



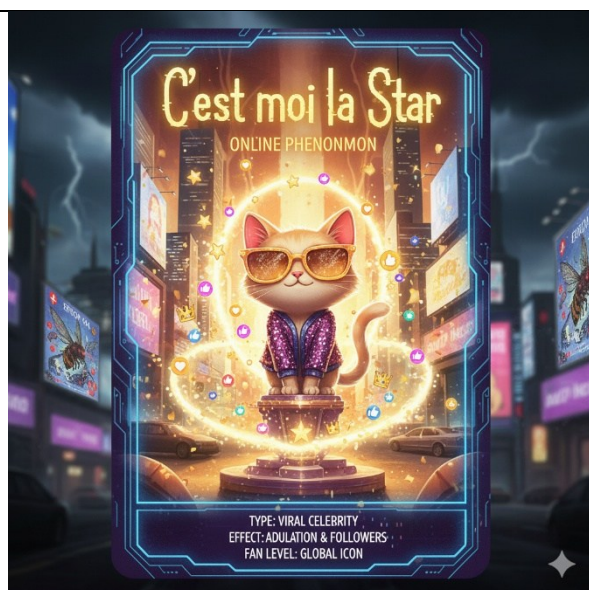
CARTE | MISSION : "Service, vous avez dit service ?"

MISSION : augmenter la valeur perçue. Votre produit ne suffit pas. Identifiez et déployez un service complémentaire qui verrouille l'expérience client et rend notre offre indispensable.



CARTE | MISSION : "Offre choc"

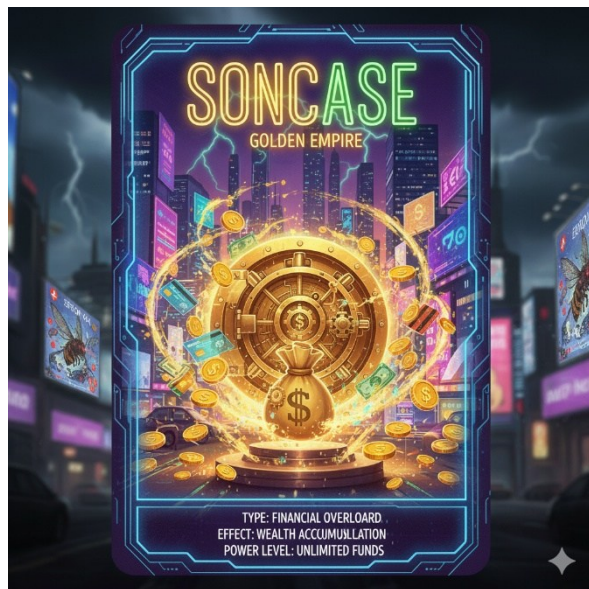
MISSION : les ventes devront être fortes. L'entrepôt sera plein. Créez une offre promotionnelle à durée limitée conçue pour créer un sentiment d'urgence immédiat et liquider les stocks, soyez précis dans la description.



CARTE | OPÉRATION : "C'est moi la star"

MISSION : incarnation de la marque. Notre produit a besoin d'un visage. En fonction de votre analyse de cible, désignez l'égérie qui maximisera l'identification et l'adhésion à notre marque. Vous devez justifier votre choix et décrire brièvement votre spot publicitaire.





CARTE | PRIORITÉ : "SONCAASE" (argent)

MISSION : justification financière. Le client hésite sur le coût. Votre force de persuasion doit doubler. Élaborez un second argument financier irréfutable pour clore la vente.



CARTE | PROTOCOLE : "T'es viré !"

MALUS : restructuration d'urgence. L'agent qui tire cette carte doit cesser immédiatement ses fonctions et être réalloué temporairement à l'unité opérationnelle en déficit de personnel. Le transfert de compétences est immédiat et d'une durée de 5 minutes.

REMETTEZ LA CARTE DANS LE JEU.



CARTE | PROTOCOLE : "Worldwide"

MISSION : expansion globale. Le marché local est saturé. Votre mission est de concevoir un slogan en anglais, percutant et universel. Notre avenir international en dépend.





