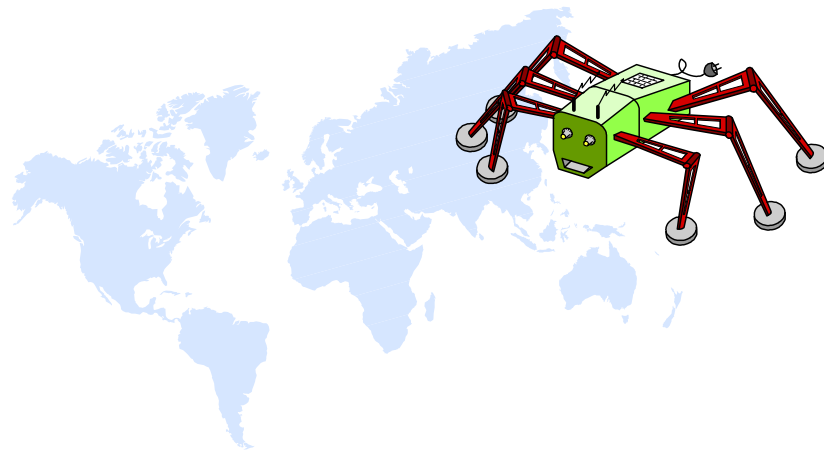


# World Strat

## 3

simulation pédagogique  
de stratégie internationale

Présentation de la simulation



**Strat**  
**Logic**

Ingénierie  
Pédagogique  
Multimédia

Centre d'affaires Jean Monnet  
Rue Jean Monnet  
62490 VITRY-EN-ARTOIS  
Tél 03.21.22.58.39  
Fax 03.21.22.56.62  
[www.stratelogic.com](http://www.stratelogic.com)  
[contact@stratelogic.com](mailto:contact@stratelogic.com)

# Sommaire

<b>I. UNE SIMULATION DE STRATEGIE INTERNATIONALE</b>	<b>3</b>
<b>II. LE PUBLIC ET LES OBJECTIFS PEDAGOGIQUES</b>	<b>3</b>
1. LE PUBLIC	3
2. LES OBJECTIFS PEDAGOGIQUES	3
L'APPROCHE DE LA STRATEGIE A L'INTERNATIONAL ET DE SON FINANCEMENT	3
UNE OUVERTURE VERS LA GLOBALISATION DES MARCHES	4
LE DEVELOPPEMENT DU TRAVAIL EN GROUPE ET DE LA COMMUNICATION	4
<b>III. LES GRANDS PRINCIPES</b>	<b>4</b>
1. LES ENTREPRISES	4
2. LE MARCHE	4
3. LES DECISIONS	5
<b>IV. UNE EVOLUTIVITE ET UNE SOUPLESSE D'ANIMATION</b>	<b>6</b>
1. LES SCENARIOS	6
2. L'INTERFACE LOGICIELLE	6
<b>V. UN EXEMPLE D'APPLICATION</b>	<b>7</b>
1. CADRE GENERAL	7
2. TABLEAU RECAPITULATIF DE LA SESSION	8

## I. Une simulation de stratégie internationale

**WorldStrat®** est une **simulation pédagogique illustrant le déploiement d'une stratégie à l'international**. La simulation crée un exercice pratique où plusieurs équipes dirigent une **firme industrielle multinationale**.

A chaque cycle (année par année), les équipes doivent prendre des décisions de positionnement **marketing**, d'implantation de **production** et de lancement de **commercialisation** de leurs produits sur les différentes zones ouvertes à la concurrence.

L'animateur récupère les décisions des entreprises virtuelles prises par les participants via le réseau et lance la simulation concurrentielle.

**WorldStrat®**, c'est :

- ✓ **deux logiciels : un logiciel animateur**, le moteur de la simulation, où l'animateur consulte les décisions des équipes et analyse la simulation, **et une interface équipe**, permettant la saisie des décisions et le retour des résultats via le réseau (compatible WIFI)
- ✓ **les documents associés** (fiches de décision, tableaux, modèles Excel®, ...) nécessaires au bon déroulement d'une session,
- ✓ **le guide de l'entreprise**, indispensable pour l'appropriation du modèle par les participants,
- ✓ **la bible animateur**, regroupant l'ensemble des procédures et des conseils d'animation.

## II. Le public et les objectifs pédagogiques

### 1. *Le public*

**WorldStrat®** s'adresse, en formation initiale, aux formations Licence et Master, et plus particulièrement :

- ✓ aux IUT et DUT,
- ✓ aux IUP, écoles de commerce ou d'ingénieurs, ...

### 2. *Les objectifs pédagogiques*

La pédagogie utilisée permet d'atteindre les objectifs suivants :

#### L'approche de la stratégie à l'international et de son financement

Par une représentation simplifiée, **WorldStrat®** place les participants aux commandes d'un groupe international (création et développement). **WorldStrat®** intègre les problématiques de positionnement marketing (prix, publicité, niveau de finition), d'**implantation de production** et de **déploiement commercial** dans un environnement concurrentiel, au niveau mondial. Les équipes enrichissent leurs connaissances et développent des compétences en **stratégie** et en **finance**.

