

Le contexte

En janvier 2007, Monsieur LEGUEN (*Président Directeur Général des Etablissements SOMADIMAT SA*) vous a recruté(e) au poste d'adjoint du directeur commercial (*M. MEZANGE*) de sa nouvelle agence espaces verts de la ville de Mayenne.

Vous êtes donc l'un des 8 technico-commerciaux que compte l'entreprise SOMADIMAT (présentée en *Annexe A1*).

Les Ets Somadimat SA offrent à leurs clients particuliers et professionnels une large gamme de produits et services (*Annexe A2*).

Cette société emploie 53 personnes réparties sur 4 sites (*Annexe A3*). Concessionnaire de la marque John Deere depuis 25 ans, la SOMADIMAT étend de plus en plus son offre vers les matériels des parcs et jardins qui représentent en 2007 près de 40 % du chiffre d'affaires (en 2006 pour l'ensemble de la société = 19 millions d'euros de chiffre d'affaires).

Le secteur de la motoculture de plaisance et de loisirs connaissant de nos jours une forte expansion, Monsieur LEGUEN a saisi en 2007 l'opportunité d'ouvrir une nouvelle agence spécialisée dans la vente de matériels pour les espaces verts. De nouveaux bâtiments viennent d'être construits tout près de la succursale de la ville de Mayenne (*Annexe A4*).

Mais si le PDG de la SOMADIMAT a choisi d'élargir ainsi son offre, c'est aussi pour faire face à une concurrence de plus en plus présente (*Annexe A5*). Outre les grandes surfaces de bricolage qui sont de sérieuses rivales auprès des clients particuliers, M. LEGUEN doit aussi faire face à un concurrent de taille pour les matériels professionnels. A 100 mètres de son agence, GIRAUDET MOTOCULTURE est en effet l'agent Husqvarna exclusif du département.

Les principaux objectifs qu'il s'est fixé en ouvrant cette agence sont les suivants :

- proposer aux clients et surtout aux professionnels des services pour simplifier leur activité ;
- étendre son offre à de nouveaux prospects (*possédant et utilisant du matériel de parcs et jardins*) qui ne sont pas encore clients chez Somadimat ;
- élargir la gamme de matériels proposés en obtenant de nouvelles cartes de marques de qualité.

Pour atteindre ces objectifs, M. Mézange (responsable de cette nouvelle agence) vous a engagé(e) afin de prospecter les professionnels, sur le secteur nord de la Mayenne. Vous avez ainsi préparé votre prospection en réalisant des publipostages (dont la présentation de la nouvelle base en *Annexe A4*). Depuis l'inauguration que vous avez organisée en mars dernier, votre principale mission est donc de promouvoir les produits John Deere et Stiga et plus particulièrement les tondeuses autoportées frontales auprès des professionnels.

Les clients de ces tondeuses frontales sont les paysagistes, les campings, les collectivités et les particuliers. Leurs principales caractéristiques sont :

- avoir de grandes surfaces de tontes,
- avoir des terrains difficiles d'accès et étroits,
- rechercher des machines fiables,
- rechercher du confort,
- rechercher de la maniabilité, de la sécurité.

Vous aurez pour objectif de finaliser la vente d'une autoportée auprès de la maison de retraite du Chêne à Ernée en *Annexe A6-A7* (sur la RN12 reliant Fougères à Mayenne, à 22 Km de Mayenne) qui souhaite renouveler une partie de son parc, à commencer par une de ses tondeuses.

Les missions

Vos responsables vous confient plusieurs tâches à accomplir et plusieurs situations à analyser :

Vos missions sont au nombre de trois et se présentent ainsi à vous :

Première mission : Étude de l'entreprise et de son activité

Afin d'enrichir vos connaissances sur l'entreprise dans laquelle vous venez d'être embauché(e), M. LEGUEN, votre chef d'agence souhaite que vous ayez une vue générale des différents services de la société. Il vous confie donc trois dossiers à étudier :

- Une étude de la force de vente de SOMADIMAT,
- Une étude de la clientèle de SOMADIMAT,
- Une étude plus spécifique des besoins des clients professionnels espaces verts.

