

DOSSIER ANNEXES

Sommaire

- Annexe 1.....Questionnaire vierge page 2
- Annexe 2.....Liste des variables..... page 4
- Annexe 3.....Plans de tris..... page 5
- Annexe 4.....Tris d'une variable..... page 7
- Annexe 5.....Tris de deux variables..... page 13
- Annexe 6.....Mur de façade : solution en béton
cellulaire et solution traditionnelle..... page 15
- Annexe 7.....Formulaire de thermique..... page 16
- Annexe 8.....Formulaire d'acoustique..... page 17
- Annexe 9.....Données concernant les planchers..... page 18
- Annexe 10.....Extrait de la documentation
commerciale XELLA Thermopierre® page 20
- Annexe 11.....Revêtement de façade : enduit traditionnel
et enduit monocouche..... page 27
- Annexe 12.....Enduits monocouches : classification
MERUC et fiches techniques..... page 28
- Annexe 13.....Vérification de la résistance des murs..... page 31
- Annexe 14.....Extraits de la documentation
technique XELLA Thermopierre® page 33
- Annexe 15.....Extraits du catalogue de prix
XELLA Thermopierre® page 35

Annexe 1 Questionnaire vierge – (1/2)

Enquête sur la nature des relations entre les fournisseurs et les négoce ou GSB

Enquête réalisée du 15 au 31 décembre 2003 - Association "BTS Plus"

Bonjour, nous sommes étudiants en 1ère année de BTS et nous réalisons pour le compte de notre association une étude sur les attentes des négoce et GSB par rapport à leurs fournisseurs.

Pouvez-vous nous accorder 15 minutes environ de votre temps ?

1ère partie : Attentes concernant les produits proposés par les fournisseurs

Comment jugez-vous les critères suivants :	1	2	3	4
1. Qualité des produits :	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. Innovation des produits :	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. Qualité de l'emballage :	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4. Simple à expliquer aux clients :	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5. Simple à mettre en oeuvre :	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6. Largeur de la gamme :	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7. Prise en compte de l'environnement :	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8. SAV et assistance technique :	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
9. Prix d'achat et conditions commerciales :	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10. Prix de vente compétitif par rapport aux concurrents :	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Sans importance (1), Peu important (2), Assez important (3), Très important (4)

2ème partie : Attentes concernant les services proposés par les fournisseurs

11. Comment jugez-vous l'assistance téléphonique et le SAV de vos fournisseurs :	<input type="radio"/> 1. Mauvais	<input type="radio"/> 2. Passable	<input type="radio"/> 3. Moyen	<input type="radio"/> 4. Bon	<input type="radio"/> 5. Excellent
12. Comment jugez-vous les fiches produits, catalogues et promotions proposés par les fournisseurs ?	<input type="radio"/> 1. Mauvais	<input type="radio"/> 2. Passable	<input type="radio"/> 3. Moyen	<input type="radio"/> 4. Bon	<input type="radio"/> 5. Excellent
13. Ne pensez-vous pas que la rapidité de livraison est un atout important pour un fournisseur ?	<input type="radio"/> 1. Oui	<input type="radio"/> 2. Non			

3ème partie : Attentes concernant les actions commerciales

Notez de 1 à 5 vos principales attentes concernant les actions commerciales mises en place par les fournisseurs (5 étant la meilleure note)	1	2	3	4	5
14. Invitation à des salons professionnels :	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
15. Démonstration produit en magasin :	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
16. Formation produit en usine ou showroom fournisseur :	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
17. Mise en place de promotions nombreuses et pertinentes :	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
18. Mise en place d'opérations de stimulation entre vendeurs ou entre magasins :	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

1 (1), 2 (2), 3 (3), 4 (4), 5 (5).

