



# LA REPROGRAPHOBIE

Comédie écrite par Nicolas MARENESI

## **Réunion**

« Action de réunir des personnes en un lieu à une fin déterminée ; fait de se rassembler »

Lundi matin : 09H00

« Mesdames, Messieurs, bonjour et merci d'être ponctuel à notre réunion. Ce matin débute un nouveau mois et nous allons faire un focus sur le mois précédent ainsi que sur les projections du mois à venir. »

Le groupe composé de commerciaux responsables de secteurs géographiques reste attentif, s'attendant aux différentes étapes et analyses de leur manager. Spécialisés dans la commercialisation de photocopieurs ce sont des « vendeurs winners ».

Leur manager, vendeur aguerri, rompu aux armes de la vente One Shot est devenu responsable d'équipe par la force de l'âge. La quarantaine, le sourire Colgate, les dents longues. Son discours est composé de mots et d'expressions comme « activité commerciale, taux de transformation, nombre de rendez-vous, Spanco, Portefeuille d'affaires, Sam, Revue de comptes, Fsmā, PRP, Coût copie, Loc fi, Page pack, taux de marge, taux de remise, Prévisions des commandes, Engagements, SA/SP, Iso coût ... »

« Je tiens à féliciter Linda pour sa belle réalisation le mois dernier. Messieurs, retroussez vos culottes ! Linda à vendu 12 MFP pour un CA de 75K€, 187% de l'objectif ! BRAVO Linda...J'espère que tu recommenceras ce mois-ci.  
2<sup>ème</sup> Christophe : 8 MFP, 55K€, 137% de l'obj !  
3<sup>ème</sup> Marie : 5 MFP, 40K€, 100% de l'obj ...Bravo ! Il y a de beaux salaires en vue »

« Quant aux autres Benoit, Paul, Abdel et Julien vous êtes en dessous des obj ! Benoît 90%, Paul 85%, Abdel et Julien 65% ! »

« Je ne vous félicite pas ! Votre manque de résultat pénalise l'équipe. Nous allons nous voir en S.A.M et vous m'expliquerez pourquoi vous avez foiré votre mois Ok ! Point Barre ! »

L'équipe de Fabrice a tout de même réalisé son objectif à 104% !

La réunion se déroule ainsi avec l'analyse du manager sur les bons résultats des meilleurs et son regard sur les lièvres de l'équipe...le tout inscrit sur son paperboard.

L'enjeu se jouera pour le trimestre à boucler ; Il reste un mois et l'équipe est à tout juste 70% des objectifs cumulés et Fabrice voit sa prime s'envoler et sa direction régionale lui tomber dessus.

« OK remettez moi vos Paf à jour ! Abdel, Julien dans mon bureau ! »

La réunion se termine dans cet esprit de Franche camaraderie.

Linda, Marie, Christophe et Benoit se retrouve à la pause café pour échanger :

« Bravo Linda, superbe mois ! » commente Benoit.

« Tu as vu comme il nous prend la tête avec ses ratios, ses taux de réussite etc...Il me gonfle » dit Linda.

« Ne te plains pas il t'a à la bonne ces temps-ci profite-en ! » ajoute Christophe.

« Tu crois qu'il va les allumer Julien et Abdel » demande Marie.

L'équipe poursuivant ses commentaires, Carole l'assistante arrive d'un pas pressé.

« Vite Marie M. Demesmaecker pète un câble, son copieur est en en rade depuis deux jours et aucun tech ne l'a rappelé. Il veut mettre le matériel sur le trottoir »

« Ok je l'appelle et je règle ça mais c'est le boulot de Fabrice de gérer les problèmes. Moi je vends ! C'est pas normal.»

Dans le bureau du Chef des Ventes l'ambiance est moins détendue. Fabrice dénonce les résultats de ses deux commerciaux comme lamentables. L'analyse est simple et Fabrice y va franco :

« Qu'est-ce que vous avez branlé ce mois ci ?»

Julien et Abdel n'en mène pas large. Outre les résultats en demi teinte ces deux derniers mois, leur désinvolture semble passablement énerver le chef des ventes.

« Alors ! Que fait-on messieurs ? Donnez-moi votre analyse sur vos actions et votre retour sur vos performances »

Julien bredouilla

« Tu sais la crise aidant c'est pas facile de convaincre les acheteurs d'investir.. »

Abdel en rajoutant

« La concurrence nous taille les clients avec des prix cassés » irrite au plus haut point Fabrice.

« Et alors comment font les autres, ils ont les mêmes problèmes que vous ; mais eux ils y arrivent ! Bon Abdel, Julien sortez votre paf et agenda ; nous allons faire une SAM synthétique, l'un après l'autre. Julien à toi l'honneur, dans 5 min chrono !»

Julien va sur son Pc et imprime son portefeuille d'affaire.

« 25 affaires qui se battent en duels sur le trimestre qui vient. Comment veux-tu arriver à vendre ? Avec un taux de transformation à ce jour de 1 sur 5 ça représente 5 affaires signables sur 3 mois ! C'est ton business d'un mois pas de 3 ! Ton agenda le reflète, 4 rdv par semaine, tu te moques de moi et de toi surtout. Au cumul de l'année tu es en retard de 40% ! Tu te rends comptes 40% ! Putain ! Merde ! Réagis quoi ! Qu'est ce que tu attends ? Qu'on te vire ! Bon la semaine prochaine : Ta mission Prendre 8 rdv je viendrais en accompagnement avec toi et on verra le retour. OK ! »

Julien ne pu placer une phrase dans cet exercice ou il est profitable d'échanger les expériences ; le coaching étant un art ou la subtilité et la psychologie jouent un rôle important. Ce n'est pas la force principale de Fabrice.

La SAM d'Abdel fût dans la même lignée.

## **Vendeur**

« Personne spécialement chargée de la vente dans un magasin, une entreprise »

Le métier de commercial est passionnant, en particulier dans le milieu de la reprographie. Exigeant, harassant, nécessitant une très forte résistance au stress omniprésent. Parfois ingrat voire injuste.

L'image du vendeur de photocopieur s'associe au vendeur camelot. Le verbe haut, fanfaronnade, exubérance, où les limites et les excès sont possibles et il devient facile de devenir « border line. » Les tentations sont grandes et régulières. Le vendeur-copieur peut très bien gagner sa vie. La moyenne des revenus est en générale dans le haut de la pyramide des revenus de la fonction commerciale.

Il est bon de préciser qu'il existe différents profils de vendeurs dans la bureautique : Attaché commercial, ingénieur vente, ingénieur vente grands comptes, ingénieur système, ingénieur technico-commercial, Key account manager, chef des ventes, chef de marché, ingénieur vente solutions, responsable de business unit...

Tous ces métiers ont une colonne vertébrale commune : Vendre !

Le client étant l'objet le plus convoité par cette population d'énergumènes représentants.

Les anecdotes croustillent et fourmillent dans chaque société commercialisant des machines à sortir des feuilles de papier.

Si la grande majorité des fabricants sont des acteurs sérieux, certains disposent en leurs équipes de phénomènes de la vie, des magiciens du verbe, des prestidigitateurs de la construction budgétaire...

Un commercial à même eu une attaque cardiaque, due à une trop forte émotion après la signature d'un gros contrat dégageant un peu de plus de 100 000 € de marge ! A la vue de la commission, l'émotion fût trop forte !

La qualité des hommes et femmes qui en sont les composants n'a cessé d'évoluer ces dernières décennies ; nous sommes passés des « vendeurs camelot » aux vendeurs spécialisés par branche, de l'audit des flux d'impression à la dématérialisation des documents papiers. Un monde en ébullition entremêlant les plus grands constructeurs mondiaux, les organismes bancaires réputés, les grands acteurs économiques de notre société.

Revenons à notre équipe de choc !

