



Jeu d'entreprise **PlanMix** V7.00

PRESENTATION	PlanMix est un jeu de simulation axé sur la fonction marketing.
DIFFICULTE	Modéré (Niveau BAC+1 et au-delà)
EFFECTIF	Entre 8 et 30 participants pour 4 à 5 équipes par jeu.
DUREE	2 jours
OBJECTIFS	<ul style="list-style-type: none"> Faire découvrir les principes de la gestion d'entreprise Sensibiliser à l'interdépendance des fonctions de l'entreprise. Appréhender l'importance de l'équilibre du 'mix-marketing'
PUBLIC	<ul style="list-style-type: none"> Formation initiale (Ecoles de commerces, IUT, BTS, Ecoles d'ingénieurs...) Formation continue (Cadres, technico-commerciaux, chefs d'entreprises, conseils d'entreprises...)
SCENARIO	Les entreprises en concurrence vendent un produit nouveau, de grande consommation (petit appareil électroménager), à un réseau de revendeurs. Chaque entreprise conçoit son produit mais sous-traite sa fabrication.

THEMES ABORDES

- Fonction marketing :**

Equilibre des composantes du 'mix', cohérence d'une stratégie, spécificités d'un marché, positionnement publicitaire, adaptation de la structure du budget marketing aux différentes étapes de la vie du produit, gestion de la qualité et de l'après-vente, force de vente et réseau de distribution, détermination du prix en tant que variables marketing et financière, conséquences commerciales d'une rupture de stock, etc.

- Approvisionnement et stockage :**

Capacité de stockage, sous-traitance, arbitrage entre nombre de commandes et remise fournisseur, détermination des principales composantes du coût de stockage, liaison entre situation financière et possibilités d'achats, conséquences d'inventus sur les coûts, etc.

- Finances et trésorerie :**

Financement interne et externe, conditions d'octroi d'emprunts, analyse et prévision d'états financiers, (budgets, trésorerie, bilan), notions de variation de stock, de dotation aux amortissements, etc.

SPECIFICITES

- La nécessité d'un **dosage optimal des actions commerciales** en matière de qualité, de conditionnement du produit, de publicité, de promotion et de force de vente (équilibre du 'mix').
- L'importance du choix d'un **axe publicitaire (positionnement)**, facteur qualitatif qui sanctionne l'incohérence éventuelle des décisions commerciales ou qui, au contraire, favorise l'entreprise lorsque les politiques menées sont toutes en adéquation avec l'axe choisi.
- Des **impératifs de rentabilité** qui excluent le 'marketing délirant' où les aspects financiers sont passés sous silence. Dans PlanMix, le développement des entreprises dépend de leurs situations financières.
- Les calculs d'un modèle de stock réaliste qui exige des participants un suivi très strict de leurs **approvisionnements** et de leur **capacité de stockage.**
- L'existence de **nombreuses études commerciales** proposées aux entreprises qui ont ainsi à gérer un budget de recherche marketing.
- Les **documents d'animation** fournis avec le produit (tableaux à remplir par les participants, états de synthèse, guide d'utilisation, etc.) qui **simplifient la préparation et la mise en œuvre de l'animation.**
- Le **module d'aide à la décision**, élément de différenciation par rapport aux produits concurrents, rend l'animation plus facile tout en enrichissant la démarche décisionnelle des participants.
- Le module **aperçu de la simulation** facilite l'analyse des résultats et la conduite de l'animation.
- PlanMix est aussi disponible en **versions anglaise et espagnole.**

L'auteur de PlanMix est Guy Audigier, Diplômé de l'ESCP, Agrégé de l'Université

Editions ANTIKERA - 7 rue Garcia-Lorca 31520 RAMONVILLE - Tel : 05 61 73 57 50 - www.antikera.com

Contacts : guyaudigier@orange.fr Tel : 06 74 73 09 62 ou alexandre.audigier@gmail.com Tel : 06 21 20 54 52