19. L'ATC doit être à l'écoute :

1. Des vendeurs 2. Des problèmes techniques 3. Des informations sur la concurrence 4. Des souhaits du LS

Ordonnez 4 réponses

Annexe 1 Questionnaire vierge – (2/2)

4ème partie : Attentes concernant les qualités d'un(e) Attaché(e) Technico-Commercial(e) (ATC)

20. L'ATC doit passer en magasin :

1. Jamais 2. Rarement 3. Souvent 4. Très souvent

21. L'ATC doit parfaitement maîtriser les caractéristiques techniques de ses produits :

1. Pas d'accord du tout 2. Plutôt pas d'accord 3. Plutôt d'accord 4. Tout à fait d'accord

22. L'ATC doit être chaleureux et compétent :

1. Sans importance 2. Peu important 3. Assez important 4. Très important

5ème partie : Informations générales

23. Sexe de la personne interrogée :

1. Femme 2. Homme

24. Age de la personne interrogée :

1. < 25 ans 2.]25 à 35] ans 3.]35 à 55] ans 4. > 55 ans

25. Quelle est votre fonction dans le négoce ?

1. Responsable d'agence 2. Vendeur 3. Responsable LS 4. Chef de rayon
 5. Responsable des ventes 6. Autres

26. Si 'Autres', précisez :

27. Quel est le nombre de salariés dans votre négoce/GSB ?

1. < 5 salariés 2.]5 à 10] 3.]10 à 20] 4.]20 à 40] 5. > 40

28. Où se situe votre négoce/GSB ?

1. Région Île-de-France 2. Région Bourgogne
Vous pouvez cocher plusieurs cases

29. Depuis combien de temps travaillez-vous dans ce négoce/GSB ?

1. < 1 an 2.]1 à 3] ans 3.]3 à 8] ans 4.]8 à 10] ans 5. > 10 ans

Annexe 2 Liste des variables

Numéro question	Intitulé de la question	Nom de la VARIABLE
1	Qualité des produits	Qualité
2	Innovation des produits	Innovant
3	Qualité de l'emballage	Emballage
4	Simple à expliquer aux clients	Simple/expliquer
5	Simple à mettre en oeuvre	Simple/mise en oeuvre
6	Largeur de la gamme	Largeur gamme
7	Prise en compte de l'environnement	Environnement
8	SAV et assistance technique	Assistance technique
9	Prix d'achat et conditions commerciales	Prix achat
10	Prix de vente compétitif par rapport aux concurrents	Prix vente
11	Comment jugez-vous l'assistance téléphonique et le SAV de vos fournisseurs	Assistance téléphonique/SAV
12	Comment jugez-vous les fiches produits, catalogues et promotions proposés par les fournisseurs ?	Fiches produits
13	Ne pensez-vous pas que la rapidité de livraison est un atout important pour un fournisseur	Rapidité de livraison
14	Invitation à des salons professionnels	Salons professionnels
15	Démonstration produit en magasin	Démonstration en magasin
16	Formation produit en usine ou showroom fournisseur	Formation produit
17	Mise en place de promotions nombreuses et pertinentes	Promotions
18	Mise en place d'opérations de stimulation entre vendeurs ou entre magasins	Opérations stimulation
19	L'ATC doit être à l'écoute	ATC/écoute
20	L'ATC doit passer en magasin	ATC/passage en magasin
21	L'ATC doit parfaitement maîtriser les caractéristiques techniques de ses produits	ATC/connaissance produits
22	L'ATC doit être chaleureux et compétent	ATC/chaleureux et compétent
23	Sexe de la personne interrogée	Sexe
24	Age de la personne interrogée	Age
25	Quelle est votre fonction dans le négoce ?	Fonction
26	Si 'Autres', précisez	Fonction_AUTRE
27	Quel est le nombre de salariés dans votre négoce/GSB ?	Nombre salariés
28	Où se situe votre négoce/GSB ?	Situation géographique
29	Depuis combien de temps travaillez-vous dans ce négoce/GSB ?	Expérience dans le négoce/GSB

Annexe 3 Plans de tris – (1/2)

Liste des tris à plat effectués :