Marie, 35 ans, en couple, 1 enfant distinguée, vive, séduisante. Son métier elle l'appréhende comme une ligne de sagesse : Elle veut le maîtriser tout comme sa vie ; ordonnée ! C'est une battante avec une idée de la réussite, sans compromissions pour ses valeurs.

« Je ne suis pas là pour arnaquer, mais pour durer et créer un vrai relationnel productif et donc bien gagner ma vie »

Bonne vendeuse, elle manie l'art de la séduction et de la persuasion avec sérénité et maîtrise la règle de 3 en clientèle avec douceur et évidence !

« Mr Cohen bonjour, je suis ravie de vous revoir. Vous avez bonne mine, et vous portez très bien le bleu, mais je ne peux m'empêcher une critique ! Vous avez rajeuni de deux ans ! Comment faites-vous ? »

« Ah Marie, toujours aussi avenante »

« Nous avons convenu de refaire le point sur les contrats et le parc de matériel »

« Exactement Marie, et j'espère que vous avez de bonnes résolutions : Economie étant le mot d'ordre cette année »

« Absolument, je vous ai préparé une simulation qui vous permet de changer vos matériels par un équipement neuf et de dernière génération pour un même budget. Votre budget actuel est de 20 000 €/an pour les 8 matériels (location + maintenance) La partie locative égale 14 000 € et la maintenance 6 000. Votre parc à 4 ans et à besoin d'être optimisé à ISO COUT. Qu'en pensez-vous ? »

« ECONOMIE Marie ! »

« Est-ce le seul argument pour faire perdurer notre partenariat Mr Cohen ? »

« Oui ! Vous savez que la concurrence me sollicite régulièrement, donc si vous réduisez mon budget de 10% cela nous évitera de changer de fournisseur. Nous vous sommes fidèles et vous le méritez bien Marie, mais notre budget avant tout ! »

« Bien 10% c'est beaucoup ! Mais voulant absolument vous conserver j'avais demandé une dérogation de remise possible que je m'apprêtais à vous soumettre. OK pour 18 000 €/an avec le même volume de copie bien sur ! »

« Bien sur ; Ok pour moi allons-y ! »

Et voici Mr Cohen en train de signer un contrat d'un montant financé de plus de 65 000 €ht pour 8 copieurs. 400 000 copies/an facturées à 0.007 €ht = 2 800 €ht. Pour un budget annuel de 18 000 €ht Le loyer annuel sera de 15 200 €ht soit 3 800 €ht/trimestre. Plus cher que le loyer initial. Reste le rachat du dossier en cours (l'OA) des 4 trimestres restant soit 14 000 €ht. Et voilà 51 000 €ht de Chiffre d'affaire net tombant dans l'escarcelle de Marie.

Une affaire et le mois est bouclé. Pas très compliqué !

Si elle avait signé à Iso coût son CA net aurait été de 60 000 €ht ; + 17% !

Reste à livrer, installer et à signer le PV d'installation pour que la Banque facture le montant financé global. Bien entendu avant son rdv, Marie avait pris la peine de faire un scoring sur le siren de son client afin d'obtenir un accord de financement.

Le travail ne semble pas difficile en soi et semble à la portée du premier venu. C'est effectivement ce que croit grand nombre de commerciaux. Avant d'agir avec une telle facilité, un climat de confiance a du être établi et une limpidité des arguments dans l'entretien doit pouvoir être mis en pratique. Autrement ce sera de l'improvisation, des à peu près, et hésitations qui feront à coup sur capoter l'affaire.

De retour à l'agence Marie saisie son contrat dans le CRM et complète le dossier administrative (RIB, Carte d'identité, Autorisation de Prélèvement signé, Valeur de rachat actualisé, Accord de financement...) avant de le donner à l'assistante pour enregistrement.

« Cà y est ! Tu l'as ? » Demande Fabrice.

« In the box » valide Marie.

“Ouais bravo, Allez Ah ! C'est bon ça !” Érucite t-il !

En effet 51 K€ en un contrat ce n'est pas pour déplaire au CDV. Cela lui donne de l'air et va lui permettre de concentrer ses taches sur « ses boulets » afin d'essayer de serrer des affaires qu'ils sont incapables de faire seul.

Si seulement tous les commerciaux de Fabrice étaient comme Marie. Le rêve de tout manager.

Linda arrivant à ce moment- d'un pas stressé empreint d'un bruit de talons ferré- félicita également sa copine

« Sainte Marie, tu commences à faire des affaires avec de la marge. Dis-donc, grande première »

« Linda tu as l'air furieuse ! Tu n'as pas réussie à tirer un pigeon aujourd'hui. Pas de Marouchette »

« Dis donc sainte nitouche, tu commence à me gonfler avec ton angélisme catho »

« Oh Mesdames, on se calme ! Temps mort Linda ! Calmos. Qu'est ce tu as ? T'as pas signée ?»

Sur ces entre-faits Carole interpelle Linda et Fabrice :

« M.BON te cherche, il t'a appelé 3 fois aujourd'hui. A première vue çà pu ! Il dit qu'il paye plus cher que ce qui était prévu ! »

« Tiens voila l'éclopé qui revient et qui ne sait toujours pas lire ses factures. Il me gonfle celui là. Fabrice tu t'en occupes ! Je me le suis déjà tapé »

Fabrice acquiesçant devant de tels agissements, laisse toujours Carole bouche bée. Il faut dire que depuis 6 mois Linda est en tête du podium loin devant les autres. Alors les conneries de Linda, Fabrice essaye tant bien que mal de les régler, sachant au fond de lui-même que lorsqu'elle pourra lui planter un couteau dans le dos, elle le fera avec délectation.

Au sein de l'agence au demeurant tout le monde se supporte. L'animosité de Linda indispose Marie qui ne se prive pas de réponses vives et justes. Christophe et Benoit adorent Linda. Elle les fait rire et rêver. Signer grâce à ses atouts et sa petite morale ne sont pas pour déplaire à nos deux caricatures des baltringues du sud de la France.

Souvent le déjeuner se passe en équipe, Paul (le faux-cul de première) s'entend bien avec tout le monde. Julien et Abdel sont assez proches, Marie les aime bien, Linda les maltraite et les méprise à chaque instant, Benoit et Christophe se prennent pour les leaders d'opinion et veulent chapeauter toute l'équipe à l'instar de Fabrice qui parfois ne conserve pas la main sur son équipe.

Les disputes, les rivalités, joutes et duels sont habituels ; cela maintient l'ambiance et stimule la compétition !

A la tête du Business Center, André le DG. La cinquantaine, il a passé sa vie dans l'univers du copieur, a peu près tout connu et gère son centre de profit avec le plus de professionnalisme possible. Il est secondé par David le DR – son Sherpa – qui « drive » 3 agences. Il a été placé sous l'aile protectrice et bienveillante de son ami de longue date. Sa mission consiste à reformuler les actions et décisions du groupe et du DG. Il est et a un effet miroir !

## **Commandos**

« Petit groupe d'hommes armés qui se livre à des actes de violence (attentats, sabotages, détournements d'avions, etc.). »

Chez les vendeurs de copieurs l'activité commerciale s'axe autour de deux pôles : La prospection et le suivi client.

Le premier consiste à démarcher en phoning ou en physique des suspects potentiels. Afin de créer une dynamique des « commandos » sont régulièrement organisés. L'équipe se déploie sur un secteur géographique et essaye de soulever un maximum d'affaire ou de réaliser un « One Shot. » Cela donne souvent lieu à d'épiques moments où les binômes formés sont lâchés dans les rues tels des morts de faim. Si une porte s'entrouvre un vent de tourment s'introduit et les débordements les plus hallucinants sont possibles.

