

BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR

TECHNICO-COMMERCIAL

E5 - MANAGEMENT ET GESTION DE L'ACTIVITÉ TECHNICO-COMMERCIALE

SESSION 2018

Durée : 4 heures

Coefficient : 4

Matériel autorisé :

L'usage de tout modèle de calculatrice, avec ou sans mode examen, est autorisé.

Tout autre document est interdit.

Dès que le sujet vous est remis, assurez-vous qu'il est complet, en vérifiant le nombre de pages en votre possession.

Le sujet comporte 20 pages numérotées de 1/20 à 20/20.

AZUR BAIE

Consignes générales : si votre analyse vous conduit à effectuer des calculs, ceux-ci devront être portés sur la copie comme faisant partie de la démarche structurée mise en œuvre pour répondre à la demande formulée.

Contexte et problématique professionnels

Créée en 1997, la société AZUR BAIE est spécialisée dans la vente et l'installation de menuiseries PVC sur le département des Bouches-du-Rhône (13).



Deux agences sur Marseille lui permettent de couvrir sa zone de chalandise et d'être plus réactive aux exigences des clients :

- Le **siège social**, 29A, avenue des Chartreux 13 004 MARSEILLE, où sont situés les services administratifs.
- L'**atelier et le stockage**, 503, rue St Pierre 13 012 Marseille, où sont gérés tous les dossiers en cours sur le plan technique et commercial. Un showroom met en valeur le savoir-faire de l'entreprise.

Son effectif actuel comporte 14 personnes :

- **2 responsables (un gérant, une co-gérante),**
- **2 technico-commerciaux,**
- **10 poseurs :** 4 équipes de poseurs, (chaque équipe est constituée d'un compagnon professionnel et d'un aide apprenti ou salarié), et deux personnes dédiées aux petites interventions, dépannages et SAV.



Chaque équipe possède une fourgonnette équipée de tout l'équipement électroportatif permettant la mise en œuvre des prestations dans les meilleurs délais.

AZUR BAIE a ainsi la capacité de mettre en œuvre une moyenne de 100 châssis par semaine.



Membre marseillais du réseau national fenêtrier VEKA, AZUR BAIE s'engage à réaliser tous ses chantiers par ses propres équipes.

Dans un contexte concurrentiel agressif sur la cible des particuliers, AZUR BAIE a vu son chiffre d'affaires stagner entre 2013 et 2016. Elle a donc progressivement diversifié sa gamme, en commercialisant des portes, volets et vérandas.

De plus, elle propose désormais à sa clientèle **une gamme de menuiserie aluminium de la marque WIKONA** pour soutenir ses ventes et répondre à l'évolution du marché.



Forte de quelques chantiers emblématiques comme Notre Dame de La Garde, AZUR BAIE, cherche à **développer ses ventes auprès des professionnels**.

En effet, AZUR BAIE est à la recherche de nouveaux marchés et souhaite confirmer son rôle d'acteur impliqué dans la vie locale.



Un programme de rénovation urbaine des immeubles du centre-ville a été initié par la Ville de Marseille et par le Conseil départemental.

Dans ce contexte, AZUR BAIE souhaite **mettre en place un partenariat avec les entreprises générales du bâtiment et les façadiers** (entreprises spécialisées dans la rénovation et l'étanchéité des façades). Cette collaboration permettra ainsi au maître d'œuvre de proposer aux propriétaires une offre globale pour la remise en état des façades.



Votre place dans la société

Technico-commercial dans l'entreprise AZUR BAIE, vous êtes chargé d'assister son responsable Jean-Yves RIBOLLET dans le développement des ventes de la gamme aluminium et dans l'organisation managériale du partenariat avec les professionnels du bâtiment.

Votre mission s'articulera autour de deux axes :

- 1) **le développement des ventes sur le segment des menuiseries aluminium ;**
- 2) **le partenariat avec les entreprises générales du bâtiment et les façadiers.**

PREMIÈRE PARTIE : Développement des ventes sur le segment des menuiseries aluminium (10 points)

Afin de confirmer son orientation sur la cible professionnelle, Jean-Yves RIBIOLLET, votre responsable souhaite avoir une analyse synthétique du marché de la fenêtre et du potentiel de développement sur le secteur de Marseille.

