

# L'entreprise Laserjet

## Fiche d'identité

- Entreprise de service, spécialisée dans la découpe et la tôlerie en sous-traitance
- Située à Sainte-Marie-aux-Mines
- Effectif de 20 personnes
- Chiffre d'affaires : 2,52 M d'€
- Certification CEFRI (installations nucléaires)

## Types de prestations

- Découpe laser de tôles (2 D)
- Découpe laser de tubes et de pièces embouties (3 D)
- Découpe jet d'eau (2 D) de tôles et autres matières
- Gravure laser
- Soudure TIG / MIG, par point et à goujons
- Pliage
- Taraudage
- Traitement de surface (externalisé)

## Ses atouts, ses services

- Différentes techniques de découpe (laser et jet d'eau)  
→ peut découper n'importe quelle matière
- Equipements de pointe :
  - ✓ Machine de découpe laser 5 axes unique en France
  - ✓ Machine de découpe laser 2D la plus puissante du NE de la France
- Réactivité de l'équipe commerciale, chargée aussi des études, qui peut proposer les solutions les mieux adaptées dans des délais courts
- Stock permanent de matière

# Laserjet

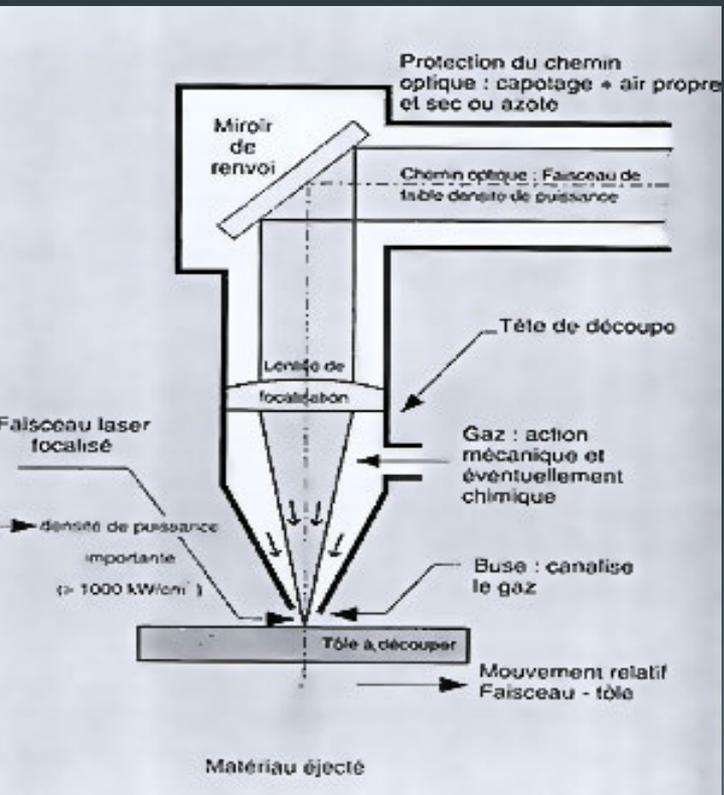


## Ses clients

- Chaudronniers
- Usineurs
- Assembleurs
- Autres : fabricants divers, bureaux d'étude...

# Problématique

- ❑ Investissement en 2012 dans une nouvelle machine de découpe laser 3D qui ouvre de nouveaux marchés potentiels.
- ❑ Peu de prospection par manque de temps
- ❑ L'analyse du portefeuille client a mis en évidence une perte croissante de clients, heureusement certes compensée par des demandes de nouveaux clients.