Ce matin là rendez-vous était fixé à 8H30 précise au café central. Julien arrivera en retard comme souvent ! Café, quadrillage du secteur, formation des binômes, motivations des troupes. Le point de ralliement sera le restaurant à 12H30 pour le déjeuner. Bien souvent Christophe et Benoît font équipe, tels deux chasseurs de nouvelles victimes, deux pseudos séducteurs pubères.

Christophe et Benoit 50 ans, se sont connus il ya 20 ans et travaillent ensemble depuis. Le premier marié à réussi à se caser après une vie de célibataire remplie. Il a l'allure du hâbleur disposant d'un aplomb à toute épreuve. La vergogne n'a jamais déteint sur lui malgré ses innombrables coups fumants. Cela fait 20 ans qu'il sévit sur la marché et tout le monde s'étonne encore qu'il réussisse ses coups de maître.

Le second est un vieux garçon vivant chez sa mère et dont sa vie est réglée par son métier. Ne vivant que pour elle, ses journées lui sont entièrement dédiées. On l'appelle la Vieille Star, non pas qu'il en fût une mais il en est tellement persuadé qu'il en arrive à se motiver et à vivre sur un hypothétique passé glorieux. Ayant raté le virage technologique, il en resté au copieur analogique et ne s'aventure pas trop sur la partie connexion dans un environnement autre que Windows. Pour ce qui est des solutions informatiques, ce n'est pas dans son catalogue. Il a quand même su envoyer un mail en 2007 ! Ces autres centres d'intérêt tournent autour du football dont il est la représentation du supporter obtus et intellectuellement étroit, du Pmu et des tournois de belote le samedi. Mais il est brave comme on dit dans le Midi.

Nos deux collègues ont une méthode bien à eux, la même depuis toujours, la seule qu'ils connaissent et qu'ils savent faire d'ailleurs : L'abattage !

Leur méthode est simple : Du volume !

« Bonjour vous avez besoin d'un copieur ? Non, bon au revoir ! »

Par la loi des nombres ils tombent automatiquement sur quelqu'un qui dira oui ou qui n'aura pas dit non. A cet instant précis les automatismes se déclenchent chez nos deux quémandeurs, prenant dans leurs griffes leur victime et ne s'arrêteront lorsque la vente sera bouclée. Tout sera possible. Le duo rodé assène l'interlocuteur de la nécessité de changer de matériels, faisant déballages de tous les arguments en stock, des plaquettes de démo, des fonctionnalités extraordinaires et de l'offre incroyable du jour. Tous les coups sont permis !

« Le XC 1550 va vous permettre de faire des copies A4/A3 à une vitesse supersonique, le recto verso automatique manuel, la copie des cartes d'identités en mode express, le chargeur automatique de document pour copier tout type de document, le by-pass capable d'absorber du carton, le prix exceptionnel et le cadeau du jour ! Monsieur, si vous prenez ce copieur nous vous offrons la livraison, l'installation, la formation, la remise de 30%, la télévision écran plat de 55cm, une année de copie gratuite, ... »

Il ne manque plus qu'un voyage aux Seychelles et une voiture neuve !

Certains clients sont dupes voire complices par leur crédulité.

« Alors ça vous plait, on fait comme ça ! »

« Euh je ne dis pas non mais... »

« Si vous en dites pas non, alors dites oui ! »

« Et bien il faut que j'étudie cela à tête reposée et.. »

« Ne passez pas à coté de cette affaire. C'est maintenant qu'il faut réagir. Il faut savoir sauter sur les opportunités. Ok Mr Grosbois. Ok les cadeaux c'est pour vous ! »

« J'hésite encore et... »

« Bien comme nous voulons travailler avec je vous propose de faire un dernier pas vers vous si vous en faites un vers moi d'accord ?

« Faut voir ! »

« Exceptionnellement nous vous offrons un chèque de Bienvenue de 500 €. Mais c'est maintenant. Vous êtes d'accord ça se sent ! Benoit veuillez me passer les contrats ! »

Et voilà Christophe remplissant le bon de commande pendant que son acolyte distrait le chaland pour parler de tout et de n'importe quoi et surtout des cadeaux qu'il va recevoir.

« Cachet, signature. Cachet, signature. Un RIB, une copie de votre Cni. Voilà et Bienvenue chez nous Monsieur, vous avez fait le bon choix et savez faire des affaires »

Sortant du nouveau client, Christophe et Benoit se tapent dans les mains en entonnant leur slogan :

« Copieur vendu, copieur dans l'cul ! »

« T'as vu il y comprenait nibe ! » dit Benoit

« Tu vois pas que c'est un tchoutchou ! » confirme Christophe.

En effet en 15min chrono ils ont fourgué un matériel avec les cadeaux payés budgétés dans le prix à 3 fois sa valeur. C'est une méthode (celle du viol du client) un savoir faire qui tend à disparaître mais qui survit encore dans nos contrées.

De leur côté Julien et Paul ont une autre approche. Le premier développe des arguments tellement techniques qu'il noie son interlocuteur ; Paul étant souvent hors sujet.

« Le procédé numérique permet à la feuille de sécher plus rapidement et de fixer les pigments de couleurs afin de mieux imprimer les aplats et ainsi de respecter la colorimétrie des cromalins » déballe Julien.

Et Paul de rajouter « Le gain de temps est prouvé par toutes les études pour minimiser l'iceberg des coûts induits de votre structure » monsieur le... buraliste.

Il est vrai qu'avec ces deux zigotos il faut qu'ils aient une chance improbable de tomber sur quelqu'un d'aussi déphasé qu'eux pour conclure.

12H30 Le bataillon de snipers se reforme et c'est l'heure du premier bilan. Les deux compères arrivent en triomphant. Julien et Paul annoncent avoir levé 3 affaires à fort potentiel et signables dans le temps (lequel ?).

Marie et Fabrice ont eu 3 bons contacts et positionné deux Rdv. Abdel a papillonné seul toute la matinée ; Linda les ayant lâchés ce matin pour d'obscurcs raisons.

« C'est ma tournée ! » lance Christophe.

Avec la commission qu'il va se faire il pourrait inviter toute l'équipe à déjeuner. Le repas se faisant, l'après-midi redémarrera pour une nouvelle session de prospection.

## **Recrutement**

« Action de recruter des soldats, du personnel, des adhérents, etc. »

Trouver un bon commercial est une tâche difficile.

La science du recrutement étant inexacte, il n'est pas aisé de percevoir les capacités d'un candidat à affronter la rudesse du métier. Le projeter dans la peau d'un représentant sérieux et fiable en accord avec les contraintes de la fonction est presque une roulette russe.

Les services de recrutement et RH constituent tous une cv thèque où ils peuvent piocher dans ce vivier de candidatures espérant trouver la perle rare. Chaque service RH travaille en fonction de leur contrainte et de leur objectif. Certains travaillent sur le volume, d'autres sur des niches spécifiques.

La phase de pré-embauche donne le jour à des sessions de recrutement où tous les profils sont représentés. Les séances de groupe sont souvent utilisées afin de pouvoir faire ressortir un ou deux éléments de valeur, sachant se démarquer d'une réflexion collégiale. Le test collectif le plus connu port le doux nom de PAPI. Les candidats font partie d'une équipe commerciale d'une agence de voyage et doivent mettre en place les meilleurs outils conseils pour développer l'orientation commerciale et les moyens de capter de nouveaux clients.

Les cabinets de recrutement usent chacun de méthode leur étant propre. Des rendez-vous collectifs à l'entretien individuel en face to face ou à deux avec un responsable de la RH. Ces entretiens pouvant être organisés dans tout type de lieux : Le bureau du consultant ou du client, un centre d'affaire en ville, un business center d'un aéroport, un hall d'hôtel, dans un café ou même dans la salle des grands voyageurs de la gare. Des plus sérieux aux plus médiocres. Certains refusant de rembourser les frais de déplacements occasionnés par un candidat pour rejoindre la capitale depuis une lointaine ville de province.

