

. Sommaire

- I. Présentation du Projet
- II. What Went Wrong
- III. What Went Right
- IV. Acquis
- V. What to do differently next time

Présentation du Projet

. **Concept initial** : Vendre des masques destinés aux enfants de 3 à 10 ans à l'occasion d'halloween le 31 octobre

. **Concept final** : Vendre des kits de masques à découper destinés aux enfants de 3 à 10 ans pour fêtes en tous genres.

. **Objectifs** : Vendre des kits de masques à un prix attractif, proposer plusieurs modèles pour toucher un plus large public et dégager un bénéfice le plus conséquent possible en fin de semaine.

. Composition du groupe :

- **Laura Courouble** : chef de projet/commerciale
- **Grégoire Cléménçon** : P.A.O./commercial
- **Xavier Fabre** : commercial/fabrication
- **Julien Galloudec** : commercial/fabrication
- **François Cormier** : créateur du concept/graphiste

. Déroulement de la semaine :



- **Lundi** : Choix des concepts, composition des groupes, rapide « étude de marché » autour des possibilités liées au concept de masque, redéfinition du concept initial, étude des patrons pour réaliser le produit, premiers documents de planification, recherches et prise de contact des potentiels fournisseurs/imprimeurs.
- **Mardi** : Prototypage/conception des deux premiers masques, recherche des principaux clients potentiels, mise en page du premier kit, choix du fournisseur proposant le meilleur rapport qualité/prix.

- **Mercredi** : Prototypage/conception de deux autres masques, premier tests d'impression, démarchage des premiers clients (centres sociaux et garderies), impression d'un premier jeu de masques, préparations des documents « promesse de vente » et « facture »
  - **Jedi** : Démarchage des clients, prototypage du dernier masque, mise en page des derniers kits.
  - **Vendredi** : Démarchage des clients, rédaction rendu de la présentation de la production, des comptes d'exploitation prévisionnels et du planning, encaissement.
- 

## What Went Right

### + Bonne compréhension du sujet et de ses contraintes

L'équipe s'est immédiatement emparée du sujet pour en comprendre les tenants et aboutissants, s'est rassemblée autour du projet de François pour le consolider et ainsi établir les meilleures bases possibles pour la semaine à venir.

### + Produit de qualité

Nous avons accordé beaucoup de temps à la réflexion autour des kits de masques, de la mise en page, des informations accompagnants la plaquette ainsi qu'à la conception des modèles et de leur plus value, à savoir les éléments en relief.

### + Excellente communication au sein de l'équipe

Entente cordiale entre les membres de l'équipe, favorisant le développement du projet, la remise en question perpétuelle du positionnement du projet et la réactivité.

### + Anticipation des problèmes potentiels

Une bonne communication nous a permis de mettre en évidence les potentiels problèmes rencontrés, et donc de mettre en place des réunions pour réfléchir aux solutions à mettre en place et donc éviter au possible de foncer dans le mur.

### + Efficacité des VRP

La vente aura été l'un de nos points forts puisque nous avons su démarcher les bons clients, créer la demande en proposant un produit de qualité, et en choisissant intelligemment quel type d'établissement cibler pour un résultat final satisfaisant.

---

## What Went Wrong

### - Cible Halloween trop restreinte

Erreur dans la définition éditoriale du projet, nous nous sommes à la base concentrés sur l'événement d'halloween et nous nous sommes aperçus après contact avec le client que le principe de masque aurait pu s'appliquer à d'autres événements et du coup cibler un plus large public.

### **- Quelques rush inévitables ?**

Le rythme de travail n'a pas été constant pour tout le monde, certains n'avaient parfois pas grand chose à faire pendant que d'autres étaient en rush et inversement. Ceci est grandement dû au fait que nous avons compté sur les compétences de chacun et que nous avons tenté de placer le plus compétent dans chaque compartiment du projet.

---

### **Acquis**

Cette semaine de gestion de production a, en premier lieu, permis de mettre l'accent sur l'importance du respect des contraintes (qu'elles soient matérielles, temporelles ou humaines) pour définir un projet éditorial viable ; cela passe aussi par une analyse précise des objectifs pour mieux cadrer le sujet.

Il est aussi important de discerner la phase projet (plus portée sur la conception) de la phase produit (plus portée sur la vente) pour mieux appréhender l'exercice dans sa globalité et donc, mieux le gérer. La semaine a aussi permis de mettre en évidence les trois principes primordiaux énoncés en cours à savoir Comprendre/Communiquer/Anticiper, ils nous ont permis d'aborder et de traverser cette semaine sereinement et ce sont donc avérés être des éléments clés de la réussite de notre projet.

Nous avons enfin pu saisir l'importance de la définition des objectifs (liés au produit, au projet et à la mise en marché) et des moyens disponibles (liés au budget, matériel et au savoir faire) pour cibler au mieux les clients potentiels.

---

### **What to do differently next time**

Suite à cette semaine instructive et réussie de mon point de vue, il sera important, au prochain exercice du genre, d'être plus exhaustif dans l'étude de marché et la définition éditoriale du projet pour convenir de la meilleure façon possible à l'attente potentielle de la cible.

Il sera aussi nécessaire d'analyser ce qu'implique la vente humainement parlant pour maximiser les ventes et les coûts. Est-il par exemple nécessaire d'être deux pour vendre ?

Enfin, je pense qu'il faudra plus prêter attention à la répartition des tâches et à l'équilibrage du temps de travail de chacun.

Le but ultime étant de faire encore plus de profit la prochaine fois.