

***Stimuler en simulant et  
simuler en stimulant :  
de prof à coach***



**NORMAND TURGEON  
LUNCH VIRTUOSE  
MARDI, 24 NOVEMBRE 2009**

# Agenda de la rencontre



- Historique de l'utilisation de simulations dans mes enseignements
- Pourquoi utiliser une simulation?
- Comment une simulation ? : Design du cours avec la simulation
- Application : Revue d'une prise de décision
- Témoignage d'une étudiante : Amélie Mongrain, A09
- Les questions sont bienvenues tout au long de la présentation...

# Ma petite histoire...



- **Comme étudiant:**
  - Jamais expérimenté la simulation informatisée comme outil pédagogique. Outil le plus près : les jeux de rôles...
- **Comme professeur:**
  - Première expérience : cours d'intro au marketing au collégial (Cégep de Drummondville) – Hiver 1979 – donc 30 ans aujourd'hui... Attendez que je vous raconte...
  - Graduate Teaching Assistant (GTA) – alors étudiant au doctorat à University of Tennessee, Knoxville (Spring 1987) – Tester la version Beta
  - HEC Montréal – Hiver 1991, au départ d'un professeur à la retraite -- 3e génération...
  - Depuis, j'ai formé plusieurs chargés de cours et des collègues professeurs à cet outil pédagogique

# Pourquoi une simulation (1)?

4

- **Méthodes d'enseignement des affaires au BAA**
  - Cours magistral, revue, explication - matériel de livres
  - Cours magistral avec discussions autour de cas
  - Cours avec simulation
    - ✦ Apprentissage de ses erreurs...
- **Proverbe Chinois:**
  - « Dites-moi et j'oublierai. Montrez-moi et je m'en souviendrai peut-être. Impliquez-moi et j'apprendrai. »

# Pourquoi une simulation (2)?

5

- **Apprentissage réaliste**
  - Basé sur de « vraies » entreprises – du moins, la leur...
    - ✦ Décisions de formation d'équipe, structure organisationnelle, et... conflits, compromis, esprit de corps, exercice de leadership
  - Décisions multiples à prendre
    - ✦ Stratégique : Planification et pensée stratégique, gestion de la stratégie, Compréhension de la valeur du point de vue du consommateur
    - ✦ Tactiques : Recherche marketing, analyse de marché, design de la marque, publicité, vente, promotion, formation, R&D, distribution et financement (Gestion des budgets et flux financiers)
- **Mon rôle: simuler et stimuler -- Prof et Coach**

# Pourquoi une simulation (3)?

6

- **Malaise initial des étudiants... normal!**
  - L'apprentissage relève davantage de leur propre initiative
  - La façon d'obtenir de bons résultats est différente: appliquer des compétences est différent de les acquérir
  - Impossibilité de contrôler sa propre destinée – crée de l'insécurité
  - Pas de bonnes ou mauvaises réponses, que de bonnes ou moins bonnes solutions
  - Le prof ne peut pas dire quoi faire! – frustrant
  - Le coach est là pour poser des questions – encore plus frustrant...
  - Le coach est aussi là pour motiver, guider dans les moments difficiles...

# Comment une simulation?



- **Changements au niveau du contenu des séances**
  - Meetings en classe (prof) - Séances 1, 2, 3, 8, 13
    - ✦ Au début...théorie, organisation
    - ✦ Et à la fin, auto-analyse
  - Meetings avec le président du conseil (coach) – Séances 4-7 et 9-12
    - ✦ Thèmes particuliers pour chacun des meetings
- **Changements au niveau de l'évaluation**
  - Portion équipe / Portion individuelle
    - ✦ Auto-évaluation des étudiants
  - Portion objective/Portion «subjective»
  - «Surveillance » accrue – « free lunch... »
- **Format exigeant - Demande beaucoup de temps, et il y en aurait toujours plus à faire...**

# Évaluation des résultats des équipes

8

- Engendrer le meilleur rendement à l'actionnaire après 2 ans

## CUMULATIVE BALANCED SCORECARD

Team ID	Total Performance	Financial Performance	Market Performance	Marketing Effectiveness	Investment in Future	Wealth
game 136 team 3	183.503	33.161	0.331	0.877	2.799	6.810
game 136 team 4	71.677	23.872	0.299	0.885	2.579	4.403
game 136 team 2	39.735	24.185	0.220	0.773	2.896	3.335
game 136 team 1	37.705	24.234	0.229	0.815	3.023	2.761
game 136 team 5	18.500	21.190	0.154	0.793	3.694	1.938