Les recruteurs emploient des approches qu'elles soient directes ou non, parfois déconcertantes. Du début de l'entretien annonçant les revenus liés aux postes à la thèse sur la manière d'aborder un client pour lui vendre une opportunité unique. Les chasseurs de têtes sont parfois des psychanalystes en herbe, d'autres de sombres candidats potentiels à leur propre offre. Chacun y met sa patte en vantant les mérites de la mission que son client lui a confiée.

Les rencontres peuvent parfois vous mettre face à de drôles de personnages.

« Bien Mr Dedieu parlez moi de vous et votre expérience afin de voir si elle est en adéquation avec notre méthode de travail »

« Eh bien j'ai travaillé dans le déménagement ou j'ai bâti un relationnel intéressant et ou je vends les déménagements aux clients »

« Comment aborder vous la prospection de nouveaux clients ? »

« Eh bien au téléphone.. »

« Bien sur, mais avez-vous une façon de sélectionner vos cibles ? »

« Oui par mon relationnel...Et puis je les appelle Cash ! »

« Mais encore »

« Vous savez je suis quelqu'un de pointilleux, un obsédé du travail. Je cherche tous les jours comment dégouter une nouvelle affaire. Je me réveille la nuit pour me rappeler les choses à faire. Je ne dors plus tant que je n'ai pas trouvé. Je vous dis je suis un obsédé du business. La vision de votre métier me plait. Comment on vend au client et on le tient pendant 5 ans ça me donne plein d'idées et je suis très intéressé par votre business. Ce soir je ne vais pas dormir c'est sur... Alors je suis retenu ?»

### **Les Offres Turbos 3+2**

« Acte consistant à proposer à une autre personne la conclusion d'un contrat ; objet de la proposition ainsi faite. » « Se dit d'un moteur suralimenté par un turbocompresseur. La suralimentation permet d'augmenter la quantité d'air comburant, donc la quantité de combustible et la puissance du moteur. »

Le marché du photocopieur est un marché de renouvellement. Chaque acteur à deux objectifs bien précis : Conserver son parc client et conquérir de nouveaux clients chez les concurrents. Une guerre de tout instant. La volatilité étant une des grandes caractéristiques des clients. Alors pour piquer un client il faut travailler sur deux aspects : Une meilleure offre technologique ou la débrouillardise. Dans ce domaine précis l'être humain est imaginaire à souhait.

Lorsque qu'un client quitte un fournisseur pour un autre il ya des soldes de dossiers lorsque le matériel est en location. Pour cela il faut résilier le contrat en cours et régler la valeur de rachat auprès du leaser + 10% de frais de dossier et solder également le contrat de maintenance.

Ces rachats de parc concurrent sont très courants, mais le marché se resserrant il devient de plus en plus difficile de ne pas pratiquer un sur financement excessif.

Alors Christophe à inventé l'offre turbo 3+2 !

« Mr Villongua votre budget mensuel vous coute 800 €. 600 de loyer et 200 de copies. Bon je vous propose de racheter votre contrat et de vous faire des économies. Ok ! »

« Si je peux réduire mes frais pourquoi pas ! »

« 100 € D'économie si vous travaillez avec moi. Regardez ! »

Et Christophe sort son stylo et inscrit sur une feuille de papier le détail de la formule. Il est tellement rompu à cette technique qu'il arrive à écrire à l'envers.

« Votre budget 800 €/mois. Bon Le mien 700 ! Je solde votre dossier en cours. 24 mois à 600 € = 14 400 € ! Votre budget de copie va passer de 200 à 100 €. Je vous changerais votre matériel dans 3 ans et durant cette période je vous offre une remise de 600 €/mois en vous faisant un chèque turbo de 21 000 € ! Vous l'encaissez et en faites ce que vous voulez ! Ok ? »

« Ok mais combien vais-je payer par mois ? »

« 700 € Je vous l'ai dis. 1200 € de loyer mensuel – 600 € de chèque turbo et 100 € de copies. Ça fait 700 ! »

« Et la durée du contrat est de 3 ans alors ? »

« Nonoui ! 21 Trimestres mais on l'arrête dans 3 ans et on change. Bon c'est Ok pour vous 100 € d'économie par mois et un chèque de 21 000 € ! C'est bien ça pour travailler avec vous ! On y va ! On fait comme ça ! »

Irrésistible non !

Mais en décortiquant l'opération, on s'aperçoit que le montant de la vente est prohibitif. Celle-ci finance 62 068 €ht. Le solde du dossier concurrent étant de 14 400 €ht, - le chèque turbo de 21 000 € = Le CA net est donc de 26 668 €ht.

Là où le bas blesse c'est sur les engagements et le sur financement. Le contrat de location est signé pour une durée de 21 trimestres fermes et non révocables. Il ne pourra être arrêté au bout de trois ans que si quelqu'un le solde ; et en général ce sera toujours le client qui le paiera d'une façon ou d'une autre. Le chèque cadeau de 21 000 € à été provisionné dans la vente. Et cette somme représente une valeur de 400 €/mois dans le loyer proposé. C'est un sur financement excessif et inutile à ce stade, mais qui permet de servir de tiroir de négociation à forte résonance. Ce genre de calcul ne doit tenir compte du chèque car il fausse la valeur marchande du bien, puisqu'il permet d'avoir un loyer doublé et un financement beaucoup trop élevé. Le chèque turbo est présenté sur une durée de 3 ans dans le but d'obtenir un calcul intéressant. Mais le véritable calcul aurait du se faire sur les 5 ans complet à savoir 21 000 €/ 5 ans égal 400 €/mois et non 600. Ainsi le rapport de charge aurait été en la défaveur du vendeur.

Avant le client avait payé son matériel 600 €/mois sur 5 ans= 37 800 €

Maintenant avec cet audacieux maquillage ce sera 1200 €/mois sur 5 ans = 72 000 €

Christophe à l'art de savoir présenter les chiffres.

## **Escroqueries**

« Délit, tromperie consistant en l'obtention d'un bien ou la fourniture d'un service au moyen de l'usage d'un faux nom, d'une fausse qualité, de l'abus d'une qualité ou de manœuvres frauduleuses. »

Dans un cas plus extrême, on a déjà et souvent vu des dérapages contrôlés. Nous pouvons les appeler les « Marouchettes » et Linda en est friande. Toujours jouer avec le feu, tirer la corde au maximum jusqu'à ce qu'elle casse !

Le terme Marouchette provient d'une commerciale prénommée Maria qui avait l'art de savoir gruger ses clients. Cette personne a réellement existé et malheureusement mis fin à ses jours devant l'amplitude des dossiers litigieux. Escroquer étant le terme approprié. Elle avait la fâcheuse habitude à confondre mensuel et trimestriel, ce qui revenait à faire payer 3 fois plus cher son matériel et à gonfler son CA. Pour cette fameuse collaboratrice, son salaire aussi triplait.

Linda est experte en la matière et repousse toujours les limites du danger au delà du raisonnable.

Dans un contrat commercial, un postulat de départ existe dans la relation humaine et morale : La confiance. Et dans ce domaine certains ont abusé et joué avec cette valeur fondamentale du commerce.

