



CAS GRACO

Les frères Russell et Leil Gray ont créé la Gray Company en avril 1926, au plus fort des « années folles ». Les frères Gray ont fondé l'entreprise pour fabriquer et commercialiser un lubrificateur portable pneumatique que Russell a inventé alors qu'il travaillait comme gardien de parking. Sa grande idée est née alors qu'il tentait d'utiliser un pistolet à graisse manuel sous les températures glaciales de Minneapolis, qui transformaient la graisse en boue épaisse. Les frères Gray ont lancé une « startup » et les opérations ont commencé au 120 South Tenth Street à Minneapolis.

Au début des années 1930, la Gray Company s'est retrouvée au cœur de l'une des périodes les plus tumultueuses de l'histoire américaine — la Grande Dépression. Dans ce contexte, nous avons formé un créneau de marché qui nous a permis de continuer à croître. La demande croissante en équipement de lubrification a poussé les frères à développer des lubrificateurs spécialisés plus grands. (...)

Pendant la Seconde Guerre mondiale, dans les années 1940, la Gray Company a transformé sa capacité de production pour contribuer à l'effort de guerre. Nous avons mis au point le célèbre Convoy Luber, qui s'est révélé indispensable pour la lubrification des camions, jeeps, chars et avions alliés à travers l'Europe et dans le Pacifique. La Gray Company a même remporté deux des prix « E » très convoités, remis par l'armée de terre et la marine pour son efficacité dans la production de guerre. Revenant aux opérations de temps de paix en 1945, nous avons développé l'activité en créant la Division Équipement industriel. L'ajout de cette nouvelle division a placé la Gray Company sur une voie qui la mènera bien au-delà de ses racines de fabricant de produits de niche.

1950-1959

Premier pistolet pulvérisateur airless

Lorsque le consumérisme à grande échelle a propulsé l'économie américaine dans les années 1950, la Gray Company y a vu l'occasion de concevoir des équipements d'application des fluides et de finition pour les entreprises qui fabriquaient des biens de consommation. Pendant ce temps, alors que notre activité principale continuait à prospérer, nous avons introduit le premier pulvérisateur de peinture airless en 1958, une avancée qui a fait de la Gray Company un leader sur le marché de la pulvérisation de peinture. En 1954, à la recherche de nouvelles propriétés pour accueillir des activités en expansion, nous avons acheté les Hanna Properties le long du Mississippi, qui sont devenues par la suite le siège social de l'entreprise.

Votre rôle dans l'entreprise :

TC dans la société vous allez à la rencontre de Mesdames Leroux et Gate, respectivement, assistantes de Wilfrid (dirigeant) et Steve (peintre) de la société « la fabrique des pieds » située à la chapelle d'Armentières (59).

Les objectifs seront de proposer une solution technique pour couvrir les pieds de tables carrés mais aussi des consommables nécessaires à l'utilisation du pistolet pro XS, pistolet électro statique.

Vous devez convaincre Madame Leroux étant donné qu'elle dispose d'une forte *influence* auprès de Wilfrid dans la stratégie d'achat mais également Steve étant donné qu'il est *l'utilisateur final* des outils mis à disposition pour la peinture des pieds métalliques.

Bloc 1 : Conception et commercialisation de solution technico-commerciales.

1. **Réalisez** l'argumentaire de vente de la ligne pro XS.
2. **Préparez** 6 objections et leur traitement.
3. **Évaluez** la marge.

Référence	Prix de vente HT	Taux de marque	Remise
Pro XS 2	2450 € HT	40%	5%
Pro XS 3	2655 € HT	35%	10%
Pro XS 4	3250 € HT	30%	6%

- a) **Calculez** la marge maximum.
- b) **Calculez** la marge minimum compte tenu des remises.
- c) Une opération de déstockage sur le Pro XS 2 en vue de la sortie de la nouvelle version est organisée sur 15 jours. **Indiquez** le taux de remise maximum que vous pourriez fixer tout en conservant un taux de marque global de 27%.

Bloc 2 : Management de l'activité technico-commerciale.

Le réseau physique :

4. **Caractérisez** l'entreprise Graco à l'aide de la méthodologie.
5. L'entreprise vous suggère de participer au recrutement d'un collaborateur afin de prospecter davantage le territoire et d'affirmer votre présence auprès des professionnels partenaires. **Réalisez** une matrice multicritère servant à évaluer le candidat.

Le réseau virtuel :

6. **Appréciez** le niveau d'engagement des followers sur les réseaux sociaux Facebook et Instagram de l'entreprise « la fabrique des pieds ».

Bloc 3 : Développement de la clientèle et de la relation client.

L'entreprise Graco a les conditions d'exploitation suivantes :

- Coût d'acquisition du client : 300 euros.
- Marge mensuelle dégagée par contrat : 150€.
- Conquête de 1000 clients nouveaux par an avec un taux d'attrition de 20%.
- Durée du contrat : 1 an.
- Durée de vie estimée d'un client : 5ans.

L'entreprise envisage de développer un programme de fidélisation tout au long de la durée de vie du client, dont le coût sera de 60€ par an ;

7. **Calculez** la valeur d'un client après la mise en place du programme de fidélisation.

Bloc 4 : Mise en œuvre de l'expertise technico-commerciale.

8. **Préparez l'ensemble** des supports qui vous serviront à convaincre les protagonistes de l'intérêt de détenir le pistolet de la gamme pro XS de chez Graco.
9. **Préparez** un support de simulation du ROI selon la solution choisie.
10. **Réalisez** un tutoriel ou une story borad sur CANVA pour former les professionnels à l'usage du matériel.
11. **Réalisez** un glossaire correspondant au produit.