Seconde mission : Etude de matériel – la gamme de tondeuses Stiga

- Une étude de la gamme de tondeuses Stiga
- Une étude des systèmes de motorisation
- L'entretien et le fonctionnement des tondeuses
- Un étude comparative des tondeuses frontales

Troisième mission : La vente du matériel auprès de la maison de retraite du chêne

- Le traitement des objections
- L'étude du prix
- L'apport des accessoires

Vous trouverez le dossier de travail vous permettant d'effectuer ces 3 missions dans les pages suivantes.

Première Mission : Etude de l'entreprise et de son activité

Question A-1 : Etude de la Force de Vente de l'entreprise

Afin de découvrir la société dans laquelle vous venez d'être récemment embauché(e), vous êtes chargé(e) d'étudier l'organisation de la force de vente de l'ensemble de la société.

L'entreprise dispose de 8 technico-commerciaux : 7 technico-commerciaux et vous même (*Annexe A3*).

Le portefeuille client de l'entreprise comprend 3000 clients sur l'ensemble des sites (agriculteurs, collectivités, paysagistes, forestiers, ...) hors particuliers. Ils sont visités 1 à 2 fois par an, selon les cas. M. LEGUEN estime que le nombre de ces technico-commerciaux est sûrement insuffisant pour assurer un réel suivi des clients (ce qui impliquerait 3 visites par an) et pour mener une action efficace auprès de 1200 prospects (prévoir 2 visites par an en moyenne).

Chaque commercial travaille 44 semaines sur le terrain, 5 visites sont réalisées en moyenne par jour, (le reste étant consacré à : prise de RDV + administratif + temps de route). Enfin le lundi matin et vendredi après midi sont réservés aux réunions (inter-agences et par agence).

Question A-1-1 : *Calculez sur la base de l'organisation actuelle, le nombre de visites par année que peuvent réaliser les 8 technico-commerciaux.*

Question A-1-2 : *Calculez le nombre de visites qui ne pourront pas être assurées pour réaliser le réel suivi souhaité par M. LEGUEN.*

Indiquez le nombre de nouveaux technico-commerciaux permettant de garantir l'ensemble des visites.

Question A-1-3 : *L'embauche de commerciaux exclusifs génère toujours des coûts fixes importants. Citez d'autre(s) solution(s) pour mieux maîtriser ces coûts de distribution et ainsi réduire ces coûts fixes.*

M. LEGUEN souhaite vous faire étudier le cas du technico-commercial Claude RICOUD pour que vous puissiez vous rendre compte de la difficulté du travail. Il possède un portefeuille client de 250 noms.

La direction commerciale souhaite augmenter le portefeuille client de Claude RICOUD de 4% par an.

Son taux annuel d'érosion est de 10 % (cessation d'activité des clients, passage à la concurrence, ...).

La démarche utilisée par Claude RICOUD pour prospecter est la suivante :

- 1- Prise de RDV par téléphone (2 contacts sont nécessaires pour obtenir un premier RDV)
- 2- puis des visites en face à face (3 visites sont indispensables pour transformer un prospect en client)

Question A-1-4 : *Calculez, en nombre de clients, le nouvel objectif de Claude RICOUD. Calculez le nombre de clients supplémentaires que doit réaliser Claude RICOUD pour atteindre ce nouvel objectif.*

Calculez l'effort annuel de prospection en nombre d'appels et de visites que Claude RICOUD doit mettre en œuvre pour atteindre l'objectif d'augmentation du portefeuille client. Commentez les résultats obtenus !

M. LEGUEN souhaite organiser un challenge interne basé sur la vente de matériel STIGA en 2008, il hésite entre plusieurs récompenses :

Question A-1-5 : *Vous citerez 2 récompenses possibles à un challenge en présentant les principaux avantages de chacune d'entre elles.*

Question A-2 : Etude de la Clientèle de l'entreprise

A l'occasion de l'ouverture de sa nouvelle agence, M. LEGUEN souhaite réorganiser le portefeuille clients en créant une catégorie « grands comptes » avec lesquels l'entreprise SOMADIMAT entretiendra des relations privilégiées (facturation mensuelle, nombre de visites à effectuer, politique de réductions ...).

Au lieu de recourir aux méthodes classiques basées sur l'observation du chiffre d'affaires, le classement des clients en « grands comptes » se fera en fonction de leur situation financière. Afin de sensibiliser les commerciaux à cette démarche, M. LEGUEN vous demande de réfléchir à une méthodologie d'analyse à partir de l'exemple du client DUROC.

