

DOSSIER 3 : LE DÉVELOPPEMENT DES ACTIONS TECHNICO-COMMERCIALES

Les différents contacts pris sur le salon de la Manutention vous amènent à penser que votre société peut engager de nouvelles actions dans trois domaines particuliers :

- au niveau du produit, des innovations peuvent être apportées au treuil,
- au niveau de l'utilisation des nouvelles technologies de l'information et de la communication, votre société ne peut pas rester insensible aux transformations fondamentales que va entraîner l'utilisation de l'Internet dans le commerce interindustriel,
- au niveau de la distribution, il faut développer les ventes hors des frontières nationales.

3.1. La politique d'innovation

En analysant les différentes remarques des visiteurs venus sur votre stand, vous avez perçu une amélioration potentielle au produit concernant les modèles d'un diamètre de tambour de 160 mm et d'un câble de diamètre de 8 mm.

Pour les treuils mobiles de chantier, **sans variation de vitesse**, raccordés sur une ligne triphasée, il arrive, parfois, que la définition des boutons "montée" et "descente" soit inversée. Une solution est d'installer un relais d'ordre des phases permettant une inversion automatique suivant le sens des phases.

3.1.1. Donnez la référence de l'appareil (ANNEXES 18 et 19) pouvant remédier au problème.

3.1.2. Réalisez son schéma de raccordement sur l'ANNEXE 19.

3.2. La mise en œuvre des ressources d'Internet

Déjà, la société LEVRET s'est engagée résolument dans ce nouvel espace de communication et d'affaires : elle a été référencée sur le site Internet "2ai" l'Annuaire de l'Achat Industriel (www.2ai.fr) et vous pensez que cette première démarche peut être complétée par la création d'un site dédié à la société (ANNEXE 20).

3.2.1. Votre directeur commercial vous demande, sur la base d'un extrait d'article (ANNEXE 20) et de la présentation de l'entreprise (page 2/29) de lui préciser les avantages et les limites de cette « nouvelle manière de faire du commerce », compte tenu de l'activité de la société LEVRET.

3.2.2. Indiquez quelles informations la société LEVRET peut faire apparaître sur son site ?

Votre responsable est intéressé par ce projet.

3.2.3. Proposez une maquette de la page d'accueil du site.

3.3. Le développement du marché international

Votre directeur commercial considère que la société LEVRET a un potentiel de progression à l'export (rappel : l'exportation représente actuellement 25 % du chiffre d'affaires, uniquement vers la Belgique et la Grande Bretagne).

3.3.1. À partir de l'ANNEXE 2, justifiez cette stratégie de développement international.

Cette ouverture pourrait reposer sur deux actions :

- *première action* : la participation à la Foire de Hanovre en Allemagne qui a lieu tous les deux ans (années paires). Celle-ci regroupe 5 salons dont le CEMAT, relatif à la manutention. Cet événement attire de nombreux visiteurs (environ 300 000) notamment au niveau européen.

3.3.2. L'entreprise n'a aucune expérience des salons internationaux. Votre directeur commercial souhaite que vous lui indiquiez les principales difficultés d'une participation à un salon à l'étranger par rapport à un salon national.

3.3.3. Précisez auprès de quels organismes vous pourriez obtenir des informations ou des aides.

- *deuxième action* : le développement d'un réseau de distribution en Europe.

LEVRET réalise son chiffre d'affaires export par l'intermédiaire « d'importateurs – distributeurs » (qui achètent les produits et les revendent dans leur pays pour leur propre compte).

Votre directeur commercial envisage pour accentuer le développement de l'export d'avoir recours à des agents (commissionnés et chargés de négocier au nom de l'exportateur, ce dernier s'occupant de la facturation et restant propriétaire des marchandises).

3.3.4. Précisez les avantages et les inconvénients d'un tel choix.