

« Gestion des contrats
d'approvisionnement et de
vente »

MERCREDI

DE L'ENTREPRENEUR



AGENCE NATIONALE DE PROMOTION
ET DE GARANTIE DE FINANCEMENT
(PME / PMI)

** INTRODUCTION **

- ▶ Qu'est-ce qu'un Processus de Vente? Quels sont ces différentes étapes? Quels sont ces avantages pour une PME/PMI?
- ▶ Qu'est-ce qu'un Processus d'Approvisionnement? Quels sont ces différentes étapes? Quel sont ces avantages pour une PME/PMI?
- ▶ Qu'est-ce qu'un contrat? Quels sont les fondamentaux de la rédaction d'un contrat de vente et d'approvisionnement? Comment contrôler et maîtriser ces contrats pour le bénéfice d'une PME ou PMI?

I- LE PROCESSUS DE VENTE

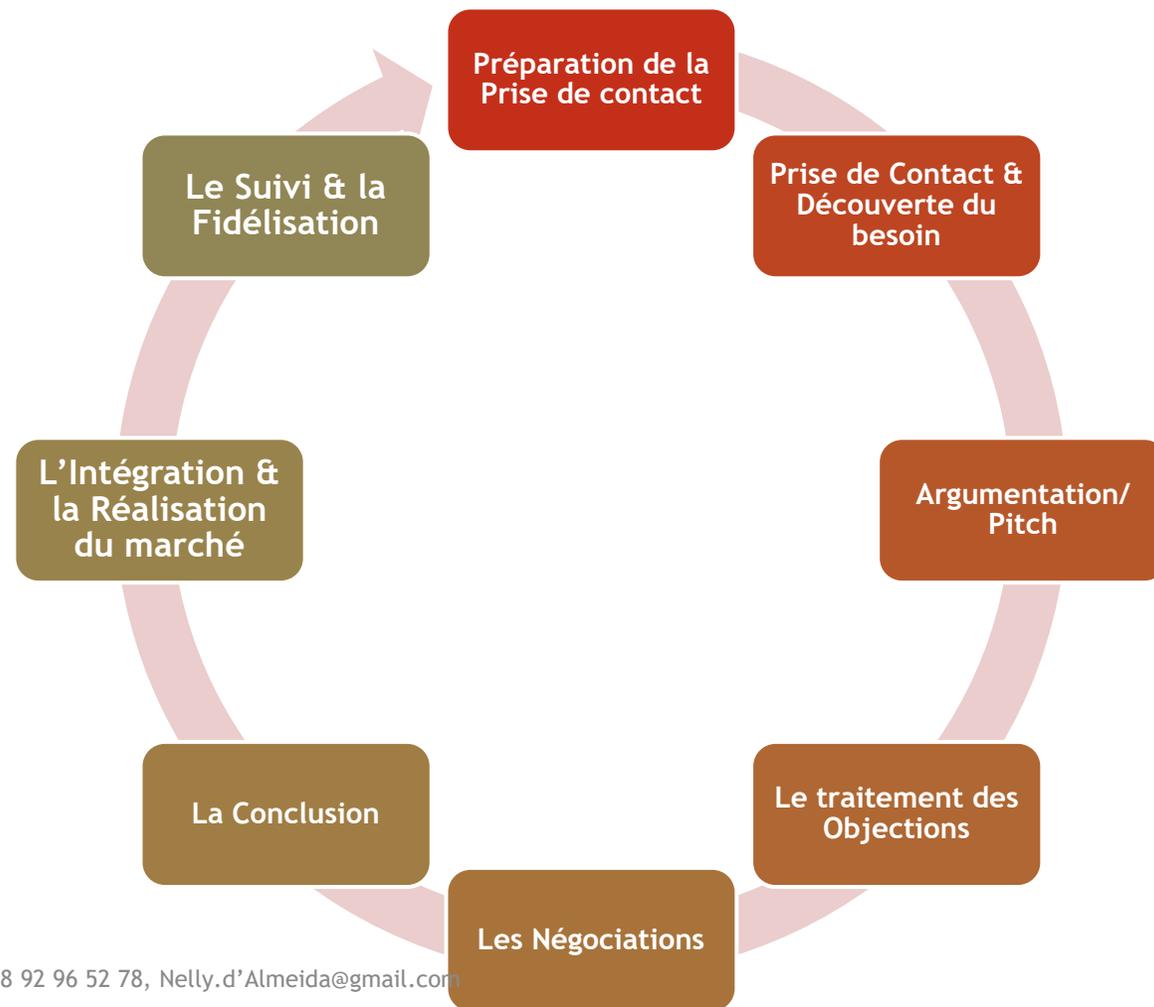
** DEFINITION **

Le processus de vente désigne l'ensemble des étapes organisé & planifié de traitements & opérations qui permet d' aboutir à la signature d'un contrat (de la prospection au service après-vente). Établir un Processus de vente structuré, c'est s'assurer de transformer un **Prospect** en **Client** et de le fidéliser pour de prochaines ventes.

Les différents modèles de vente:

- Vente cycle court ou « one shot »
- Vente en 2 temps
- **Vente long ou complexe**
- Vente à distance ou par téléphone

** LA VENTE EN 8 ETAPES **



Etape 1: Prospection / Préparation prise de contact

- ▶ Détecter les cibles et personnes contact (Décideurs)
 - Identifier les sociétés susceptibles d'être intéressées par notre produit ou service
 - Rechercher les coordonnées de ces sociétés et des personnes clés
 - Créer une liste de Prospects (Potentiels Clients)

- ▶ Prise de RDV

Etape 2: La Prise de contact & Découverte du Besoin

Objectif: Le client doit voir en vous la meilleure solution pour ses attentes et non juste un vendeur

- ▶ Présentation de votre entreprise
- ▶ Comprendre le besoin du client

Etape 3: L'argumentation ou Pitch

Objectif: Convaincre l'acheteur

- ▶ Démonstration du produit/service en le mettant en valeur
- ▶ Organiser une réunion physique ou vidéo conférence
- ▶ Personnaliser la solution au maximum pour répondre au besoin du Client