CARTE | ATTAQUE : "Espionnage industriel"

MISSION : vous avez, pendant 3 minutes l'opportunité d'envoyer votre agent le plus discret espionner le travail des autres groupes. Il a le pouvoir de le les contraindre à changer une case dans leur argumentaire.

Proposez une idée « empruntée » à vos concurrents mais adaptée à votre produit.



CARTE | OBJECTIF : "Toujours plus"

MISSION : maximiser la pénétration du marché. Proposez un bien matériel qui complète parfaitement le produit principal. L'augmentation du panier moyen est impérative. Le cross-selling est la clé.



CARTE | ALERTE ROUGE : "Le dévoreur"

MISSION : défense de la valeur. Un concurrent "low-cost », mais puissant, attaque agressivement notre positionnement. Votre tâche : implémenter une fonctionnalité *essentielle* et non-copiable, ou une différenciation, qui justifie notre prix supérieur. Défendez notre marge.





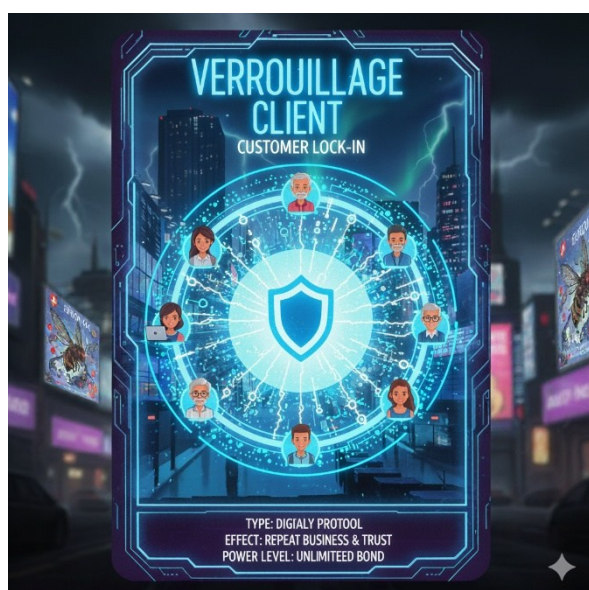
CARTE | URGENCE : "SONCASEE" (écologie)

MISSION : la durabilité est un enjeu capital pour notre cible. Votre premier argument écologique est insuffisant. Vous devez impérativement formuler un second argument écologique, tangible et différenciant.



CARTE | CRISE : "Badbuzz"

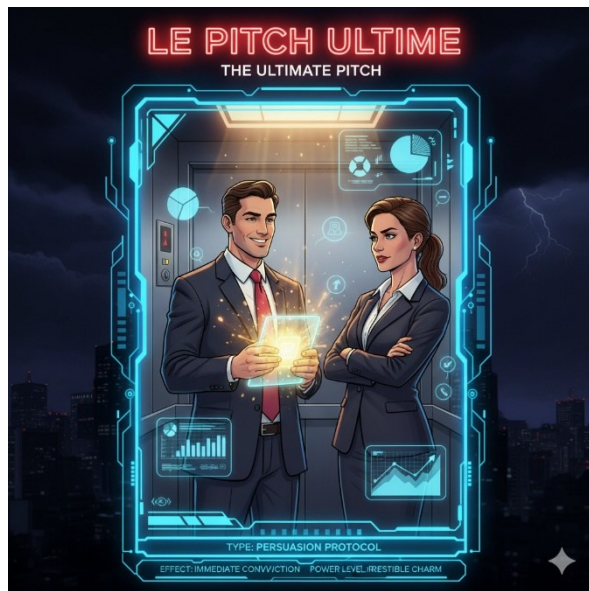
MISSION : contrôle des dommages. Menace de niveau 5. La réputation de l'organisation est compromise et contamine le produit. Concevez un plan d'action de relations publiques *immédiat* pour neutraliser la menace et restaurer la confiance du public. Donnez-vous une bonne image publique !



