

Cas GRACO

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

1. Réalisez l'argumentaire de vente de la ligne pro XS.

	Caractéristiques	Avantages	Preuves	SONCASE
Ligne Pro XS	Affichage tension/intensité	L'afficheur Smart Display™ à l'arrière du pistolet permet le contrôle en ligne des paramètres de l'application.	Faire tester le produit aux clients -	Confort
	Pistolet pneumatique	La technologie AP2™ rend l'installation simple du fait de l'absence de branchement électrique et de la seule utilisation de l'air pour générer l'électricité statique.	Faire tester le produit aux clients –	Confort Environnement
	Poignée Select Comfort™	La poignée aux formes arrondies et les différentes options de taille améliorent le confort et réduisent la fatigue de l'opérateur.	Faire tester le produit aux clients –	Confort
	Remplacement de pistolets pneumatiques et HVLP par une technologie électrostatique	Réduit les émissions de COV et économiser le produit. (Cov produit nocif pour la santé en cas d'inhalation)	Faire une démonstration de comparaison entre ce produit et un autre qui ne possède pas ce système – témoignage client – recherche de clients cautions etc...	Argent Environnement

	Garantie de 3 ans sur le générateur HT, le canon et la poignée.	En cas de soucis nous vous réparons ou remplaçons vos produits	Devis	Sécurité
Plus du Pro XS 2	Conception Power Point	Optimisation des économies de produit	Fiche technique	Argent
Plus du Pro XS 3	Sortie de 60 kV pour revêtements standard, haute conductivité ou à base aqueuse.	Assure une finition électrostatique	Fiche technique	Sympathie
Plus du Pro XS 4	Kit et buses de pulvérisation à jet rond disponibles.	Multiples embouts adaptés selon les formes	Montrer le kit et les buses fournis	Confort

L'usage de Tutto via une chaine YouTube peuvent servir d'appui à une démonstration : <https://www.youtube.com/@gracoemeaced>

2. Préparez 6 objections et leur traitement.

	Objections	Traitement
1	En plein soleil on ne doit pas voir ce que l'affichage tension/intensité indique.	On voit très bien, le produit a été testé sous différentes conditions. Si vous le souhaitez nous pouvons vous faire une démonstration
2	Le produit coûte cher.	C'est un produit de très bonne qualité qui va vous durer dans le temps. En plus de cela vous allez faire des économies de peinture.

3	Les systèmes pneumatiques sont compliqués d'utilisation	Au contraire, il vous suffira de brancher le flexible d'air relié à la terre sur la tuyauterie d'air et pulvériser.
4	La finition de vos produits me semble approximative	Nos produits possèdent une électrode grande longévité SnapBack™ qui assure un meilleur alignement permettant une finition constante de haute qualité.
5	Le pistolet me paraît lourd, il ne doit pas être confortable pendant une longue période d'utilisation	Le pistolet a été pensé afin d'améliorer le confort et réduire la fatigue de l'opérateur. On peut vous en faire essayer un, comme ça vous verrez par vous-même.
6	On m'a dit qu'il n'y avait pas de garantie sur vos produits	Nos produits sont garantis 3 ans sur le générateur HT, le canon et la poignée.

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%.

Référence	Prix de vente HT	Taux de marque	Remise	Prix d'achat ht	Marge MAXIMUM (a)	Prix de vente avec remise	Nouvelle marge (b)	Taux de marque jusqu'à 27%		
Pro XS 2	2450	40%	5%	1470	980	2327,5	857,5	654,69	2124,69	© -13,28%
Pro XS 3	2655	35%	10%	1725,75	929,25	2389,5	663,75	663,75		
Pro XS 4	3250	30%	6%	2275	975	3055	780	780		
TOTAL	8355				2884,25	7772	2301,25	2098,44		
%					Taux de marque global 34,52%		Nouveau taux de marque global 29,61%	Préserver un Taux de marque global de 27,00% durant la promo		

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

Le réseau physique :

1. **Caractérisez** l'entreprise Graco à l'aide de la méthodologie (régulièrement je pose cette question afin que les étudiants puissent comprendre leur propre organisation lorsqu'ils vont en stage – outil que j'utilise également pour poser le cadre en CEJM)

Ci-dessous un exemple de tableau permettant de caractériser l'organisation – l'usage des sites PAPPERS et du site institutionnel de l'enseigne peuvent accompagner l'étudiant.

CARACTERISTIQUES	JUSTIFICATIONS
DENOMINATION SOCIALE (=NOM)	L'organisation se nomme ...
FORME	L'organisation est une entreprise/organisation publique/organisation à but non lucratif (OBNL).