Afin de réaliser cette tâche, vous vous êtes procuré(e) les derniers bilans de l'entreprise DUROC (en **Annexe A8**).

Question A-2-1 : *Indiquez les 2 méthodes classiques évoquées ci-dessus, qui permettent d'aboutir à un classement des clients en « grands comptes », « petits comptes »....*

Question A-2-2 : *Complétez les bilans fonctionnels (**Annexe A9 à rendre**).*

Question A-2-3 : *Complétez votre étude par le calcul de ratios (**Annexe A10 à rendre**).*

Question A-2-4 : *Commentez les résultats obtenus et exprimez vous sur les points suivants :*

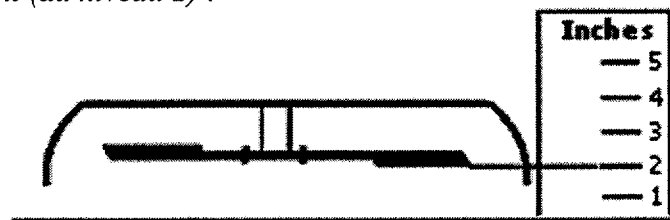
- *L'entreprise a-t-elle réalisé des investissements ?*
- *Par quel moyen essentiel ces investissements ont-ils été financés ?*
- *La trésorerie nette est-elle liée au fonds de roulement et besoin en fonds de roulement ?*
- *Des améliorations devraient-elles être apportées ?*

Question A-2-5 : *Indiquez, si au vu de votre analyse financière, il vous apparaît envisageable de référencer en « grand compte » le client DUROC.*

Question A-3 : Etude des besoins des clients professionnels espaces verts

M. LEGUEN a besoin d'être rassuré sur votre maîtrise de la connaissance des besoins des clients professionnels en matière de tonte, avant de vous laisser mener votre prospection.

Question A-3-1 : *Donnez la valeur en mm de la hauteur de coupe moyenne indiquée sur le schéma suivant (au niveau 2) :*



Indiquez, si l'herbe est coupée trop court, les inconvénients qui peuvent se présenter pour la pousse du gazon.

Le système de coupe « multiclip » de STIGA, permet une tonte « mulching ».

Question A-3-2 : *Donnez des termes en langue française qui expriment ce qu'est la tonte « mulching ».*

Expliquez et illustrez ce principe de coupe par un schéma.

Les professionnels de l'entretien d'espaces verts ont des besoins très précis en matériels de tonte, en fonction des travaux qu'ils souhaitent réaliser.

Question A-3-3 : *Indiquez les deux principaux critères de choix d'une tondeuse (hormis le prix).*

Question A-3-4 : *Présentez dans un tableau les différents types de tondeuses appropriés pour les cinq surfaces de tonte suivantes :*

<100 m² ; 100 à 600 m² ; 600 à 3000 m² ; 3000 à 6000 m² ; >6000 m²

Indiquez également dans votre tableau, la puissance moteur et la largeur de coupe souhaitables pour les 5 surfaces pré-citées.

Question A-3-5 : *Exposez les principaux avantages que présentera une tondeuse à coupe frontale en comparaison avec une coupe ventrale.*

Plusieurs organismes agréés régissent la fabrication et l'utilisation des matériels.

Question A-3-6 : *Citez un exemple de réglementation (pour les matériels d'entretien des espaces verts) correspondant à chacun des 3 sigles suivants :*

▪  : directives européennes

▪  : circulation

▪  : prescriptions de sécurité

Deuxième Mission : L'étude du matériel

M. LEGUEN souhaite que vous preniez connaissance de la gamme de tondeuses Stiga et ses caractéristiques techniques, avant toute rencontre client.

Question B-1 : Etude de la gamme de tondeuses STIGA

M. LEGUEN désire que vous définissiez quelques notions concernant une gamme de produit. En effet une gamme se caractérise par sa largeur, sa profondeur et son étendue.

