

PRESENTATION EPREUVE BUSINESS – GAME

Responsable Marketing Opérationnel

Année 2020/2021

Le Business Game est **CESIM – SIMBRAND**, directement axé sur le processus de prises de décisions marketing lié à la commercialisation de produits grand public (huit segments de consommateurs, 2 marchés Asie et Europe).

Le « Business Game » est une activité dynamique, de mise en œuvre d'une stratégie, dans une entreprise existante, confrontée à une problématique de développement et de conquête de marché, évoluant dans un environnement mobile et face à une concurrence active (et imprévisible). Le jeu modélise en direct l'interaction entre toutes les variables et paramètres d'une part, et toutes les dimensions du management d'autre part (stratégie générale, marketing, production, logistique, présence internationale, finances, RH, R&D, géopolitique et économie mondiale ou régionale). L'effet « simulation » permet la mesure des actions et apporte la sanction du résultat, dans un environnement concurrentiel. Ce « business game » offre donc une vision globale du management d'une entreprise de grande envergure (groupe international), s'appuyant sur une exploitation transverse des notions acquises dans les U1, U2, U3, U4 et U5. De plus, joué en équipe dans une logique de confrontation des résultats très prégnante au fil du déroulement, il met à l'épreuve le travail de groupe de manière plus significative.

Le challenge est un travail d'équipe. Pour autant, il ne doit pas y avoir sectorisation des tâches (qui briserait la cohérence des décisions) ; chaque membre de l'équipe doit partager la vision d'ensemble, mais au moment des décisions, chacun élabore son propre système de solutions. Au vu des différents résultats qui en découlent, l'équipe choisit la solution d'un de ses équipiers, jugée la plus porteuse ou la plus efficiente, l'améliore éventuellement et la valide comme décisions finales. Un classement s'établit ainsi à chaque tour (sur la base du résultat net, des parts de marché, du retour cumulé aux actionnaires et des principaux ratios financiers).

Le jeu démarre par une présentation aux apprenants (il existe une notice technique et un tutoriel), prolongée par un tour « à blanc ». Par la suite, la base de départ est constituée par un tour dit « zéro » qui fixe les données de départ, identiques pour tout le monde.

Thème : Les produits de grande consommation

BILAN

Pour la grande majorité, les apprenants expriment un « retour » excellent sur cette activité, qui imprime une émulation et un fort impact pédagogique (travail en groupe, compréhension des logiques globales animant une entreprise, concrétisation des notions du cours, enjeu très perceptible).

Il convient de prévenir les dérives liées à un esprit trop « joueur » (gagner ou passer devant, sans se préoccuper de la cohérence et des réalités), qui peuvent dénaturer le jeu. Un suivi critique des résultats, prolongé par un contact en ligne avec CESIM, permet de mettre en place une régulation en temps utile.