<p>TYPE</p>	<p>L'organisation est :</p> <ul style="list-style-type: none"> - une entreprise privée à but lucratif/une entreprise publique... - une commune/ communauté de communes/ collectivité territoriale/collectivité régionale/une administration/ un ministère... - une association/une association reconnue d'utilité publique/ un syndicat/un partie politique/ une ONG
<p>FINALITE(S) (Raison d'être de l'organisation)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Finalité lucrative : l'entreprise cherche à maximiser son profit pour assurer sa pérennité. • Finalité sociale (axée bien être des ressources humaines/conditions de travail/formation... • Finalité environnementale (préservation de l'environnement) • Finalité sociétale (participation au développement de l'économie locale/recrutement de personnes en situation de handicap....) • Finalité non lucrative : <ul style="list-style-type: none"> - une organisation publique cherche à satisfaire les usagers en assurant une mission d'intérêt général. - Une OBNL cherche à satisfaire ses adhérents. <p>Remarque : les associations reconnues d'utilité publique assurent également une mission d'intérêt général.</p>

NATURE DE L'ACTIVITE (Ce que produit l'organisation)		La production d'une entreprise est marchande, il peut s'agir d'un bien (matériel et stockable) ou d'un service (immatériel et non stockable). La production des organisations publiques et OBNL et non marchande. Le produit est gratuit ou quasi-gratuit.
SECTEUR D'ACTIVITE		- Primaire : activité d'exploitation de ressources naturelles - Secondaire : produits transformés au cours d'un processus de production. - Tertiaire : services.
STATUT JURIDIQUE		Le cadre juridique choisi par le dirigeant de l'organisation est soit l'EURL ; SARL ; SA ; SAS ; SASU...
Ressources (Ce dont dispose une organisation pour fonctionner)	Humaines	Nombre de salariés/fonctionnaires/bénévoles.
	Matérielles	Site de production/usines/bureaux...
	Financières	Résultat net comptable (si bénéfice), capital social, bénéfices, Le chiffre d'affaires n'est pas un indicateur suffisant mais il peut être mentionné : « probable bénéfice découlant du CA de ... euros).
	Immatérielles	Le savoir-faire des salarié/La notoriété/l'image/ La qualité des produits...
Nationalité		La nationalité se détermine en fonction du lieu du siège social.
Taille		< 10 salariés = Très Petite Entreprise < 250 salariés = PME < 5000 salariés = Entreprise de Taille Intermédiaire. >5000 salariés = Grande Entreprise
Champ d'action		Il correspond à la zone d'influence de l'organisation : local/régional/national/international...

2. 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.

Exemple :

Critères	Coefficient de pondération	CANDIDAT 1		CANDIDAT 2		CANDIDAT 3	
		Points obtenus /4	Note pondérée	Points obtenus /4	Note pondérée	Points obtenus /4	Note pondérée
Formation	2	2	4	2	4	1	2
Expérience	3	1	3	3	9	1	3
Compétences techniques	1	4	4	3	3	2	2
Autonomie	1	4	4	3	3	1	1
Total des points			15/28		19/28		8/28

Le réseau virtuel :

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

https://www.lafabriquedespieds.com/fr/?utm_medium=adwords&utm_campaign=8149200933&ad_group_id=87129697911&ad_id=397804173246&utm_source=la+fabrique+des+pieds&gad_source=1&gclid=CjwKCAiAqNSsBhAvEiwAn_tmxYe56odui1FtANCiVQ5ffuePfb2iDThKfVMXyXkfDJQqOqPOJE2mSRoCqJwQAvD_BwE

⇒ *Prendre quelques publications récentes et calculer le taux d'engagement puis les faire analyser ce taux à l'aide de ce lien qui donne quelques taux moyens.*

<https://blog.hootsuite.com/fr/taux-dengagement-moyens/>

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 100 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 ;

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

Étape 1 : calcul de la valeur hors programme de fidélisation :

Marge annuelle = 15 x 12 = 180 €.

Année	N	N+1	N+2	N+3	N+4
Nombre de clients	1 000	700	490	343	240
Marge annuelle	180 000	126 000	88 200	61 740	43 200
Coût d'acquisition	300 000				
Marge nette	- 120 000	126 000	88 200	61 740	43 200

Valeur de la clientèle = 199 140 €.

Valeur d'un client égale $199\,140 / 1\,000 = 199,14$ €.

Un client téléphonie rapporte 199,14 € à l'entreprise sur toute sa durée de vie.

Étape 2 : calcul de la valeur client avec programme de fidélisation :

Année	N	N+1	N+2	N+3	N+4
Nombre de clients	1 000	800	640	512	410
Marge annuelle	180 000	144 000	115 200	92 160	73 800
Coût d'acquisition	300 000				
Coût de fidélisation	20 000	16 000	12 800	10 240	8 200
Marge nette	- 140 000	128 000	102 400	81 920	65 600

Valeur de la clientèle = 237 920 €.

Valeur d'un client = 237,92 €.

Le programme de fidélisation est rentable.

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

5. **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.
6. **Préparez** un support de simulation du ROI selon la solution choisie (voir support technique).
7. **Réalisez** un tutoriel ou une story borad sur CANVA pour former les professionnels à l'usage du matériel.
8. **Réalisez** un glossaire correspondant au produit.