

ELITE

Business Game





EDITO

ELITE est ce que l'on appelle un Business Game, ou une simulation de gestion d'entreprise. Il a été conçu par DIGITOL, un organisme de formation partenaire de votre école.

DIGITOL regroupe plusieurs consultants-formateurs, toutes et tous chefs d'entreprise. Notre constat est le suivant : un(e) pilote d'avion s'entraîne à ne pas crasher son appareil sur simulateur. Pourquoi un(e) chef(fe) d'entreprise n'aurait pas son simulateur pour tester différentes stratégies et éviter la faillite ?

Nous avons ainsi passé de longs mois à développer un logiciel capable de simuler la vie d'une entreprise virtuelle dont vous serez les dirigeants.

En concurrence contre d'autres équipes, votre objectif sera de faire les meilleurs choix stratégiques (appelés "feuilles de routes") pour mener votre firme vers la victoire finale ! Le logiciel intègre tous les grands pôles d'une entreprise : RH, marketing, finance, commercial...

Bien que réaliste, le modèle ne peut refléter à 100% la complexité de la réalité. Et ça n'est d'ailleurs pas son objectif ! L'idée est que vous puissiez comprendre les principaux mécanismes de la gestion d'une entreprise dans un univers concurrentiel.

Vous déciderez ainsi d'absolument tout : combien de personnes vous souhaitez recruter, le prix auquel vous vendez vos services, le budget alloué à la publicité etc. Un seul élément vous échappe : vos ventes. Le logiciel analyse en effet votre stratégie et la compare à celle de vos concurrents, pour vous attribuer les ventes que vous méritez.

L'équipe gagnante sera celle qui trouvera le meilleur compromis entre ventes et maîtrise des coûts. En d'autres termes, l'entreprise qui cumulera les meilleurs bénéfices !

Lisez très attentivement ce livret du participant, il contient l'ensemble des informations relatives à votre entreprise. Bonne lecture !

Le contexte

LE MARCHÉ

Personal branding, vous connaissez ?

L'expression n'est pas nouvelle. Les américains ont commencé à s'y intéresser dans les années 90. L'idée est de promouvoir son image et ses compétences par l'intermédiaire des techniques marketing et publicitaires généralement utilisées pour une marque.

A titre personnel, vous pratiquez très certainement le personal branding : dès que vous publiez un post sur Instagram (perso) ou LinkedIn (pro), vous faites votre auto-publicité. Vous mettez en avant un aspect positif de votre vie personnelle ou professionnelle. C'est exactement la définition du personal branding !

Avec l'ascension des réseaux sociaux, le personal branding est devenu une tendance forte, voire une obligation dans certains milieux comme la politique.

La vie privée des hommes et femmes politiques est en effet presque autant épiée que leurs opinions politiques, aucun faux pas n'est permis. C'est dans ce contexte de transparence totale et de surmédiation que le Personal branding joue son rôle.





Surfant sur la vague du personal branding, votre équipe de jeunes talents a donc décidé de fonder une start-up dont le concept est de **vendre aux personnalités politiques** (élu(e)s ou candidat(e)s) **une prestation de coaching en image.**

Votre prestation est un **package clés en mains** : l'homme (ou la femme) politique accède aux services de vos experts en coaching pour améliorer son image auprès des électeurs.

Au programme : relooking, cours d'éloquence, e-réputation, stratégie de communication... A la clé bien sûr, une (ré)élection !

La prestation de coaching s'étale sur 12 mois. Chacun de vos clients se verra attribuer un(e) coach expert(e) qui le suivra tout au long de l'année.

Le marché est pour l'instant balbutiant et très confidentiel. De source fiable, vous êtes 4 à vous partager le marché français.

Le nombre de personnalités politiques potentiellement intéressées par vos services de coaching en personal branding est encore flou.

Pour vous faciliter la tâche, nous avons commandé une grande étude de marché au niveau national, qui devrait rendre ses conclusions très prochainement.

Nous publierons les conclusions de cette étude dès que nous les aurons. Vous devriez ainsi avoir une vision assez claire de vos ventes potentielles.



ACTIFS

En tant que nouveaux dirigeants d'entreprise, l'une de vos premières missions sera de dénicher le (ou les) établissement(s) adaptés pour recevoir vos futurs clients.