Jean-Yves RIBIOLLET s'interroge aussi sur l'opportunité pour AZUR BAIE de participer à un salon professionnel afin de promouvoir sa nouvelle gamme de menuiserie aluminium. Il a identifié deux actions de communication envisageables : **le salon virtuel BatiExpo et le salon physique Renov'Maison.**

- 1.1. Établissez un diagnostic du marché de la fenêtre aluminium et confirmez l'intérêt pour la société AZUR BAIE de se tourner vers ce segment.**
- 1.2. Argumentez sur l'opportunité d'un point de vue technique de développer le marché des fenêtres aluminium.**
- 1.3. Comparez ces deux salons selon différents critères. Structurez votre réponse et concluez.**

DEUXIÈME PARTIE : Partenariat avec les entreprises générales du bâtiment et les façadiers (10 points)

Votre responsable, Jean-Yves RIBIOLLET, se demande si l'équipe commerciale actuelle est suffisante pour mener à bien cette mission. En vue de la mise en place de ce partenariat avec les entreprises générales du bâtiment et les façadiers, Jean-Yves RIBIOLLET vous charge de l'assister dans la réorganisation de l'équipe technico-commerciale.

- 2.1. Déterminez si la taille de la force technico-commerciale est actuellement suffisante pour couvrir les besoins. Tirez les conclusions managériales qui s'imposent.**
- 2.2. Analysez les fiches de synthèse des C.V. reçus à travers un outil de comparaison des candidatures puis sélectionnez, en justifiant votre choix, la ou les candidatures à retenir.**
- 2.3. Déterminez les éléments techniques et réglementaires à aborder pour faciliter l'intégration du ou des nouveaux technico-commerciaux.**

Liste des annexes

Annexe 1	Extraits du site internet d'AZUR BAIE	Page 6
Annexe 2	Localisation géographique	Page 7
Annexe 3	Amélioration de l'habitat – Campagne de ravalement de façades – Ville de Marseille (service de l'urbanisme)	Page 8
Annexe 4	Bien choisir le matériau de vos fenêtres	Page 9
Annexe 5	Étude marché de la fenêtre	Pages 10 à 12
Annexe 6	Extrait documentation Wiconal Aluminium	Page 13
Annexe 7	Terminologies des parois vitrées	Page 14
Annexe 8	Salon BATIEXPO	Page 15
Annexe 9	Salon Renov'Maison	Pages 16 à 17
Annexe 10	Nombre d'entreprises dans les Bouches du Rhône	Page 18
Annexe 11	Fonctionnement de l'équipe commerciale d'AZUR BAIE	Page 18
Annexe 12	Profil de poste technico-commercial	Page 19
Annexe 13	Extraits de candidatures	Page 20

Annexe 1 : Extraits du site internet d'AZUR BAIE



Des fenêtres et produits de qualité à Marseille

Nous nous engageons à faire installer nos produits par des compagnons professionnels salariés de notre entreprise. En alliant proximité, qualité et service, nous pensons pouvoir satisfaire vos exigences dans un véritable échange entre vous et votre conseiller. Nous évoluons aujourd'hui dans un secteur très technique et dans lequel nous ne devons pas oublier que l'humain est décisif. Proposer des fenêtres à Marseille ainsi que d'autres éléments tels que les portes d'entrées, les volets roulants ainsi que les stores demandent un travail minutieux. En effet, la qualité de l'isolation de la maison dépend des menuiseries (bois, aluminium ou PVC). Ainsi, AZUR BAIE le spécialiste de la fenêtre s'engage à vous proposer des produits qualitatifs.

La qualité de nos menuiseries au service de votre satisfaction

À votre service depuis plus de 15 ans pour la rénovation de vos fenêtres, ou la pose en neuf, mais aussi spécialisé dans le remplacement des volets, des stores, de vos portes d'entrée, la création de véranda...

AZUR BAIE à Marseille propose des devis gratuits

Nos devis sont gratuits et nous nous déplaçons sur tous les arrondissements de Marseille ainsi que dans un rayon de 50 km. Nos technico-commerciaux sauront vous conseiller. Nos équipes d'installateurs (salariés de l'entreprise) et nos qualifications, Qualibat – RGE – EXPERT SOMFY – EXPERT STORISTE, sont pour vous l'assurance d'un travail accompli dans les règles de l'art.

Une expérience reconnue !

Depuis 20 ans, AZUR BAIE a réalisé plus de 10000 chantiers dont 80 % auprès de particuliers, et ce dans un périmètre de 40 km autour de Marseille incluant les villes d'Aix-en-Provence, Aubagne, La Ciotat...

