ABOU HASSAN Samah</p> <p>ABOUTALEB Ahlam</p> <p>ACHIBET Mohamed</p> <p>AGHARBI Nohaila</p> <p>CHAJIDI Kenza</p> <p>CHERRATE Rabia</p> <p>DAOUDI ikram</p>
<u>Sujet de la réunion :</u>	Définition de la dernière décision.
<u>Taches réalisées :</u>	<ul style="list-style-type: none"> • Prise de la décision selon les démarches et les stratégies choisies auparavant. • Analyse des résultats • Gestion financière, commerciale et de production. • Calcul de la rentabilité. • Finaliser le travail • Trouver les solutions • Discuter les taches de chaque membre <p>Finaliser le rapports</p>

MARKETEXPERT