Vous vous baserez uniquement sur les tondeuses (autoportées, frontales et autres)

Question B-1-1 : Vous indiquerez (en vous appuyant sur l'annexe A11) ce qu'on appelle :

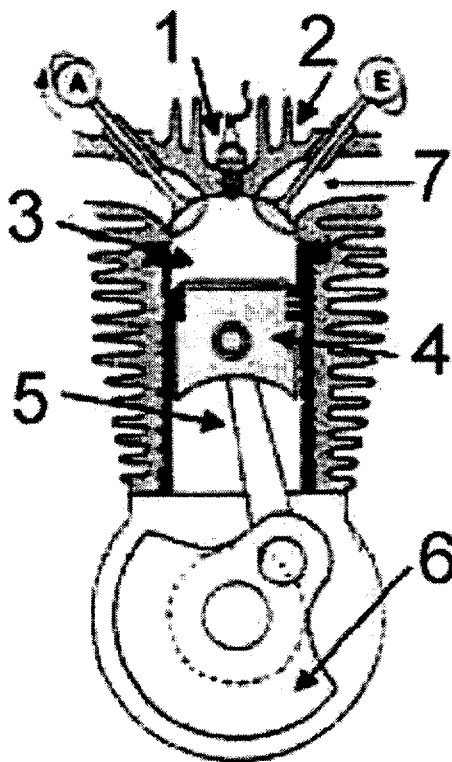
- une largeur de gamme (prenez un exemple sur l'annexe A11).
- une profondeur de gamme (prenez un exemple sur l'annexe A11).
- l'étendue de la gamme (appuyez vous sur l'annexe A11).

Question B-1-2 : La gamme de ces tondeuses est particulièrement vaste. Vous citerez les principaux avantages et inconvénients qu'une entreprise possède à avoir une gamme étendue.

Question B-2 : Etude des systèmes de motorisation

M. LEGUEN désire également vous soumettre une étude technique afin d'apprécier vos qualités d'analyse et de synthèse, pour bien adapter les produits qu'il commercialise aux besoins de sa clientèle.

Il vous demande dans un premier temps d'étudier le fonctionnement des moteurs les plus courants qui équipent les matériels STIGA :



- Question B-2-1 :** *Donnez la désignation des 7 éléments du moteur du schéma précédent.*
- Question B-2-2 :** *Représentez plusieurs schémas simplifiés de ce type de moteur afin d'illustrer chaque phase du cycle de fonctionnement de ce moteur 4 temps.
Commentez vos croquis.*
- Question B-2-3 :** *Indiquez les points forts et les points faibles de ce type de moteur.
Comparez ce moteur 4 temps avec un moteur 2 temps en indiquant les avantages de ce dernier.*
- Question B-2-4 :** *Citez les différents types d'huile pouvant assurer la lubrification de ces moteurs.
Indiquez ce que signifient les 3 termes « 10 W 30 » qui définissent l'huile utilisée pour les tondeuses Stiga.*
- Question B-2-5 :** *Mesurez sur le plan de ce moteur (schéma précédent à l'échelle 1:5) le diamètre et la course du piston.
Donnez alors la valeur de la cylindrée de ce moteur.
Ce moteur monocylindre devant tourner à 4000 tr/min, calculez la vitesse moyenne de déplacement du piston (lors de sa descente).
La pression exercée sur le piston (mesurée lors de l'explosion des gaz) étant de 1,73 bar, calculez la force qui s'exerce sur celui-ci.
Déduisez la puissance théorique de ce moteur (que vous exprimerez également en chevaux).
Calculez ensuite son couple.*

Question B-3 : L'entretien et le fonctionnement des matériels

M. LEGUEN exige de ses vendeurs en parcs et jardins qu'ils aient des notions de mécanique et de maintenance des produits vendus par la société, pour être toujours crédible face aux clients professionnels ou particuliers.

- Question B-3-1 :** *Citez les 3 principales opérations de l'entretien courant d'une tondeuse autoportée.*
- Question B-3-2 :** *Indiquez la principale précaution à prendre avant l'hivernage d'une machine.*
- Question B-3-3 :** *Présentez les 3 types de transmission pouvant équiper l'avancement d'une tondeuse.
Expliquez brièvement l'intérêt de chaque système.*

Le moteur qui tourne à 4000 tr/min transmet la puissance aux lames par un système de poulies - courroies. La poulie (en prise directe sur l'arbre moteur) entraîne une courroie sur un diamètre de 70 mm.