- ▶ **Conseil**: Présenter les avantages pour votre interlocuteur et son entreprise ou les opportunités qu'il rate en cas de non achat

Etape 4: Le traitement des objections

Objectif: Clarifier les éventuelles questions du Client

- ▶ Identifier les problèmes et les résoudre
- ▶ Comprendre le point de vue du Client et adapter son argumentaire de vente
- ▶ **Conseil:** Insister sur ce dont le prospect manque et répondre à toutes ces questions

Etape 5: Les Négociations

Objectif: Vendre au meilleur prix, en faisant le moins de concessions possible

- ▶ Préparer l'offre commerciale et technique sur la base des informations recueillies chez le Client
- ▶ Préparer la négociation
 - Maîtriser son dossier
 - Fixer le prix le plus haut possible pour le Vendeur => Qualité vs. Prix psychologique pour le Client
 - Préparer des arguments à chaque type de demande potentielle du Client
 - Exiger une contrepartie à toute concession
 - Valoriser vos concessions en leur donnant un caractère spécial
 - Savoir clôturer la négociation

Etape 6: La Conclusion

Objectif: Clôturer les négociations et obtenir le contrat

- ▶ Projeter le client dans le futur
- ▶ Jouer sur l'urgence: Prétexte d'une offre spéciale qui risque d'expirer ou perte de stock

Etape 7: L'Intégration & la Réalisation du marché

Objectif: Livrer le produit ou service

- ▶ Envoyer une confirmation de commande incluant tous les détails de la négociation
- ▶ Démarrer la production
- ▶ Mise en œuvre des termes commerciaux négociés
- ▶ Mise en place du SAV

Etape 8: Le Suivi & la Fidélisation

Objectif: Fidéliser le client et le pousser à faire de nouvelles ventes

- ▶ Ouvrir des canaux de communications afin de rechercher d'autres opportunités de vente
- ▶ Faire un suivi régulier

** LES AVANTAGES D'UN PROCESSUS DE VENTE OPTIMISE **

- ▶ Accroître les ventes et ainsi que les revenus
- ▶ Mieux comprendre le cycle de vente et corriger en amont les problèmes
- ▶ Développer une stratégie de marketing efficace
- ▶ Convertir plus rapidement les Prospects en Clients