La Marouchette se déclinait en 2 cas spécifiques :

- Une véritable escroquerie
- Un mensonge au client ou un abus de confiance

« Mr Bemay, bonjour Linda Société Copy +. Merci de me recevoir ! Vous avez une belle vue depuis votre bureau, la décoration contemporaine se calque avec harmonie »

« En effet...Linda c'est ça. Vous semblez avoir du gout pour l'art contemporain. »

« J'adore ! »

« Je me ferais une joie de vous faire partager ma passion, lors d'une prochaine rencontre »

« Nous allons nous revoir, j'en suis convaincu Mr Bemay. Bien comme nous l'avions évoqué au téléphone, nous devons ensemble regarder quels sont vos besoins pour changer vos équipements. Arrêtez-moi si je trompe. Vous avez deux matériels 30 ppm A4/A3 Chargeur Introduceur de feuilles, Recto verso automatique, Tri décalé, Agrafage et connecté à votre réseau en printer .Est-ce exacte ? »

« Vous avez juste chère Linda »

« Et le tout ne devant dépasser 1 500 € par trimestre »

« A ce prix là ce serait mieux »

« Bien Mr Bemay si je vous dis que je peux vous équiper pour ce prix ! »

« Je vous achète...Oh pardon Linda »

« Non je vous en prie...Qui sait. Bien Vous souhaitez visionner les modèles »

Et là Linda se lève et se rapproche du coté gauche de Mr Bemay et d'une façon explicite évoque les incroyables performances des matériels et de la douceur de l'écran tactile...

« Etes vous satisfait Mr Bemay ? »

« Eh bien cela me semble parfait ...Euhm, euhm. »

« Je prépare les contrats ? »

« Oui allez-y »

Après cette période de réchauffement et de séduction ressemblant à la parade des pigeons, Linda rédige les contrats.

« Bien nous les relisons »

« Deux copieurs XC 3050 complet. Livraison, Installation, formation, connexion paramétrages réseau. Prix des copies 0.008 €ht sur un volume de base de 30 000 pages minimum par trimestre. Règlement au trimestre terme à échoir du loyer mensuel locatif de 1500 €ht sur une durée de 21 trimestres. Garantie sur site et maintenance informatique incluse. Signature Cachet et Qualité du signataire. Si je peux me permettre je préciserais très belle... »

« Bien tout est inscrit, vous me livrez quand et qu'en est-il de la formation »

« Je vous formerai moi-même Mr Bemay »

Et voilà Une Marrouchette !\*

Parfois il n'y a pas de réaction de la part du client.

Dans d'autres cas certains partent en guerre voire en procès. Et là Linda utilise tous ses atouts pour stopper le feu attisé par elle-même. Certains clients sont compatissants devant une erreur scripturale et obtiennent compensation personnelle pour faire passer la pilule en promettant qu'ils ne se feront plus avoir.

Cette erreur rapporte gros. 75 000 € de CA au lieu du prix normal de 25 000€. Ce genre d'affaire va permettre à Linda de toucher une commission autour de 10 000€ sans compter des primes d'atteintes et de dépassements d'objectif.

Nous pouvons comprendre que certains franchisent les lignes de l'interdit aux vues des salaires que cela peut produire.

\* Règlement au trimestre terme à échoir du loyer mensuel locatif de 1500 €ht sur une durée de 21 trimestres peut se comprendre et s'entendre loyer trimestriel de 1500 €ht !

Le deuxième cas est plus simple. Linda rajoute « mensuel » sur le bon de commande aussi simplement que cela.

Faux et usage de faux ! Article 441-1 du code pénal !

## **Incentives**

« Ensemble des méthodes utilisées pour stimuler la motivation des cadres d'une entreprise. »

« Mesdames Messieurs, nous entrons de mois-ci dans le semestre le plus important. Nos ambitions sont grandes et l'objectif Lune est en place. A cet effet vous avez toutes et tous un rôle déterminant dans la réussite de la société. Je demande à chacun de faire preuve d'empowerement et de performer au-delà de vos objectifs. »

C'est ainsi qu'André lance la réunion de groupe, assisté par David le poisson pilote.

« Comme vous le savez le groupe veut pousser tout le monde à la réussite. Cette année nous avons décidé de mettre le paquet afin de vous offrir la possibilité de vivre une expérience unique. »

Le vidéo projecteur lance le diaporama PowerPoint sur le challenge en cours.

Sur l'écran mural le film d'animation déroule offrant aux participants la destination et les conditions pour l'obtention du gain. L'Afrique du Sud 1 semaine dans un complexe de luxe avec visite d'une réserve et un safari pour approcher les Big Five ! Tout sera organisé de façon grandiose et l'opulence sera au rendez-vous.

« Bien vous savez ce qu'ils vous restent à faire. Deux élus auront la chance de gagner dans notre région. Que ceux qui veulent partir à la découverte dégainent leur stylo et Bonne Ventes ! » Conclut André.

« Que ceux qui veulent partir lèvent le doigt » précisa David, sentant son aspiration lui dicter ce rajout essentiel.

Les réactions sont diverses lors de ces présentations. Pour les meilleurs c'est une motivation supplémentaire tandis que les autres font la même redite :

« C'est encore Linda qui va gagner ! »

Julien posa une question essentielle à David :

« Est-ce que l'iPhone passe en Afrique du Sud ? »

Paul crut bon de préciser :

« Surement sinon tu télécharges Skype et puis tu te connectes au réseau. Ça me rappelle quand j'étais en Italie dans les Pouilles, mon téléphone ne captait rien, alors j'ai du aller à Télécom Italia pour qu'il me précise sur quel réseau ils émettaient et... »

« Allez arrête un peu t'es un tchoutchou t'y comprends rien ! De toute façon tu gagnes pas » nargua Christophe

« Je veux bien me transformer en mouche si tu vends ne serait-ce que 4 machines dans le mois. Tu n'y comprends nibe !» rajouta Benoit

Marie demanda :

« C'est un voyage en couple ? »

« Non Marie, en célibataire » sourit bêtement David.

Christophe et Benoît :

« Oh putain on va niquer comme des bêtes. Ça va être la teuf ! »

Abdel demanda à l'assemblée :

« Il faut les vaccins à jour ? »

« Oui vaccins et passeport à jour. Bonne journée et bon business ! » conclue André.

Marie de son côté a noté les objectifs et se promet de faire le maximum pour rafler cette fois-ci le challenge. La récompense étant à la hauteur de ses attentes. Elle aurait tant aimé offrir à son époux un possible voyage comme le fruit de son effort quotidien, mais ce ne sera pas pour cette fois.

Il est vrai que ce genre de voyage donne lieu à des programmations assez remarquable où les esprits doivent être marqués et que l'effet piquouse puisse fonctionner. Il est toujours important de permettre à une équipe de se rapprocher, de créer un lien entre les différents commerciaux venant des différentes régions et représentant les forces vives de la société.

Les grands constructeurs ne sont pas avares pour les incentives. Il faut dire que les objectifs sont calculés de façon à récupérer en marge et en volume les dépenses engendrées. Les budgets peuvent représenter entre 500 000 et 3 million d'euros ! Regrouper 50 ou 100 personnes, les loger dans de luxueux hôtels, permettre des activités originales, les billets d'avions et tous les a cotés coutent cher !

Chaque groupe à ses classifications. Les appellations diffèrent d'un fabricant à un autre mais affiche la même ambition. Constituer un réseau des meilleurs commerciaux dans le but de représenter la performance et de devenir l'emblème de la réussite. Top Club, Par Club, Club Tuxedo, Challenges des milliardaires, First Class, Elite Club, le club des As...

L'imagination n'a pas de limite et les challenges sont de vrais stimulants et moteurs pour les commerciaux avides de « carotte. »

Dans ce domaine on trouve beaucoup de gains classiques jusqu'au plus exorbitants.

Weekend en Relais Châteaux, Séjour à Disneyland, Chasse au trésor en plein musée du Louvre avec des téléphones Gps, croisière en Thaïlande, en méditerranée, aux caraïbes, semaine dans un complexe paradisiaque en Malaisie, séjour à l'Euro de football ou la coupe du monde, périple en chine pour découvrir la culture et même visiter une usine de fabrication, Prague en amoureux ou un vieux tramway est remis en marche spécialement pour la société, Venise et sa visite inédite des cryptes secrètes de la tour San Marco, Moscou et le concert privé du Bolchoï pour l'occasion...