CARTE | OBJECTIF : "Verrouillage client" (Fidélisation)

MISSION : le marché est saturé. L'acquisition de nouveaux clients coûte 5 fois plus cher que la rétention. Concevez UN programme de fidélité ou UNE action décisive qui empêchera vos clients actuels de partir chez le concurrent.





CARTE | OBJECTIF : "Le pitch ultime"
(Carte à distribuer à la fin de la partie)

MISSION : vous rencontrez par hasard l'acheteur le plus important du pays dans un ascenseur. Vous avez 30 secondes (pas une de plus) pour lui "pitcher" (vendre) votre produit et obtenir un rendez-vous. Rédigez cet argumentaire au brouillon et à l'oral soyez le plus convaincant possible.

MISSION FINALE POUR TOUTES LES ÉQUIPES



CARTE | DIRECTIVE : "Inventeur fou"

MISSION : perturber les attentes du marché. Vous devez intégrer une fonctionnalité totalement inattendue à votre produit. L'objectif n'est pas l'utilité, mais la surprise stratégique. Soyez imprévisible.



CARTE | PROTOCOLE : "Experts en calculs !"

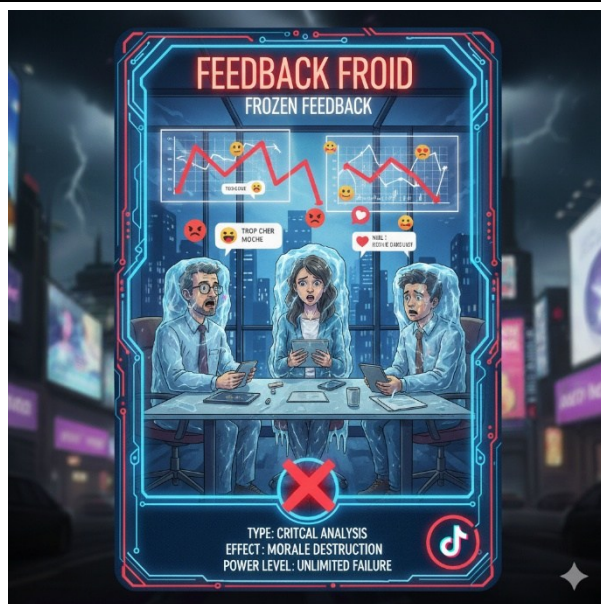
MALUS : les comptables sont en grève, le travail vous revient. Prenez votre calculatrice vous devez déterminer :

Le prix TTC pour le public français (TVA 20 %)

Le coût de revient, sachant que la marge est de 15 %.

TRANSMETTEZ LA CARTE À L'ÉQUIPE LA PLUS PROCHE DE VOUS.





CARTE | ANALYSE : "Feedback froid" (étude de marché)

MISSION : un groupe test a donné un feedback très négatif sur votre produit ("inutile", "trop compliqué", "moche"). Identifiez une faiblesse majeure (1 seule) et proposez en la détaillant une modification concrète (le prix ne peut pas être modifié) pour y remédier.



CARTE | VIRALITÉ : "Challenge tikTok" (réseaux sociaux)

MISSION : générer un buzz organique massif. Créez le concept d'un "challenge" ou d'une tendance virale sur TikTok pour notre produit. Décrivez le challenge, le *hashtag*, et comment il va engager notre cible sans budget publicitaire.



CARTE | OBSTACLE : "Le mur du 'NON'"