Installations de menuiseries : nos chantiers emblématiques

Notre chantier référence le plus emblématique, que vous avez pu voir en photo sur la page d'accueil de notre site, est le chantier de rénovation de Notre Dame de la Garde et la création de son musée dans le cadre de Marseille 2013, capitale européenne de la culture. Nous avons sur ce chantier réalisé les fenêtres de l'étage de la boutique, les volets roulants aluminium anti-effraction assurant la sécurité du musée et la très belle porte d'entrée du musée.

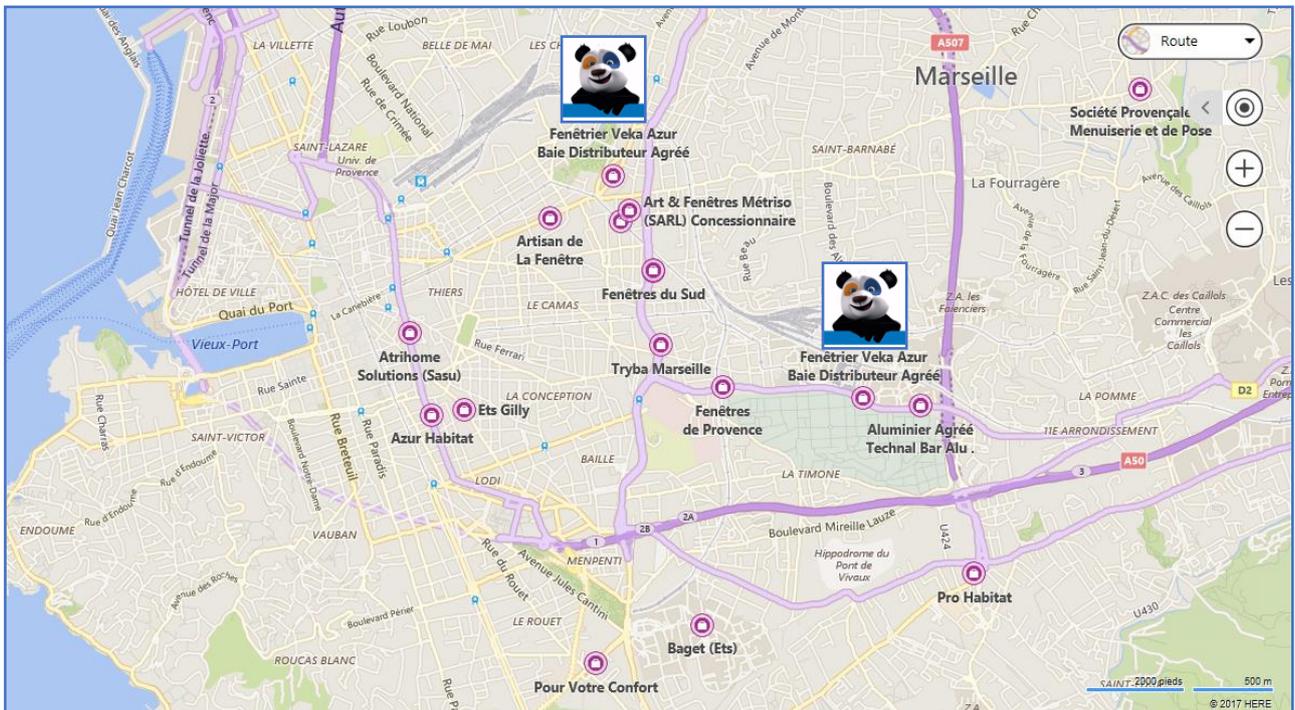
Source : www.azurbaie.fr (extraits)
Consulté le 27-11-2017.

BTS Technico-Commercial		Session 2018
Management et gestion de l'activité technico-commerciale	18 NC - TCE5MGT	Page 6 / 20