Un commercial s'est ainsi vu gagné plus de 500 places de cinéma pour avoir vendu dans un mois 90 copieurs. Un autre plus de 5 000 € de chèques cadeaux à valoir dans une grande surface de bricolage. Un dernier à ainsi pu refaire l'intérieur de sa maison en ayant gagné l'équivalent de 10 000€ dans un catalogue offrant des produits électroménager, de décorations intérieurs et d'ameublement.

Certains vendeurs ont vu leur avantage en nature comptabiliser environ 22 000 € net sur une année, tenant compte de toutes les formes de gains cumulés.

Pratiquement rien n'est interdit dans l'unique de but de marquer les esprits. Les dirigeants aussi mettent également leur empreinte dans cette course à l'extraordinaire. Il devient alors très gratifiant pour certains d'entres eux d'entendre plus tard des commentaires sur une de ces manifestations avec cette simple affirmation contemplative : « J'y étais ! »

Le parvis de la défense, le CNIT et l'arche de la défense se sont vus même investis par d'immenses tentes dressées et colonisés par une armée de 50 000 participants et employés tous badgés pour une très grande marque de copieur, le tout durant 4 jours. Durant ces World Expo la ville se transforme en galerie marchande et en support publicitaire grandeur nature. On y vit, mange, dort et boit à la santé de la marque organisatrice.

Ces grandes messes sont l'occasion de voir défiler toute la direction du groupe. Durant les meetings se succède sur la scène les chefs de produits couleur, les country manager, les directeurs de Business Unit, le directeur de la communication, le directeur commercial et marketing, le PDG France, le Area Sales Manager EMEA, et enfin le CEO. Bref que du beau monde qui se félicite de la tenue de cette manifestation, de son organisation, du lancement des nouveaux produits, des nouvelles offres du logiciel révolutionnaire, des nouveaux partenariats conclus, des nouvelles acquisitions ou fusions, et des derniers brevets lancés.

Le fil conducteur est souvent une thématique précise, une mise en scène et un décor tirés d'émissions de télévision en vogue, ou les consultants, intervenants renommés

et autres célébrités disposant d'une forte notoriété se font payer à prix d'or leurs participations.

Les agences de communication et d'évènementiel adorent ce genre de société et sont toutes forces de proposition devant de tels budgets.

## **Séminaires**

« Petit nombre de personnes réunies pour étudier un problème, une question sous la direction d'un animateur. »

Les séminaires ou conventions sont organisés dans le cadre des « Kick-off » de nouveaux matériels ou solutions et de permettre ainsi le regroupement des forces commerciales. Lancement commerciale d'une nouvelle offre.

Etant conçu à l'origine pour un travail collaboratif, c'est devenu par la force des choses des manifestations promotionnelles et où l'esprit de groupe et d'appartenance doit perdurer. L'esprit festif des abus et des travers s'est répandu, il n'est pas rare que les soirées « Open Bar » permettent une franche communion entre les participants.

Copy + a voulu marquer d'une pierre blanche sa convention biannuelle. Cette dernière a réservé pendant 3 jours tout un parc d'attraction uniquement pour pouvoir recevoir ses 1200 employés. Au programme formation sur les nouveaux produits, ateliers de travail et quizz de contrôle avec gain à l'appui, réunion paritaire pour les cadres, et réunion de clôture avec le PDG.

Les hôtels seront pris d'assaut par l'armada commerciale. Ce sera l'occasion de voir défiler tous les hommes et les femmes de l'entreprise dans leurs plus belles parures. Costumes de grande marque et chaussures italienne pour les uns et tenue et robes de soirée dignes des grands couturiers pour les autres. Un vrai défilé de mode où l'image et le paraître sont très important pour afficher sa réussite commerciale et donc intellectuelle.

Le soir après les efforts : Le réconfort !

Les festivités tournent souvent autour d'activité de groupe où les équipes pourront être formées et faire perdurer l'esprit de compétitivité. Les régions s'affrontant entre elles pour essayer de faire briller sa culture locale.

Le bowling étant un sport qui s'intègre parfaitement aux valeurs que souhaitent voir éclore les dirigeants. Durant cette soirée l'équipe Fabrice joue et laisse aller sa joie et sa vigueur à chaque Strike ou Spare.

Linda dans une tenue sexy a décidé de faire le show. Lors de chaque lancé des cris de tennismoman retentissent marquant ainsi son territoire. Les boules volant parfois en l'emportant avec elle lui offrant la possibilité de réaliser des postures dignes des pin-up de calendrier. Christophe et Benoit la chauffant et l'encourageant. Elle qui n'a pas une forte résistance à l'alcool se trouve vite dépassée. Marie ne supporte pas trop cette exubérance.

Au carré Vip les boissons coulent à flots et les langues se délient ainsi que les bêtises de tous âges.

Le PDG France décidant de s'inviter à l'équipe, la dynamique redoubla dans le délire.

Linda ivre :

« Mr Bannet, laissez moi vous dire, vous êtes à la tête d'une belle entreprise et nous sommes la meilleure région. Soyez certain que nous ferons tout en notre pouvoir pour gagner le challenge. Et croyez-moi si vous voulez je viendrais sous votre tente ! »

Su ce, Linda embrasse le PDG et tombe sur le canapé !

Embarrassé Fabrice se confond en plates excuses et repris sa partenaire.

« Linda putain, tu es conne ou quoi ! Tu veux notre tête ? »

Abdel venant à la rescousse et aggravant le cas.

« Pas de problème elle supporte pas les mélanges avec les médicaments »

« Mais non, c'est le chichon qu'il fallait pas lui donner »

Rajouta imbécilement Julien.

Christophe et Benoit se tordaient de rire par terre comme des bêtes.

Le repas de clôture était l'occasion de redorer l'image du groupe, franchement entachée.

Arrivé en retard au repas de clôture, Fabrice agacé fait remonter volontairement l'allée centrale de la salle à Linda en venant la réceptionner avant de la conduire à leur table. Avec sa robe offrant un superbe décolleté plongeant, tous les mâles présents en profitent. La tenue de la soirée était affichée.

« Au point ou on n'en est, fais les rêver au moins ! »

La remise des prix est une tradition. Des statuettes très laides sont distribuées sous forme de trophée.

Sur la scène s'établit le classement des plus belles performances. La meilleure région, la meilleure pénétration de marché, le meilleur CDV, le meilleur PDG, le meilleur Commercial Grands comptes, le meilleur vendeur couleur, le meilleur vendeur de solutions. Parfois des critères subjectifs font leur apparition (le plus sympa, le plus apprécié par le service Rh, le plus corporate...)

## **Leasers**

« Établissement financier qui, recevant des fonds du public, les emploie pour effectuer des opérations de crédit et des opérations financières, et est chargé de l'offre et de la gestion des moyens de paiement. »

Les organismes bancaires jouent un rôle prépondérant dans la vente des photocopieurs. 95% des placements se font sous forme de location financière. Outre les avantages comptables, financiers et fiscaux que cela permet, c'est surtout un moyen efficace de tenir les clients avec une arme commerciale redoutable.

Des termes barbares comme churn, trade-in, cascading, refinancement in situ, contribue au langage « franglais » usuel. D'autres termes sont représentatifs de ce milieu : Coefficient trimestriel, scoring, accord de financement, pv d'installation, avenant de sur financement, offre de rachat renouvelante, non renouvelante, option d'achat, frais de dossier pour résiliation anticipée, LLD, LOA, crédit-bail, terme échu, terme à échoir, prélèvement automatique, mandat administratif, Oa partiel, calage financier.

Les banques tirent un profit maximum de leur collaboration avec les fabricants de matériels. En règle générale le crédit revient à prêter une somme d'argent à une entreprise avec un coût majoré oscillant entre 22 et 26% de la valeur vendue. Exemple un matériel vendu 5 000 reviendra à 6 300 € au terme des 5 ans de mise à disposition.