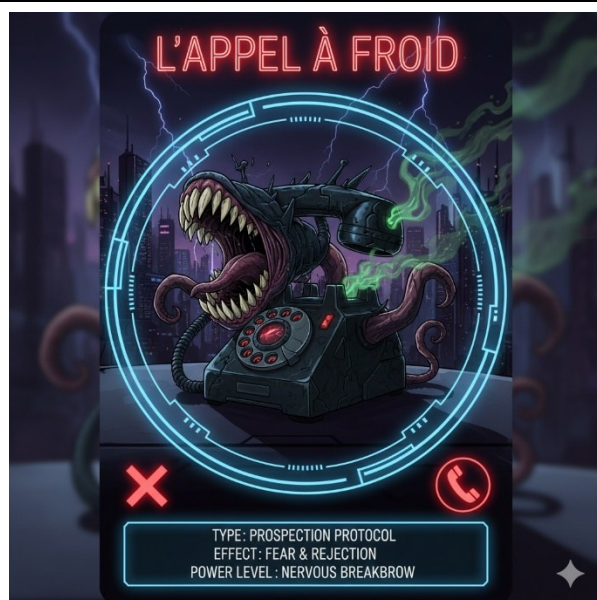
MISSION : l'échec n'est pas une option. Le client est sur le point de signer, mais lâche deux objections fatales :

"C'est trop cher"

"Votre concurrent fait mieux"

Rédigez les réponses parfaites pour désamorcer ces objections spécifiques et clore la vente.





CARTE | MISSION : "L'appel à froid" (Prospection Pure)

MISSION : le marketing ne suffit pas. Vous avez une liste de 100 prospects B2B "froids" (Les acheteurs de vos distributeurs ciblés ne vous connaissent pas).

Votre mission : rédiger le script téléphonique *parfait* pour le premier contact. L'objectif n'est pas de vendre, mais de décrocher un rendez-vous de 15 minutes.



CARTE | ALLIANCE : "Alliance (dangereuse)" (marketing B2B)

MISSION : on ne peut pas réussir seul. Identifiez une marque *non-concurrente* qui partage *exactement* la même cible que vous (ex : si vous vendez des chaussettes de sport, un partenaire qui vend des baskets). Et proposez une opération de co-branding gagnante pour les deux entreprises.



CARTE | BOOST : "Le commercial !"

MISSION : les "succès/trophées" des jeux vidéo sont un moteur de gratification. Votre commercial a un salaire composé d'un fixe de 1500 € par mois complété par une commission de 3 % du montant total de ses ventes. Ce mois-ci le commercial a vendu 650 produits.

Quel sera son salaire mensuel ?





CARTE | PROTOCOLE : "Le chasseur"

MALUS / BONUS : vous êtes un chasseur de tête et votre mission est de recruter un nouveau membre qui intégrera votre équipe. Désignez immédiatement un membre d'une autre équipe, il intégrera votre groupe et travaillera avec vous, cependant il ne pourra pas apporter les idées de son équipe d'origine. Le transfert de personne est d'une durée de 5 minutes.

REMETTEZ LA CARTE DANS LE JEU.



CARTE | DIVINITÉ : "LE MÂÎTRE DU JEU"

MALUS : l'unité arrête immédiatement de travailler. Le maître du jeu s'ennuie et a besoin de rire, un commercial doit avoir l'esprit vis et aussi le sens de l'humour aiguisé. L'un des membres de l'unité doit lui raconter une blague pour que le travail se poursuive.

REMETTEZ LA CARTE DANS LE JEU.



CARTE | PROTOCOLE : "L'amour"

MALUS : selon une étude 10 % des salariés ont rencontré l'amour au travail, aujourd'hui c'est peut-être votre tour. Désignez dans une autre unité votre partenaire de cœur et vous vous isolez au fond de la salle pendant 5 minutes.

REMETTEZ LA CARTE DANS LE JEU.





CARTE | OBJECTIF : "Girl power"

MISSION : "L'égérie audacieuse"

Directives : notre marque a besoin d'un nouveau souffle. Proposez une stratégie d'influence ou de partenariat avec une personnalité ou une marque qui incarne le "Girl Power" et les valeurs de modernité, de confiance et d'audace. Décrivez l'action pour maximiser son impact sur les ventes.



CARTE | BONUS

Utilisation unique

Rôle : permet d'annuler une mission et de tirer une nouvelle carte.



CARTE | BONUS

Utilisation unique

Rôle : permet d'annuler une mission et de tirer une nouvelle carte.





Utilisation unique

Utilisation unique