Les personnalités politiques – quelque soit leur fonction – doivent faire attention à tous leurs faits et gestes. Le choix de vos locaux doit s'inscrire dans une logique de sobriété et de discrétion, pour éviter tout scandale. Imaginez recevoir vos clients dans des bureaux clinquants “bling bling” sur les Champs Elysées. L'image renvoyée en cas de fuite sur les réseaux serait désastreuse pour l'homme ou la femme politique que vous coachez.

A la manière de détectives privés ou agents infiltrés, vous agirez donc dans l'ombre. Vos bureaux – sobres mais élégants – seront situés dans le discret 15ème arrondissement de Paris, tout proche de la Gare Montparnasse (pratique pour les personnalités non parisiennes qui font le déplacement depuis leur circonscription).

Le loyer annuel est fixé par le propriétaire à 144 000 €, auxquels vous ajouterez des travaux d'aménagement / ameublement de 300 000 €.

Ces 300 000 € sont considérés comme un investissement, amortissable sur 10 ans en mode linéaire. Concrètement, si votre compte en banque est impacté de 300K€ pour aménager les bureaux, le compte de résultat – qui permet de calculer le bénéfice annuel – ne sera impacté que d'1/10e, correspondant à la dotation aux amortissements.

ATTENTION : vos bureaux ont une capacité d'accueil limitée à 160 personnalités politiques accueillies par an.

Si vous êtes amenés à recevoir d'avantage de clients, vous devrez investir dans des bureaux supplémentaires, aux mêmes conditions : loyer annuel de 144K€ + ameublement au moment de l'emménagement de 300K€.



L'objectif de rentabilité ne doit pas vous faire oublier qu'en entreprise, la première source de valeur, ce sont les hommes et les femmes qui travaillent pour vous.

Dans votre feuille de route annuelle, vous choisirez les talents qui travailleront pour votre start-up : leur fonction (coachs, administratif...) ainsi que leur rémunération.

Les coachs

Clé de voute de votre business, les coachs ont pour mission d'accompagner vos clients dans leur transformation : relooking, travail sur la e-réputation, coaching en éloquence...

Chaque coach peut accompagner jusqu'à 40 personnalités politiques par an.

ATTENTION : pour rappel, vos bureaux peuvent accueillir jusqu'à 160 personnalités politiques par an. Au delà de 4 coachs, vous devrez donc investir dans de nouveaux bureaux...

Combien gagne un coach ?

Plus la rémunération de vos coachs sera élevée, plus leur réputation et leur expertise sera grande. A stratégie égale, les clients choisiront d'abord les coachs à forte expertise et réputation.

La rémunération a donc une **influence directe sur vos ventes**, décidées par le logiciel simulateur !

Le salaire d'un coach est compris entre 60 et 80K€ annuels (charges sociales comprises). A ce salaire, vous ajouterez un intéressement aux résultats de l'entreprise.

En début d'année, vous verserez une enveloppe à vos coachs de 5% du chiffre d'affaires annuel de l'entreprise de l'année précédente, qu'ils se partageront ensuite équitablement.

Pas d'intéressement versé en année 1 donc, le premier versement interviendra en début d'année 2 basé sur le CA de l'année 1.

PARTENAIRES

L'entretien des bureaux

Les bureaux sont soigneusement entretenus par la société Green Cleaners. Le contrat passé avec les jeunes dirigeants de cette société de ménage est le suivant : 30 000 € par an et par établissement incluant un ménage quotidien des bureaux. Au delà de tarifs jugés attractifs, vous appréciez l'engagement de ce prestataire pour l'environnement, notamment par l'usage de produits d'entretien naturels.

Le cabinet comptable

Un cabinet est mandaté pour s'occuper de toute la comptabilité de l'entreprise. Au delà de la saisie des opérations comptables, le cabinet vous fournit une synthèse annuelle des principaux indicateurs financiers : chiffre d'affaires, marge, résultat...

Coût annuel : 6000€ quelque soit le nombre de bureaux.