II- LE PROCESSUS D'APPROVISIONNEMENT

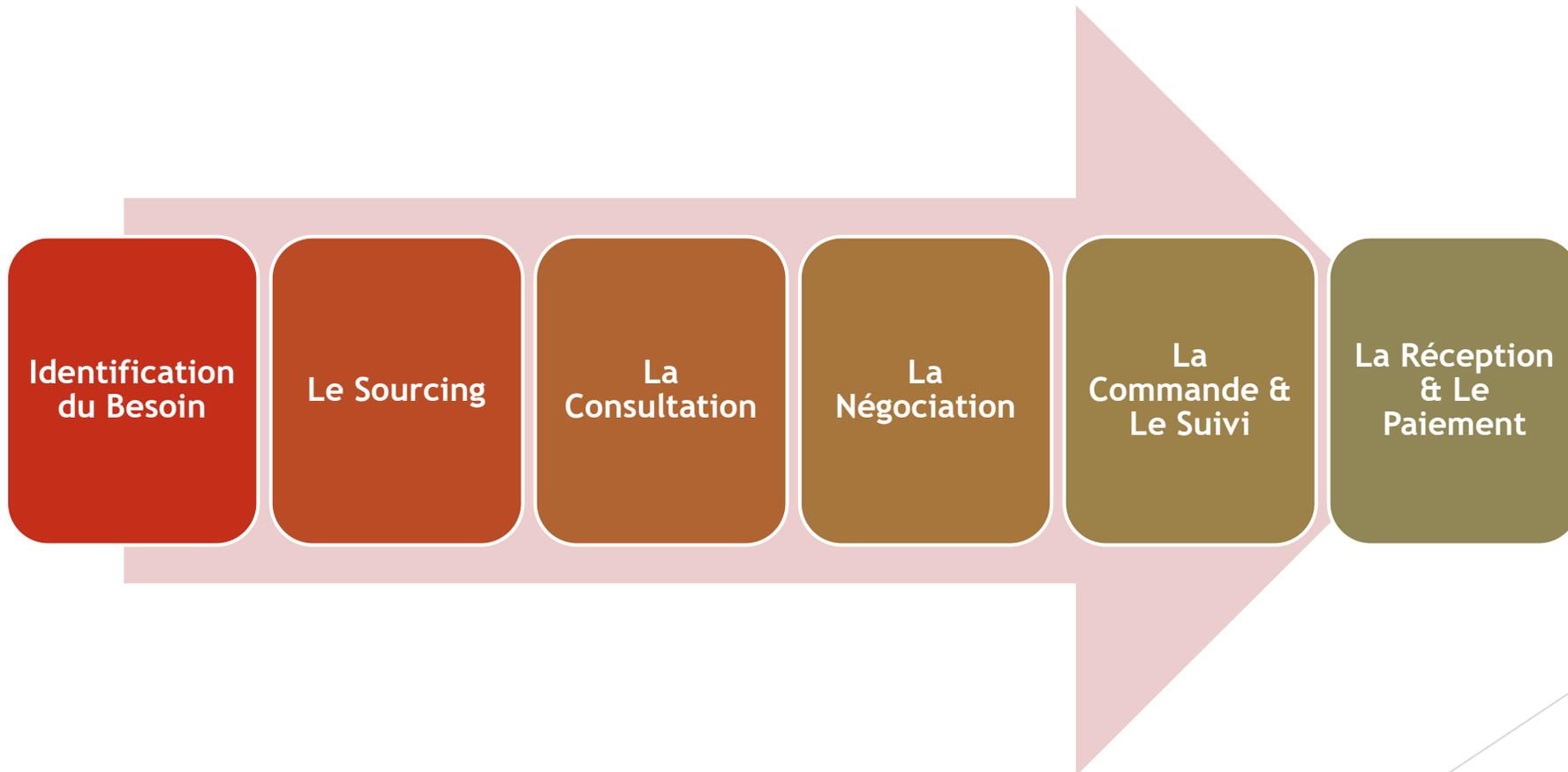
** DEFINITION **

Le processus d'approvisionnement peut être défini comme une série de mesures nécessaires à prendre pour obtenir des biens ou des services auprès d'une source externe. Les événements compris dans ce processus peuvent inclure la recherche de fournisseurs, les demandes de commandes, la négociation du budget, les achats, la gestion de stock et le paiement des fournisseurs.