**L'INSTRUMENT**



**MARKETPLACE**

**PAR  
INNOVATIVE LEARNING SOLUTIONS**

**(SUR LE MARCHÉ DEPUIS 1985)  
(3<sup>E</sup> GÉNÉRATION)**

# Scénario de la simulation (1)



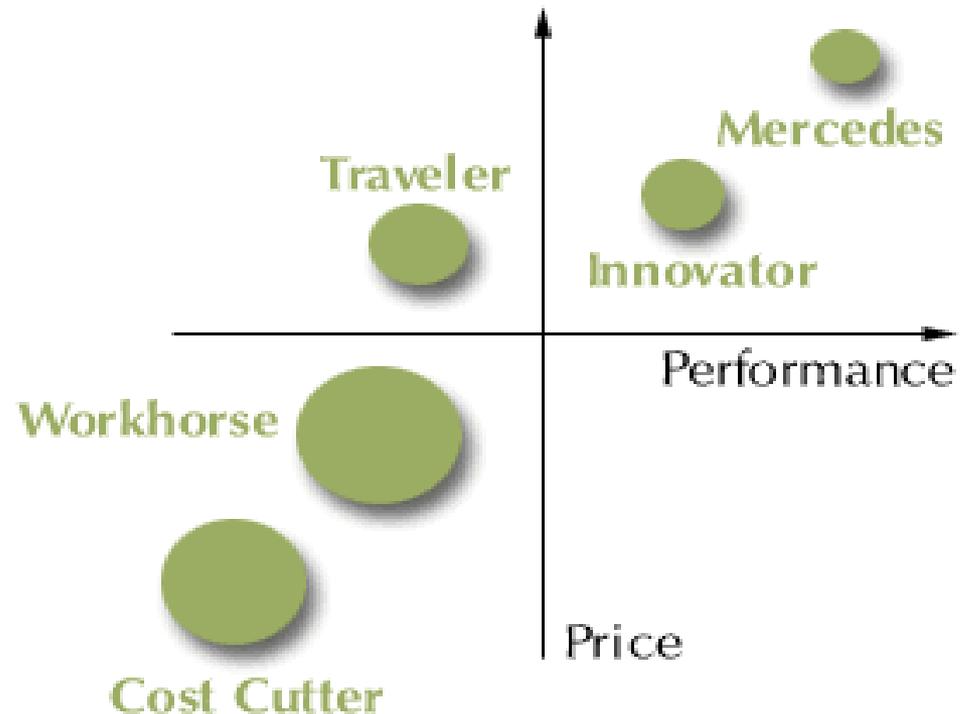
- Gestion de la mise en marché internationale de micro-ordinateurs vendus en boutiques – 12 villes possibles sur 3 continents



## Scénario de la simulation (2)



- Cinq segments de marché
- Vente en situation B2B



# De prof à coach : Influencer Comment (mieux) réussir? (1)...



- **Organisation**
  - Classique: Président et VP
    - ✦ Gestion de marque (Brand Management)
    - ✦ Publicité/Promotion
    - ✦ Ventes
    - ✦ Recherche marché
    - ✦ Finance
  - Focalisée sur les marques
  - Focalisée sur les territoires

# De prof à coach : Influencer Comment (mieux) réussir? (2)...



- **Comment réussir?**
  - Segmentation
  - Ciblage
  - Positionnement
  - Garder en tête consommateurs et concurrents
- **Stratégies génériques?**
  - Domination par les coûts
  - Leadership de qualité
  - Niche

# De prof à coach : Influencer Comment (mieux) réussir? (3)...



- **Importance du leadership**
- **Le conflit est inévitable**
- **Importance de la gestion du temps**
  - Finir chaque meeting avec une liste « d'action items »

# Thèmes des prises de décision



- **Modèles à huit ou douze décisions**
  - P1 – Organize team to do the job – Buy Marketing Research
  - ARRÊT – RÉDACTION D'UN PLAN SOMMAIRE D'AFFAIRES – Présentation orale
  - P2 – Evaluate market opportunity analysis, setup operations, and prepare for test market
  - P3 – Go to market to test strategy, and market assumptions
  - P4 – Evaluate test market performance and revise strategy, become a learning organization
  - ARRÊT – RÉDACTION DU PLAN MARKETING DE L'AN 2
  - P5 – Seek external funding – invest in R&D
  - P6, P7 et P8 – Monitor, improve and execute

# Exemple d'une prise de décision



- <http://marketplace-simulation.com/>
- **Traitement des décisions**
- **Résultats étudiants**
- **Résultats prof**

# Témoignage : Amélie Mongrain



- Étudiante au BAA
- Membre Équipe C1 – E-Nov

# Marketplace : 4<sup>e</sup> génération



- Un avant-goût de la 4<sup>e</sup> génération
  - <http://marketplace-simulation.com/>
- Implications de cette évolution

# Merci!



- **Questions et discussion**