Fournitures

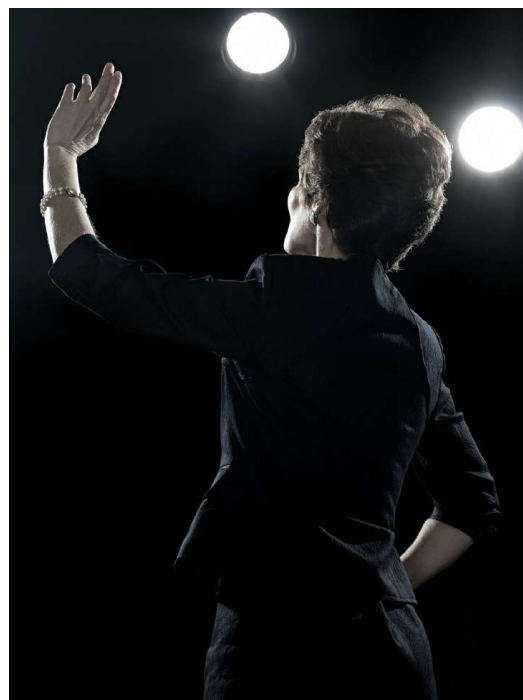
Chaque établissement a besoin de matériel pour travailler au quotidien : papier, encre, café, snacks, frais postaux... L'ensemble de ces petites dépenses quotidiennes représente 3000€ à l'année par établissement.

Electricité & eau

Contrat annuel de 7200€ par an et par établissement.

Internet & téléphone

Contrat annuel de 2400€ par an et par établissement.



MARKETING



A la création de l'entreprise, vous avez décidé de faire confiance à l'agence marketing Whatsup, à la réputation discrète mais efficace.

Il est évident que votre activité n'est pas adaptée aux circuits publicitaires traditionnels. Une affiche dans le métro parisien aurait non seulement très peu d'impact sur le nombre de clients, mais aurait pour conséquence de vous discréditer auprès de votre cible.

L'agence WhatsUp agit donc dans l'ombre, en vous proposant 2 budgets bien distincts, que vous déciderez chaque année :

Une enveloppe LOBBYING, couvrant la mise à disposition d'agents dits "infiltrés". L'expression résonne film d'espionnage. En réalité, il est question de courtiers ayant leurs entrées dans les milieux politiques, capables d'approcher les hommes et femmes travaillant dans les cabinets ministériels, à l'Assemblée, au Sénat et autres institutions.

L'idée est donc de verser une somme d'argent à ces courtiers, pour qu'ils puissent vanter vos services auprès d'une cible de personnalités politiques.

Mise minimum 20K€ par an, maxi 300K€.

Une enveloppe ONLINE, couvrant la communication sur le web : production de contenu et publicité sur les réseaux sociaux.

IMPÔTS

Le siège social de votre entreprise est basé à Paris. Il s'agit d'une SAS soumise à l'impôt sur les Sociétés.

Le principe est le suivant : l'entreprise est taxée sur ses bénéfices. En début d'année N+1, le FISC vous demande le montant de votre résultat (appelé RCAI, résultat courant avant impôt).

- S'il est positif (=bénéfice), l'entreprise verse en N+1 : 15% sur les 42 500 premiers € de résultat, puis 25% sur tout ce qui dépasse.
- S'il est négatif (=perte), vous ne payez pas d'IS et bénéficiez d'un crédit d'impôt en cas de résultat positif l'année suivante.



FINANCEMENT

Les emprunts

Votre entreprise a négocié des conditions particulièrement avantageuses avec sa banque. En effet, vous serez autorisés à emprunter jusqu'à 2 fois le montant de vos capitaux propres au **taux annuel de 5%**, assurance emprunteur comprise.

Les capitaux quoi ?

Capitaux propres = capital social + résultat (bénéfice ou perte).

Il s'agit d'emprunts à **amortissement constant**. L'annuité et les intérêts diminuent donc au fur et à mesure que vous remboursez...

Le capital social

Au lancement de l'entreprise, vous avez déposé le montant du capital social sur le compte courant de la société, à savoir 300K€.

Vous partez donc aujourd'hui avec 300K€ sur le compte, et la possibilité d'emprunter 2 fois ce montant (puisque vous n'avez pas encore de résultat, donc les capitaux propres = capital social pour l'instant).

Les découverts bancaires

Dans la "vie réelle", un banquier prélève les agios par quinzaines. Autrement dit, votre compte est vérifié tous les 15 jours, et pénalisé par des agios en cas de découvert

Dans le cadre de cette simulation – pour des raisons de simplification – votre banque ne regardera l'état de votre compte qu'en fin d'année. Et c'est une excellente nouvelle !

En effet, vous pourrez ainsi vivre à découvert une partie de l'année sans souffrir de pénalités. En cours d'année, vous recevrez ainsi les recettes liées aux ventes qui suffiront peut être à couvrir vos dépenses annuelles...

En cas de découvert bancaire constaté en fin d'année, vous devrez donc à votre banque l'année suivante des agios. Le taux est salé : 10%



ONLY YVA?