Les 3P du processus d'approvisionnement:

- Personnes => Evaluation des risques
- Processus => Contrôle & Conformité
- Papeterie => Importance de la documentation à toutes les étapes

L'APPROVISIONNEMENT EN 6 ETAPES



Etape 1: Identification du besoin

Objectif: Fournir à l'acheteur et au fournisseur les éléments nécessaires pour répondre à la Demande d'achat

- ▶ Le besoin doit être général mais précis, il doit être figé dans le temps, il peut faire office d'un CDC ou non

- ▶ Le CDC Descriptif vs. Le CDC Fonctionnel

- Hexamètre Quintilien: Qui? Quoi? Ou? Quand? Comment? Combien? Pourquoi?

- Estimation du Budget

Etape 2: Le Sourcing

Objectif: Innover, Optimiser les coûts et Anticiper les risques

- ▶ Faire une recherche fournisseur sur la base des attentes et du marché:
 - Internet
 - Annuaire téléphonique ou registre du commerce
 - Réseau professionnel
 - Réseau fournisseur
- Pré-sélection des fournisseurs suite à une RFI (Request For Information)
 - Solidité Financière
 - Capacité à répondre au besoin
 - Normes et certifications
- Auditer
 - Rencontre du fournisseur
- Evaluation

Etape 3: La Consultation

Objectif: Identifier un ou des fournisseur(s) pour répondre à un besoin

- ▶ Les types de consultation:
 - Consultation ouverte/Publique
 - Consultation restreinte
- ▶ La Demande de prix (DDP): Envoi du CDC aux fournisseurs
- ▶ L'Evaluation des Offres
 - Définir des critères d'évaluation pondérables
 - Evaluation Technique
 - Evaluation Financière

Etape 4: La Négociation

Objectif: Acheter au meilleur prix, en faisant le moins de concessions possible

- Préparer la négociation avec la technique des 4C
 - **Connaître:** Collecter le maximum d'information sur le fournisseur et identifier ces contraintes
 - **Comprendre:** Recenser les zones d'ombre à l'offre du fournisseur pour la clarifier
 - **Convaincre:** Préparer les points négociables et non négociables (termes commerciaux)
 - **Conclure:** Identifier le bon moment pour clôturer les discussions, surtout lorsque tous les points sont atteints. Faire un résumé des points négociés avec le fournisseur

Etape 5: La Commande & Le Suivi

Objectif: Acheter le bien ou le service chez le fournisseur agréé

- ▶ Les outils de confirmation de commande
 - BDC (Bon de Commande)
 - Contrat
- ▶ Organiser le suivi de la commande jusqu'à la livraison
 - Demander une confirmation de commande
 - Suivre le respect du délai proposé par le fournisseur

Etape 6: La Réception et Le Paiement du fournisseur

Objectif: Conclure le processus et fidéliser le fournisseur

► Les étapes pour la réception

- Vérifier la marchandise en présence du livreur: contrôle de la quantité reçue vs. La quantité commandée, contrôle de la qualité en présence d'un représentant du service demandeur
- Noter sur le bordereau de livraison les réserves par rapport à la livraison
- Accepter ou Rejeter la livraison

■ Les étapes du paiement

- Vérification des documents: Facture, BDC, Bordereau de livraison et Bordereau de réception
- Respect du délai de paiement négocié

** LES AVANTAGES DU PROCESSUS D'APPROVISIONNEMENT **

- ▶ Meilleure gestion des coûts => Impact positif sur les économies et les résultats net de l'entreprise
- ▶ Maîtrise des dépenses => Conformité et meilleur gestion des risques
- ▶ Etablissement d'une relation symbiotique avec des fournisseurs de choix => Maîtrise de la chaîne d'approvisionnement, Optimisation de la qualité du produit ou service offert à un coût minimum
- ▶ Gestion des risques liés aux Finances, contrats, à la production => Efficacité opérationnelle & rentabilité

III- LA GESTION DE CONTRAT

** DEFINITION **

« Le contrat est un engagement (ou une convention) volontaire qui crée des obligations entre deux ou plusieurs personnes. Il existe plusieurs types de contrat: contrat de travail, contrat de location, contrat de vente, etc...On peut distinguer entre le contrat privé (entre personnes privées) et le contrat administratif (conclu avec l'administration, marchés publics) »