Devant un marché assurant plusieurs centaines de milliers de placements par an, cela représente une manne que personne ne souhaite rater.

D'ailleurs les plus grands établissements y sont présents : Société Générale, Bnp Paribas, Crédit Agricole, par le biais de leur division professionnelle Franfinance, BnpLease, Lixxbail mais également d'autres établissements bien connu tel Ge capital, Grenke, Kbc lease...et les courtiers en financement divers.

Les fabricants ne sont pas éloignés du marché financier. Tous les grands groupes ont intégré leur propre société de financement. L'argent affluera par la vente du matériel ainsi que par les fruits financiers de la location.

Le leaser est une banque comme une autre, qui prête de l'argent et produit des intérêts, normal. Mais ils ont une démarche commerciale tout comme leurs clients. Des commerciaux sont chargés de prospecter et développer leur portefeuille de clients et d'ouvrir des lignes de crédit aux maisons mères ainsi qu'aux distributeurs indépendant de copieurs.

Les outils mis à disposition sont complets. Des coefficients trimestriels en lieu et place des Teg utilisé dans le milieu du crédit personnel. Mais également le même procédé de développement qu'une entreprise à vocation commerciale. Des challenges pour leurs commerciaux et pour leurs clients avec des voyages, des chèques cadeaux etc...Afin de faciliter le traitement des dossiers des extranets ont vu le jour afin d'obtenir dans l'instant un accord de financement pour telle raison sociale.

La fonction du Risk manager tient une place prépondérante. C'est lui ou le service auquel il est rattaché qui décide du financement de tel montant pour telle numéro de siren. Lorsque des abus sont constatés sur le prix de vente (montant financé) il est de leur ressort de refuser un dossier. Un avenant de sur financement signé par le client suffira dans la grande majorité des dossiers. Des taux de dépassement de 150 à 200% du prix public du bien vendu est monnaie courante !

Alors comme parade les vendeurs ont trouvé la parade : Le saucissonnage !

Cela consiste simplement à scinder un dossier en 2 ou en 3 et de faire financer une partie de l'investissement par 2 ou 3 banques différentes. Ainsi les encours et les risques financiers seront partagés et la côte du client sera préservée.

## **Démos Clients**

« Action de montrer à la clientèle le fonctionnement d'un appareil, l'usage d'un produit afin de le faire acheter »

Fabrice innova et demanda à ce que l'on forme des binômes et que le show room serve à ce pourquoi il avait été créé.

Marie et Abdel se retrouvèrent à devoir collaborer. Une trouvant le client et l'autre faisant des démonstrations convaincantes et professionnelles pour prouver l'efficacité des modèles. Marie redoutait cette idée de génie. Abdel pris à cœur cette possibilité de briller et de mettre en avant ses compétences.

Il répéta ces manipulations avec ses pochettes de démonstration et se sentait fin prêt. Il avait prévu de faire des insertions de fort grammage dans un document couleur, de créer des booklets en A4 et en A3, d'insérer des commentaires et des pieds de pages sur les copies, de scanner les papiers au format PDF et de les envoyer par mail à un destinataire.

Le jour venu il fût informé que c'était un imprimeur. La bête noire des vendeurs de copieurs. L'imprimerie MASS sera le premier client à se déplacer. Motivé Abdel l'attendait sur le pas de la porte. Marie allait accueillir le client et Abdel lança un chaleureux :

« Mr MASS bonjour »

en signe de bienvenue.

Marie se retournant à la vitesse d'une presse numérique le fusilla du regard et murmura :

« MASS c'est le nom de sa société. Il s'appelle Mr Benarcy je te l'ai déjà dit. Le Pdg de Danone tu l'appelles comment toi ? Mr Danone ! »

Après cette belle entrée en matière Abdel commença sa démo.

« Vous voyez je mets les feuilles dans le chargeur et j'appuie sur le bouton vert et le job est parti. 50 originaux transformés en livret avec pique à cheval »

Durant l'exécution se sentant à l'aise il crût bon devoir préciser :

Chez Copy + nous avons fait des matériels simples avec 3 boutons. Vert j'avance, Orange je freine et Rouge je m'arrête. Efficace non ! »

Marie souria.

« Mon deuxième travail sera l'insertion d'un document couleur de 250 gr dans un document noir et blanc. Ce job se fera aisément grâce à l'insertion du document via un passe copie dédié, qui permettra au document de ne pas passer dans le four et ne pas être détérioré. De plus le document ne sera pas comptabilisé dans les copies et donc pas facturé car ne sortant pas du magasin papier »

« Bien puis-je voir le document couleur svp. Du 350 gr c'est possible ? Sur la plaquette il est mentionné 250 gr max ! » Questionna Mr Benarcy ?

« Bien sur, c'est du marketing et nous mettons même du carton à pizza dedans. Et puis nos techniciens sont habitués ils trafiquent un peu les capteurs et le tour est joué. Pas de problème ! »

« Vous avez un compte fil demanda Mr Benarcy ? »

« Pardon, un coupe fil ! Pourquoi faire ? Découper une meule ?»

« Non un compte fil pour examiner la qualité des aplats et voir si un effet tramé ou moiré existe sur le document »

« Ah euh Marie tu as ça toi ? »

« Nous n'en avons pas Mr Benarcy mais je vous propose de prendre les documents et de les examiner chez vous. Vous pourrez ainsi vous rendre compte de la qualité de la colorimétrie » sauva Marie.

La démonstration se poursuivait et mettait en avant les incompétences d'Abdel dans le domaine de l'imprimerie. Alors il tenta un coup de poker.

« Mr Benarcy pour conclure je vous propose le brevet révolutionnaire de cette machine. La reconnaissance vocale ! »

Marie s'en frotta les yeux.

« En effet cet outil technologique est conçu pour répondre à vos ordres dans les tâches les plus simples, comme la fonction copie. »

« Regardez ! Je prends une feuille A3 couleur et je vous la donne. Il est important que ce soit vous qui la posait sur la vitre pour activer la reconnaissance. Maintenant mettez vous sur la gauche à hauteur du bac décalage et dites COPIE ! »

Mr Benarcy dubitatif s'exécuta.

« COPIE. »

Et la page s'imprima !

Le client fut épaté et Marie scotchée.

Ce dernier partit emballé par ce qu'il avait vu.

« Marie vous me faites un devis avec la fonction reconnaissance vocale, je compte sur vous. »

Marie revint vers Abdel et lui demanda :

« Comment as tu fais cela ? C'est quoi cette invention ? La reconnaissance vocale. N'importe quoi ! Pourquoi pas la fonction four à pain avec les pizzas en cartons de 350gr !»

« C'était pour le détendre. Pendant que vous regardiez et que je tenais le tableau de bord j'ai effleuré la touche marche. Sympa comme démo non ? »

« Mais tu es con ou quoi il veut l'acheter maintenant »

« Eh bien tu vois notre binôme à fonctionné »

Marie, énervée, le frappa violemment au tibia.

## **Offre PUSH**

« Action de proposer, d'offrir quelque chose ; ce qui est offert »

Les offres, les promotions, les cadeaux, les gratuités sont le langage courant et usuel des vendeurs. Et il est vrai que tous les acteurs essaient de booster leurs ventes et la motivation de leurs clients et de leurs vendeurs par des gains.

Tous les mois nos commerciaux ont des offres alléchantes pour vous inviter à prendre chez eux le matériel plutôt que chez leur concurrent. Chacun rivalise avec tous les artifices à disposition.

Pour certains ce sera le prix. Remise ce mois de 30% sur le copieur X.

Pour d'autres la gratuité sera avancée. 20 000 copies gratuites, ou 3 ans de gratuité du contrat de connexion.

Et pour l'ensemble ce sera les cadeaux.

C'est ainsi que nous retrouvons chez tous les fabricants et revendeurs les mêmes types d'offres.