## Une ouverture vers la globalisation des marchés

La simulation **WorldStrat**<sup>®</sup> permet une ouverture vers la **globalisation de l'économie mondiale** : les participants comprennent par eux-mêmes les enjeux des délocalisations et des abandons de marché, ainsi que les contraintes d'import/export.

## Le développement du travail en groupe et de la communication

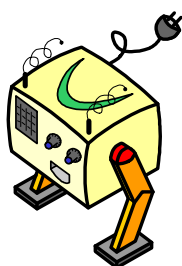
**WorldStrat**<sup>®</sup> est avant tout un **jeu d'entreprise**, et constitue à ce titre un excellent exercice de **communication** et de **travail en groupe**. Les participants, répartis en équipes concurrentes, prennent les fonctions relatives à un groupe de dimension mondiale et collaborent **dans un esprit toujours ludique**.

### III. Les grands principes

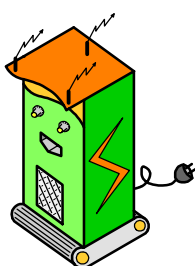
#### 1. Les entreprises

Les entreprises, groupes multinationaux, fabriquent et vendent sur toute la surface du globe des **robomatic**<sup>®</sup>, produits imaginaires de grande consommation. Chaque année, les entreprises seront amenées à se positionner sur de nouveaux produits aux caractéristiques différentes (jusqu'à **8 produits au total**).

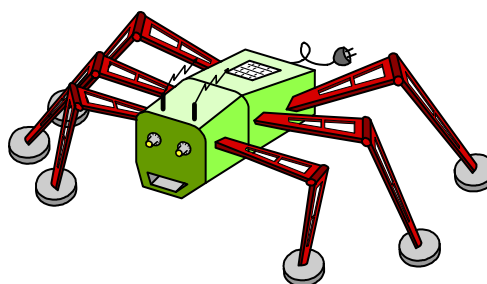
Exemple de produits :



**minimatic**<sup>®</sup>



**ultramatic**<sup>®</sup>



**spidermatic**<sup>®</sup>

#### 2. Le marché

Le marché est constitué de **zones géographiques** définies comme le montre le schéma ci-dessous :



Chaque zone a **ses propres caractéristiques** en terme de :

- ✓ Coûts de production (main d'œuvre, matières premières, ...),
- ✓ Productivité et qualification de la main d'œuvre,
- ✓ Capacité et coût du réseau de distribution, ...

Les participants devront toujours tenir compte de la **culture du pays** et des **informations économiques** diffusées par l'animateur avant d'engager la commercialisation de leurs produits.

### 3. Les décisions

Année après année, les équipes décident des **investissements**, définissent leur **offre marketing** et optent pour le **réseau de distribution** le plus adapté, en tenant compte des besoins liés au financement. Par le biais d'**études de marché**, les participants connaissent la situation de leurs concurrents et les opportunités du marché.



Décisions produit	Décisions zone	Décision couple produit/marché
✓ Le budget recherche	✓ Le choix du réseau de distribution	✓ Le positionnement prix
	✓ L'implantation ou cession d'usine	✓ La publicité
	✓ La priorité d'exportation	✓ Le niveau de finition proposé
		✓ L'implantation de lignes de production
		✓ Le lancement de nouveaux produits
		✓ Les études de marché
		✓ La priorité de vente

**WorldStrat®** intègre les différentes voies de financement de l'entreprise, notamment l'augmentation de capital **par émission d'actions**. L'entreprise devra définir un prix d'émission, ainsi qu'un nombre d'actions à émettre en tenant compte de la dilution potentielle du capital, établir une politique de rémunération des actionnaires par **dividendes**.

## IV. Une évolutivité et une souplesse d'animation

WorldStrat® simplifie la tâche de l'animateur par un système de configuration instantané.

### 1. Les scénarios

Un système inédit et performant de **création de scénarios** permet à l'animateur de configurer une session selon ses objectifs pédagogiques :



- ✓ **L'importation Excel simplifie considérablement la création de scénarios.**  
L'animateur décide de l'évolution du **marché** sur **chaque zone** et pour **chaque produit**, visualise et enregistre son choix en quelques minutes.
- ✓ **Une bibliothèque de scénarios standards constitue une base de création de nouveaux scénarios.**

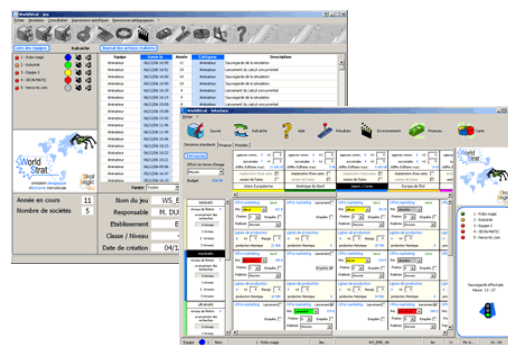
Chaque cas est accompagné d'une **note de conjoncture** décrivant les caractéristiques principales du scénario.