Le principe de la découpe laser :  
Un rayon lumineux qui passe par une lentille pour fondre ou vaporiser la matière



Exemples de découpe laser 3D (machine multi-axes)



Principe du jet d'eau : eau additionnée de sable



Mon projet :

# Suivi et développement du portefeuille clients

## Opportunités

- Machine à découpe laser 5 axes unique en France
- Peut proposer des solutions complètes grâce à ses prestations complémentaires
- L'entreprise est encore peu connue en dehors de l'Alsace et du département des Vosges
- Situation géographique à proximité du tunnel reliant Sainte-Marie-aux-Mines à Saint-Dié

## Contraintes

- Les entreprises préfèrent souvent s'engager avec des sous-traitants locaux (relation de proximité)
- Difficulté de rencontrer les entreprises éloignées et de regrouper les RDV
- Peu de disponibilité de la part des commerciaux pour m'accompagner en clientèle

## Objectifs

### Qualitatifs

- Faire connaître l'entreprise et son savoir-faire dans les régions limitrophes
- Faire connaître les possibilités de la nouvelle machine
- Identifier l'activité actuelle et les besoins des anciens clients et des nouveaux clients potentiels contactés

### Quantitatifs

- Reconquérir les anciens clients inactifs
- Trouver des nouveaux clients
- Obtenir des consultations
- Réaliser des ventes

# Plan d'action

1	Missions Préparatoires
2	Missions Préparatoires
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	
11	
12	
13	
14	

## Redynamisation des anciens clients inactifs

- Sélection des clients inactifs (> 1 an)
- Mode d'approche :
  - Contact téléphonique
  - Prise de RDV dès que j'en avais l'opportunité
- Réalisation et envoi des offres, suivi des affaires

(en juin)

## Prospection dans le Nord-Est de la France

- Ciblage :
  - Chaudronniers et usineurs situés dans les régions limitrophes
  - Elargissement aux enseignistes et agenceurs afin d'optimiser les tournées
- Mode d'approche en 2 étapes :
  - en juin :
    - ✓ Envoi d'un mailing de présentation de l'entreprise
    - ✓ Phoning de qualification
  - en novembre :
    - ✓ Relance des prospects ayant présenté un intérêt en juin
    - ✓ Organisation des tournées dans les régions limitrophes en autonomie  
(au total 19 RDV répartis en 5 tournées)
- Réalisation et suivi des offres reçues

# Résultats et bilan

## Action de redynamisation des anciens clients inactifs

Anciens clients inactifs identifiés	70
Relances téléphoniques	54
Non intéressés, <u>dont</u> :	45
✓ Redressement judiciaire	2
✓ Travaillant avec un confrère	10
✓ Besoins ponctuels	33
Intéressés	9
RDV obtenus	2
Offres réalisées	3
Ventes réalisées	0

## Bilan personnel

- Découverte des divers aspects du métier de TC
- Acquisition de méthode et d'autonomie dans mes missions
- Approfondissement technique dans l'élaboration des offres

## Bilan qualitatif

La prospection a permis de faire connaître l'entreprise et la nouvelle machine dans le Nord-Est de la France et d'identifier

un client à fort potentiel (qui atteint aujourd'hui un CA d'un montant de 78.000€), et des prospects ayant des besoins + ponctuels

## Action de Prospection dans le Nord-Est de la France

	Cibles initiales	Cibles ajoutées	Total
	Chaudronniers Usineurs	Agenceurs Enseignistes	
Prospects identifiés et Nbre d'envois du mailing	217	23	240
Relances téléphoniques	160 (*)	23	183
Non intéressés, <u>dont</u> :	114	12	126
✓ Découpe en interne	18	0	18
✓ Pas de besoins en découpe	76	12	88
✓ Partenariat avec un fournisseur	20	0	20
Intéressés	46	11	57
RDV obtenus	8	11	19
Offres réalisées	17	1	18
Commandes obtenues	11	0	11
Chiffre d'affaires réalisé dont 57 000 € avec 1 seul client	59 000 €	0,00 €	59 000 €

Diaporama présenté à la finale du  
Trophée du commerce interentreprises

en mars 2014

par Ysuf

Bac d'origine : Bac pro usinage

Contraintes :

5 diapos maximum

Temps de présentation orale : 5 minutes