Ecran TV LCD, Lecteur DVD Blue Ray, Caméscope numérique, Appareil photo Numérique, Iphone, Pc portable, Multifonction inclus, Chèques cadeaux, Places de foot en loge présidentielle, Relais gastronomique, Invitations dans un palace ou châteaux...,

L'imagination n'a pas de limite !

Il s'est déjà vu que pour des acheteurs conséquents, des voyages couteux à l'étranger en couple sont compris lors de la signature d'un gros contrat.

Bref l'acheteur est en position de force lors des négociations et grands nombres de décisionnaires l'ont compris en faisant jouer la concurrence. L'effet pervers est que cela entraîne une surenchère dans les offres et déprécie le marché. Les marges se réduisant, les commerciaux sont obligés de rivaliser avec ingéniosité, malice, ou subterfuges qui engendre parfois des excès.

Une seule chose ne variera jamais. A chaque fois que vous obtiendrez un cadeau, vous l'aurez payé !

La philanthropie n'existant pas dans ce monde !

### **Plan d'accompagnement/Licenciement**

« Action d'accompagner quelqu'un dans ses déplacements ; travail de l'accompagnateur »

« Rupture d'un contrat de travail à durée indéterminée à l'initiative de l'employeur »

Abdel et Paul n'en mène pas large ce matin. A tour de rôle il passe en entretien avec leur Chef des Ventes. Durant cette audition l'un se verra notifier un plan d'accompagnement et l'autre son licenciement.

« Abdel nous nous voyons ce matin pour mettre en place un plan d'accompagnement. Tu connais le principe. Nous sommes à cette étape ou nous devons mettre en place une stratégie afin de te permettre de redresser tes résultats. Ok. Pas de baliverne et entrons dans le vif du sujet. J'ai donc formalisé le document dans lequel est mentionné ce que l'on attend de ta part.

1/ De l'activité : 50 prospections par semaine qualifiées avec tampon ou carte de visite.

2/ Rdv : 10 rdv par semaine afin de générer du business et te permettre de vendre.

3/ Accompagnements : Je t'accompagnerais sur deux rdv le mardi matin ou le jeudi après-midi. Tu dois donc positionner deux rdv successifs.

4/ Objectifs : Il faut que tu réalises 4 ventes par mois sur les deux prochains mois.

5/ Compte rendu : Nous ferons un bilan hebdomadaire le vendredi après-midi. OK. Je te remets le document que tu signes. »

Abdel sort du bureau plus démotivé que jamais et sait que ses jours sont comptés. Croisant Paul qui lui se fera virer, il lui fit un signe de soutien.

« Paul. Nous avons convenu de faire le bilan des deux mois de ton plan d'accompagnement et de définir une position. Bien les résultats ne sont pas là. Ton activité souffre et est en dessous des objectifs fixés. Tu cumules 45% de retard sur ton CA et nous constatons que ta motivation n'est pas revenue. Ok. Tu as quelque chose à rajouter ? »

« Non non. »

« Bien je dois donc t'informer que l'entreprise va mettre fin à ton contrat de travail dès aujourd'hui. Je te remets le document et tu en accuses réception.

« D'accord, bon d'accord »

« Tu signes et paraphe »

« Ah bon tout de suite. Ok bon je le lis et je reviens demain et vous donne ma réponse. »

« Non Paul tu n'as pas compris tu es viré comment dois t-on te le dire ? »

« Ah Ok bon dommage je sentais vraiment bien mes affaires. Dis donc tu as vu Canon rachète Océ » précise Paul jouant avec son Iphone.

Et Paul se lève et part. Fabrice lui court après.

« Oh tu me signes les papiers de ton licenciement et après tu fais tes bagages ! »

« Ah ok bon. Attends j'ai un client à rappeler. »

« Paul arrêtes tu vas m'énerver... »

## **Le marché de la reprographie**

« Ensemble des techniques permettant de reproduire un document (diazocopie, photocopie, électrocopie, etc.). »

Les chiffres français, sont représentatifs de l'énorme marché du métier rattaché à la convention collective de la métallurgie.

En 2007 il s'est vendu un peu plus de 250 000 photocopieurs neuf, toutes marques confondus.

En 2008 ce chiffre avoisinait les 270 000 unités. Plus de 1 100 copieurs vendus par jour !

Le marché installé est d'environ 5 fois plus soit 1.3 millions de matériels, générant des milliards de pages facturées.

La France représente le 1<sup>er</sup> ou 2<sup>ème</sup> marché Européen, selon les gammes, avec un CA estimé entre 5 et 10 milliards d'euros !

Durant la même période le marché des imprimantes et des petits multifonctions ralentissait mais représentait un CA de près de 2 Milliards d'euros.

Le marché mondial des photocopieurs a représenté plus de 23 millions d'unités en 2008.

Celui des imprimantes et multifonctions sur la zone EMEA à 50 millions.

Dans les années 2000, on parlait du « zéro papier » avec l'avènement des technologiques numériques. Une décennie plus tard il n'en est rien. La consommation de papier représenterait 2 fois la distance de la terre à la lune si l'on empilait les feuilles A4.

Les grands acteurs et fabricants de matériels affichent des C.A. se comptant en dizaines de milliards d'euros pour les leaders. Les entreprises tenant le marché font partie des 100 plus grandes sociétés mondiales.

Nous retrouvons parmi les protagonistes des sociétés comme Xerox, Canon, Ricoh, Toshiba, Konica Minolta HP, Samsung aux cotés des Microsoft, Ibm, Wal-Mart, L'oréal, Colgate, Unilever, Eads, Total, Exxon, BP, Toyota, Airbus, Apple...

En France leur C.A. se compte en centaines de millions pour la plupart et en milliards d'euros pour les quatre leaders.

Les constructeurs ont élargi leurs sources de revenus grâce aux revenus associés, représentant bien souvent un apport de trésorerie à plus forte marge.

Hormis la facturation des copies pour disposer d'un service de maintenance pour la réparation et la fourniture des consommables nécessaires au fonctionnement du copieur, le numérique a permis d'engendre de nouvelles prestations facturables :

Les contrats de connexion au réseau informatique, les contrats de maintenance des produits hardware et software embarqués, les garanties sur site des Pc et des imprimantes et des multifonctions, les ventes et les garanties des mises à jour des

logiciels de gestion ou de GED, de WorkFlow, d'Extranet, de solutions de rationalisation des coûts d'impressions, des logiciels de Grapping, d'impression via un centre de reprographie à distance, de maintenance informatique et de télésurveillance, d'impression virtuelle...

Ce marché mérite bien une attention toute particulière, les enjeux étant colossaux.

Si tant d'attentions sont prises, c'est qu'il est aujourd'hui beaucoup plus dur, voire couteux de conserver un client que de convertir un prospect. C'est la raison pour laquelle vous verrez vos fournisseurs mettre tout en œuvre pour tenter leur percée sur des segments de marché qui historiquement n'étaient pas les leurs.

La part de marché étant un indicateur pilotant les décisions des groupes, ces derniers emploient toute leur intelligence pour accroître leurs distances et avantages technologiques sur leur concurrent.

La recherche et développement dans ce domaine a été et sera capitale dans l'élaboration de nouveaux brevets afin de conserver une longueur d'avance.

La décennie arrivant verra encore plus de rapprochements, fusions et absorptions et enfanter des géants encore plus grands et tissant leurs toiles dans les domaines d'activités périphériques (téléphonie, IP, sécurité, domotique, web, CRM, Cloud computing, saas...)

Il est fort à parier que lors d'un prochain focus sur ce marché les acteurs auront évolué, grossis pour les meilleurs et que certains auront été repris et que même certaines marques auront simplement disparus.

« Tu vois pas, il y comprend nibe ! »

« C'est sur c'est un tchoutchou ! »