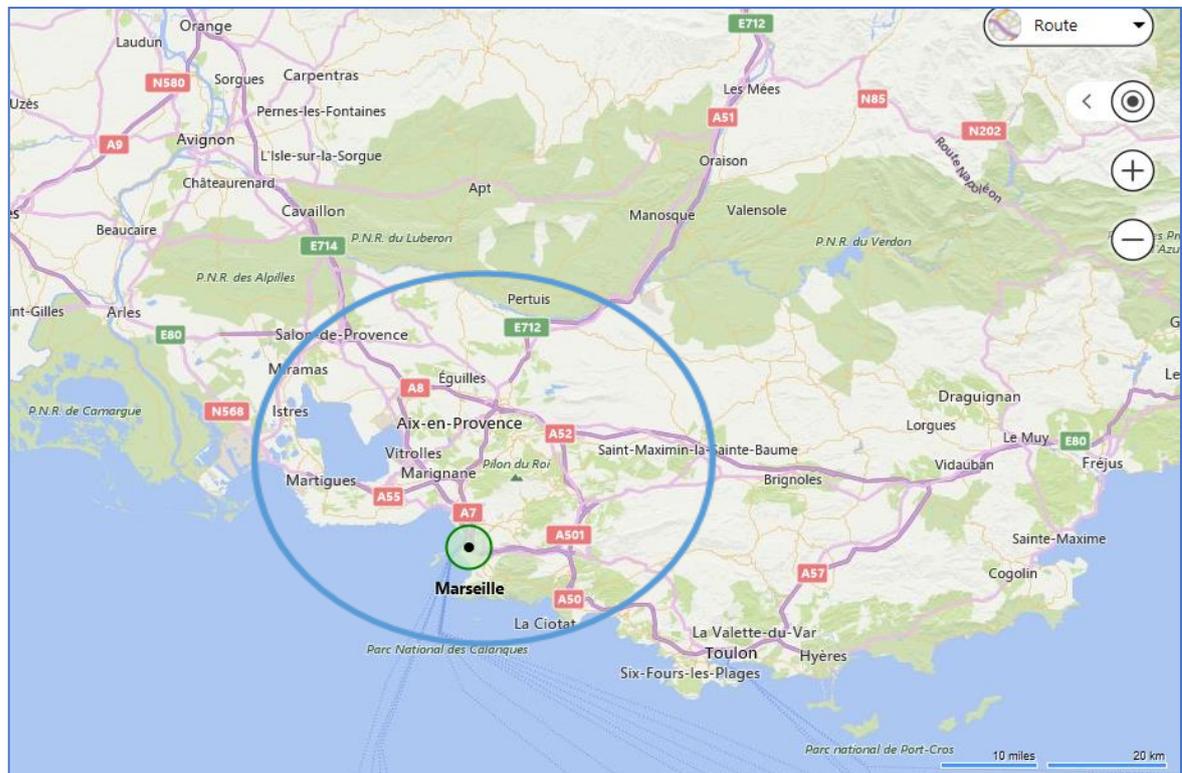
Annexe 2 : Localisation géographique

Implantations d'AZUR BAIE : 

Implantations des concurrents locaux : 



Zone de chalandise d'AZUR BAIE



Annexe 3 : Amélioration de l'habitat – Campagne de ravalement de façades – Ville de Marseille (service de l'urbanisme)



Le manque d'entretien régulier des façades nuit à la qualité architecturale des immeubles du centre-ville, freine l'attrait de l'habitat en centre-ville et représente même quelquefois des risques de danger.

En juillet 2016, un partenariat a été conclu entre la ville et le Conseil départemental pour une nouvelle campagne de ravalement. **Cela concerne 79 axes et 1 600 immeubles.**

Définition du ravalement de façades : « Toute opération qui a pour but de remettre les façades en bon état de propreté ».

Il faut entendre par façade d'immeuble la partie bâtie maçonnée ainsi que tout élément constitutif tels que les dispositifs de fermeture (menuiseries extérieures, châssis, volets, persiennes, rideaux métalliques, ferronneries, etc.), les modénatures (corniches, statues, frises décoratives, etc.) et les ouvrages divers de protection (garde-corps, barres d'appui, zingueries, etc.).

Réglementation

Le ravalement est une mesure obligatoire prévue par le Code de la construction et de l'habitation : « Les façades des immeubles doivent être constamment tenues en bon état de propreté. Les travaux nécessaires doivent être faits au moins une fois tous les dix ans sur l'injonction municipale qui est faite aux propriétaires ».

Les propriétaires dont l'immeuble est situé sur l'un de ces axes de ravalement peuvent bénéficier des aides financières et d'une assistance technique.

Le taux de subventionnement aux propriétaires privés, de 20 % jusqu'alors, est désormais porté à 50 % du montant TTC des travaux plafonnés à 200 euros le m².

Ces aides sont limitées dans le temps et progressivement dégressives. D'où l'intérêt, pour les propriétaires, d'engager rapidement des démarches auprès des entreprises. Cet engagement municipal a permis la rénovation de 500 immeubles environ, situés sur 11 axes routiers.