L'animateur peut **ouvrir ou fermer** une zone géographique et permettre l'exploitation d'un nouveau produit à tout moment de la simulation.

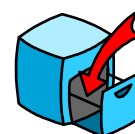
### 2. L'interface logicielle

WorldStrat® est doté d'une interface **claire et conviviale**.

L'interface est de **type Windows**, avec accès direct aux principales fonctions par un système de navigation particulièrement simple (barres d'outils).



Le système de sauvegarde, très ergonomique, permet **d'enregistrer ou de charger une partie de façon instantanée**. Il prévoit une option de sauvegarde automatique de la simulation, sécurisant ainsi le travail de l'animateur.



Un outil performant **d'analyse graphique** permet de visualiser, à tout moment de la simulation, les **décisions et résultats** de toutes les entreprises.

L'installation du logiciel nécessite **une configuration standard** (Pentium III, 128 Mo de Ram, Windows 2000 ou XP, SVGA 1024 x 768).

## V. Un exemple d'application

Afin de donner une vision plus complète de l'utilisation pédagogique de **WorldStrat®**, voici une application possible sur un module de 3 jours, ayant pour objectif la mise en œuvre d'une stratégie de développement de groupe dans un environnement mondialisé, sur un public Bac +3.

### 1. *Cadre général*

Nb de cycles de simulation : 8

Effectif : 24 étudiants (6 équipes)

Thèmes traités :

- ✓ Initiation à l'économie mondialisée
- ✓ Analyse et stratégie financière

Documents distribués en début de simulation :

- ✓ Guide de l'entreprise
- ✓ Note de conjoncture initiale
- ✓ Paramétrages
- ✓ Fiche de décision
- ✓ Supports de travail

Travail préparatoire :

- ✓ installation du logiciel
- ✓ initialisation du jeu
  - choix du scénario
  - choix des paramétrages (produits / zones / environnement)
- ✓ sauvegarde de la situation initiale
- ✓ reprographie des documents

Réservation du matériel nécessaire

- ✓ Salle (1 grande ou plusieurs)
- ✓ 7 ordinateurs (1 pour l'animateur + 1 par équipe)
- ✓ Imprimante
- ✓ Vidéo-projecteur

## 2. Tableau récapitulatif de la session

1 <sup>er</sup> jour		2 <sup>ème</sup> jour		3 <sup>ème</sup> jour	
<b>matin</b>	<p><b>Présentation de la simulation</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ objectifs pédagogiques</li> <li>✓ évaluation</li> <li>✓ aspects pratiques</li> <li>✓ concept</li> <li>✓ règles du jeu</li> <li>✓ réponse aux questions</li> </ul> <p><b>Préparation de la première décision</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ répartition en équipes</li> <li>✓ distribution des documents</li> <li>✓ structure de l'équipe</li> <li>✓ réflexion stratégique</li> </ul> <p><b>Remise de la première fiche de décision</b></p>	<b>matin</b>	<p><b>Année 3 : ouverture du capital</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ réalisation d'une présentation officielle d'ouverture du capital</li> <li>✓ proposition de prix d'émission de nouvelles actions et de rémunération par dividendes</li> </ul> <p><b>Année 4 : innovation au Japon</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ introduction de barrières d'entrée sur le niveau de finition des produits au Japon</li> </ul>	<b>matin</b>	<p><b>Année 7 : hausse des coûts de transport</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ augmentation des coûts de transport sur l'ensemble des zones</li> <li>✓ problématiques de « relocalisation »</li> </ul> <p><b>Année 8 : éthique et développement durable</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ rédaction d'une charte d'engagement de développement durable</li> <li>✓ barrières d'entrée en Union Européenne</li> </ul>
<b>après-midi</b>	<p><b>Année 1 : implantation</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ implantation des premières usines</li> <li>✓ rencontre avec le banquier pour négociation du prêt initial</li> <li>✓ définition du nom de l'entreprise</li> </ul> <p><b>Année 2 : plan de financement</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ élaboration du plan de financement sur 3 ans</li> <li>✓ validation par l'animateur</li> </ul>	<b>après-midi</b>	<p><b>Année 5 : réunion actionnaires</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ réunion-bilan avec les actionnaires</li> <li>✓ Etat des lieux sur les résultats et les perspectives</li> </ul> <p><b>Année 6 : appel d'offres</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ organisation d'un appel d'offres sur l'ultramatic en Europe de l'Est sur 3 ans</li> <li>✓ traitement des offres au mieux-disant</li> </ul>	<b>après-midi</b>	<p><b>Synthèse</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ rappel des objectifs</li> <li>✓ temps de préparation</li> <li>✓ présentation des graphiques</li> <li>✓ exposé oral des équipes</li> <li>✓ évaluation du module</li> </ul>