Numéro question	Intitulé de la question
1	Qualité des produits
2	Innovation des produits
3	Qualité de l'emballage
4	Simple à expliquer aux clients
5	Simple à mettre en oeuvre
6	Largeur de la gamme
7	Prise en compte de l'environnement
8	SAV et assistance technique
9	Prix d'achat et conditions commerciales
10	Prix de vente compétitif par rapport aux concurrents
11	Comment jugez-vous l'assistance téléphonique et le SAV de vos fournisseurs
12	Comment jugez-vous les fiches produits, catalogues et promotions proposés par les fournisseurs ?
13	Ne pensez-vous pas que la rapidité de livraison est un atout important pour un fournisseur
14	Invitation à des salons professionnels
15	Démonstration produit en magasin
16	Formation produit en usine ou showroom fournisseur
17	Mise en place de promotions nombreuses et pertinentes
18	Mise en place d'opérations de stimulation entre vendeurs ou entre magasins
20	L'ATC doit passer en magasin
21	L'ATC doit parfaitement maîtriser les caractéristiques techniques de ses produits
22	L'ATC doit être chaleureux et compétent
23	Sexe de la personne interrogée
24	Age de la personne interrogée
25	Quelle est votre fonction dans le négoce ?
27	Quel est le nombre de salariés dans votre négoce/GSB ?
28	Où se situe votre négoce/GSB ?
29	Depuis combien de temps travaillez-vous dans ce négoce/GSB ?

Annexe 3 Plans de tris – (2/2)

Liste des tris croisés effectués :

Numéro question 1	Intitulé de la question 1	Numéro question 2	Intitulé de la question 2
23	Sexe de la personne interrogée	14	Invitation à des salons professionnels
23	Sexe de la personne interrogée	15	Démonstration produit en magasin
23	Sexe de la personne interrogée	16	Formation produit en usine ou showroom fournisseur
23	Sexe de la personne interrogée	18	Mise en place d'opérations de stimulation entre vendeurs ou entre magasins
24	Age de la personne interrogée	14	Invitation à des salons professionnels
24	Age de la personne interrogée	18	Mise en place d'opérations de stimulation entre vendeurs ou entre magasins
25	Quelle est votre fonction dans le négoce ?	20	L'ATC doit passer en magasin
25	Quelle est votre fonction dans le négoce ?	21	L'ATC doit parfaitement maîtriser les caractéristiques techniques de ses produits
25	Quelle est votre fonction dans le négoce ?	22	L'ATC doit être chaleureux et compétent

Dans l'annexe 5, le signe « X » dans l'en-tête des tableaux symbolise le croisement des deux questions.

Annexe 4 Tris d'une variable (tris à plat) – (1/6)

1^{ère} partie : Attentes concernant les produits proposés par les fournisseurs

Comment jugez-vous les critères suivants :

QUESTION 1

Qualité des produits :	
Qualité	Fréquence
Sans importance	9%
Peu important	18%
Assez important	28%
Très important	45%
TOTAL	100%

QUESTION 2

Innovation des produits :	
Innovant	Fréquence
Sans importance	20%
Peu important	25%
Assez important	30%
Très important	25%
TOTAL	100%

QUESTION 3

Qualité de l'emballage :	
Emballage	Fréquence
Sans importance	21%
Peu important	28%
Assez important	19%
Très important	32%
TOTAL	100%

QUESTION 4

Simple à expliquer aux clients :	
Simple/expliquer	Fréquence
Sans importance	15%
Peu important	16%
Assez important	27%
Très important	42%
TOTAL	100%

QUESTION 5

Simple à mettre en oeuvre :	
Simple/mise en oeuvre	Fréquence
Sans importance	20%
Peu important	26%
Assez important	31%
Très important	23%
TOTAL	100%

QUESTION 6

Largeur de la gamme :	
Largeur gamme	Fréquence
Sans importance	30%
Peu important	20%
Assez important	27%
Très important	23%
TOTAL	100%

Annexe 4 Tris d'une variable (tris à plat) – (2/6)

1^{ère} partie : Attentes concernant les produits proposés par les fournisseurs

Comment jugez-vous les critères suivants :

QUESTION 7

Prise en compte de l'environnement	
Environnement	Fréquence
Sans importance	10%
Peu important	12%
Assez important	25%
Très important	53%
TOTAL	100%

QUESTION 8

SAV et assistance technique	
Assistance technique	Fréquence
Sans importance	18%
Peu important	21%
Assez important	34%
Très important	27%
TOTAL	100%

QUESTION 9

Prix d'achat et conditions commerciales	
Prix achat	Fréquence
Sans importance	40%
Peu important	34%
Assez important	14%
Très important	12%
TOTAL	100%

QUESTION 10

Prix de vente compétitif par rapport aux concurrents :	
Prix vente	Fréquence
Sans importance	2%
Peu important	4%
Assez important	38%
Très important	56%
TOTAL	100%