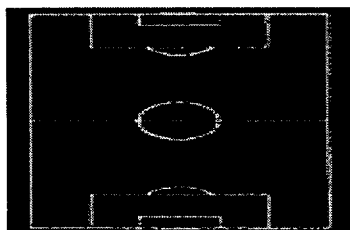
- Question B-3-4 :** *Calculez quel devra être le diamètre de la poulie qui entraîne les lames pour que celles-ci tournent à 2800 tr/min.
Citez les deux principaux avantages de ce type de transmission de puissance.*

Question B-4 : Etude comparative des tondeuses frontales

Afin de préparer votre argumentation face à votre prospect, vous devez comparer les produits de la SOMADIMAT avec ceux de la concurrence.

Vous disposez pour cela des données sur les deux concessions (SOMADIMAT et GIRAUDET) en annexe A11, et des présentations des deux tondeuses autoportées frontales concurrentes, STIGA et HUSQVARNA en annexes A12 et A13.

Question B-4-1 : *A partir des données du dossier ressource (4 pages des annexes A12 et A13), déterminez pour les deux modèles, le temps qu'il faudra pour effectuer la tonte d'un terrain de sport d'une surface de 7 100 m² en coupe « mulching ».
On estimera pour chaque modèle que la vitesse moyenne de déplacement durant la tonte est de 68% de la vitesse maxi donnée par le constructeur.*



Question B-4-2 : *Etablissez dans un tableau, un comparatif des deux modèles concurrents, en y classant les caractéristiques dans leur ordre d'importance lors d'un argumentaire. (10 caractéristiques maxi).*

Question B-4-3 : *Pour conclure, citez les principaux points forts de chaque produit, en effectuant la synthèse de votre tableau.
Justifiez vos arguments.*

Troisième Mission : La vente du matériel auprès de la maison de retraite du chêne

C'est M. CORDIER que vous rencontrez. Il est le responsable des espaces verts de la maison de retraite.

Question C-1 : le traitement des objections

M. LEGUEN désire que vous prépariez le traitement des objections les plus prévisibles.

Question C-1 : *Traitez les objections citées en annexe A14 (à rendre avec la copie). Indiquez le trait de personnalité dominant d'un prospect émettant les 5 objections en annexe A14 en vous appuyant sur la typologie SONCAS. Justifiez votre réponse.*

Question C-2 : l'étude du prix

M. LEGUEN souhaite que vous réfléchissiez à la proposition de prix à faire à M. CORDIER en testant quelques notions de calculs commerciaux et financiers se rapportant au modèle Stiga (modèle de tondeuse sans outil). Vous utiliserez les informations de l'annexe A11.

Question C-2-1 : *Retrouvez le prix d'achat hors taxes de la machine en vous appuyant sur un taux de marque de 15% (arrondissez à l'euro le plus proche).*

Question C-2-2 : *Calculez le taux de marge et le coefficient multiplicateur correspondant.*

Question C-2-3 : *Si le prix d'achat de cet outil était majoré de 3% par notre fournisseur, à quel prix de vente hors taxes devrait-on le proposer à notre client afin de conserver le même taux de marge ?*

Question C-2-4 : *Si votre client parvient à négocier une remise de 5% sur le prix de vente hors taxes, cela signifie-t-il que votre taux de marge baisse de 5% ? Justifiez votre réponse.*

Question C-2-5 : *Afin d'anticiper une négociation sur les conditions de règlement, préparez une note précisant les incidences sur la marge des conditions de règlement suivantes :*

- paiement comptant avec escompte de 2%,
- paiement par lettre de change à 30 jours.

Question C-2-6 : *Afin d'être en mesure d'éclairer votre client désireux de réaliser un emprunt pour financer son investissement, complétez le tableau de remboursement par annuités constantes proposé en annexe A15 (à rendre avec la copie).*

Question C-3 : les accessoires proposés

M. LEGUEN vous demande de faire la liste des accessoires qui pourraient être proposés à votre prospect.

Question C-3 : *Choisissez, parmi les accessoires de l'annexe A16 vendus par la SOMADIMAT, les trois outils qui pourraient être nécessaires à M. Cordier pour l'entretien du parc de la maison de retraite. Justifiez vos choix.*