Les 4 conditions pour la validité du contrat:

- Le Consentement
- La Capacité des parties à exécuter le contrat
- L'Objet du contrat qui fait référence à la chose ou la prestation due
- La Cause ou motif à l'engagement des 2 parties

LES GRANDES RUBRIQUES D'UN CONTRAT

Le Titre du Contrat

- Evoquer de manière brève:
 - La prestation
 - L'objet du contrat
- Evoquer les parties engagées:
 - Le nom de l'entreprise
 - La raison sociale
 - La personne responsable et ces contacts

Le Préambule

- Décrire pourquoi les parties concluent le contrat: raisons, motifs
- Il servira plus tard si le juge doit interpréter le contrat

LES GRANDES RUBRIQUE D'UN CONTRAT

L'Objet

- Description globale de l'accord
- Description précise du produits (annexe fiches techniques) ou du service
- Toute ambiguïté doit être évitée

Les Définitions

- Définir les termes techniques afin d'éviter d'éventuels problèmes d'interprétations, de malentendus

LES GRANDES RUBRIQUE D'UN CONTRAT

L'Obligation des parties

- Donner les détails des engagements des parties (faire ou ne pas faire)
- Cette partie peut être vaste car on y aborde tous les sujets liés à la prestation
- Equilibre entre les obligations du Client et les obligations du Fournisseurs

Le Lieu ou territoire

- Préciser le lieu de livraison ou le lieu où doit être exécuter la prestation

LES GRANDES RUBRIQUE D'UN CONTRAT

La Date et La Durée

- Faire la différence entre la date de signature du contrat et la date d'entrée en vigueur
- Préciser la durée de la prestation pour éviter de se retrouver dans une situation indéterminé
- Préciser les conditions de fin de contrat

La Rémunération

- Mentionner le Prix comme négocié. Il peut s'agir d'un cachet, d'un salaire horaire, ou forfait, de tranches de paiement, etc..
- Préciser le délai de paiement

LES GRANDES RUBRIQUE D'UN CONTRAT

La Résiliation

- Prévoir des portes de sorties en cas de non exécution du contrat par l'une des parties
- Prévoir les forces majeures qui sont des situations imprévisibles qui peuvent empêcher l'exécution du contrat
- Prévoir la sortie d'un commun accord ou unilatéralement mais en prévoyant des compensations

Litige et Loi Applicable

- Prévoir ce qui est à faire en cas de litige. Privilégier la solution amiable ou designer un tribunal compétent pour trancher l'affaire
- Choisir une Loi applicable, de préférence celle connue.

LES GRANDES RUBRIQUE D'UN CONTRAT

La Signature

- Préciser la date et le lieu
- Préciser le nombre d'exemplaires
- Faire attention aux signataires. Il peut y en avoir un ou plusieurs par société

Les Annexes

- Documents d'information complémentaire qui sont adjoint au contrat

** CONSEILS ET OUTILS POUR UNE BONNE GESTION DES CONTRATS **

- ▶ Faire un compte rendu fidèle des termes négociés par l'acheteur et le vendeur
- ▶ « 4 eyes principal », signature d'au moins deux décideurs de la société
- ▶ Développer une tableau des responsabilités

** CONCLUSION **

- ▶ Les processus de vente et d'approvisionnement sont essentiels dans le fonctionnement d'une entreprise. Lorsque bien maîtrisé, ils constituent des outils de compétitivité car permettant la réalisation d'économie pour l'entreprise.
- ▶ Les 8 étapes du processus de vente sont primordiales pour optimiser les ventes et ainsi revenues de l'entreprise.
- ▶ Les 6 étapes du processus d'approvisionnement sont essentiels pour optimiser les coûts et générer des économies pour l'entreprise
- ▶ Pour sceller le partnership qui a été créer suite à des négociations entre un acheteur et un vendeur, pour développer cette relation au-delà du présent et pour s'assurer du respect des termes négociés, il est nécessaire de conclure par un contrat.

** QUESTIONS

**

Nelly d'ALMEIDA, Tel: +228 92 96 52 78, Nelly.d'Almeida@gmail.com