Source : <http://logement-urbanisme.marseille.fr/am%c3%a9loration-de-lhabitat/ravalement-de-façades>
27-11-2017

Annexe 4 : Bien choisir le matériau de vos fenêtres

Longtemps limité au bois, les fenêtres se déclinent aujourd'hui dans d'autres matériaux ayant chacun leurs propres avantages.



Comparatif des 4 matériaux principaux pour la structure des fenêtres :

		BOIS	PVC	ALU	MIXTE BOIS-ALU
PERFORMANCES	Isolation thermique	La meilleure.	Excellentes et suffisantes pour la plupart des cas	En théorie moins bon que PVC et Bois, en réalité suffisante dans 99% des cas. Pour les climats extrêmes : prenez de l'alu avec rupture de pont thermique (classique).	Excellentes.
	Isolation acoustique	IDEM			
	Durabilité	Très bonnes.		Excellentes.	Excellentes : alu à l'extérieur ne rouille pas.
PRIX		Plus élevé mais tendance à la baisse des prix.	Le plus économique.	Entre le PVC et le bois.	Très élevé.
ESTHÉTIQUE		Matériau le plus noble. Toutes les couleurs, formes, détails ...	Moins noble que le bois ou l'alu.	Toutes couleurs possibles (thermo laquage ou alu anodisé). Bicoloration possible (intérieur, extérieur) Grâce à des profilés plus minces, 20 % de superficie vitrée supplémentaire pour plus de luminosité.	Chaleur du bois à l'intérieur, modernité de l'alu à l'extérieur.
ENTRETIEN		Une couche de lasure/peinture tous les 10 ans.	Aucun.		Aucun : alu à l'extérieur.
PROTECTION ENVIRONNEMENT		Produit naturel, noble et recyclable.	Le moins écologique.	Recyclage de l'alu à l'infini.	Bois : excellent. Alu : ok.
DIVERS		Grande taille possible avec lamellé-collé (baie vitrée).	Pas adapté aux grands formats.	Idéal pour grands formats ou coulissants.	Convient à toutes les applications.

Source : Lapeyre & Ternois fermetures
27-11-2017

Marché de la fenêtre : un coin de ciel bleu jusqu'en 2018



Après plusieurs années consécutives de baisse d'activité, le marché de la fenêtre a renoué avec la croissance : +3 % en 2016, d'après une étude du cabinet Xerfi. Pour autant, la concurrence étrangère, de plus en plus rude, contraint les géants du secteur à passer à l'offensive.

Selon l'étude Xerfi de mars 2017, les ventes de fenêtres en 2016 ont atteint 9,3 millions d'unités, soit une hausse de 3 % par rapport à l'année précédente. Le net rebond des mises en chantier du bâtiment, est à l'origine de ce regain d'activité. L'étude affirme également que la dynamique restera positive "à l'horizon 2018".

Les auteurs de l'étude confirment les résultats attendus par le secteur de la construction depuis longtemps : une dynamisation du marché de la rénovation énergétique, qui déclenchera des travaux de remplacement de fenêtres. "*Dans le sillage de la hausse attendue des cours du baril de pétrole, les prix du gaz se redresseront, renforçant la demande pour les travaux d'amélioration thermique*", écrivent les auteurs de l'étude. Il faut ajouter à cela le maintien, jusqu'à la fin de l'année, du crédit d'impôt pour la transition énergétique et de l'éco-prêt. L'individualisation des frais de chauffage, imposée par la loi de transition énergétique, est un autre facteur pouvant inciter les particuliers à se soucier de l'efficacité énergétique de leur logement.

Une reprise qui bénéficiera surtout aux "gros"

Toutefois, si la reprise se confirme, Xerfi estime qu'elle bénéficiera surtout aux plus grands acteurs du secteur, ceux qui sont en mesure d'augmenter rapidement leur volume de production. Les entreprises se concentrant uniquement sur la commercialisation et la pose, de leur côté, pourraient continuer de "*prendre des parts de marché aux artisans*".

Tout n'est pas rose, pour autant, pour les acteurs historiques. Car les importations de fenêtres étrangères à bas coût, qui ont déjà fortement impacté l'activité des industriels français ces dernières années, devraient continuer à augmenter, à plus forte raison en période de reprise économique. "*Entre 2010 et 2015, la part des produits importés en France a quasiment doublé*", rappellent les auteurs de la note. Pour les groupes enracinés dans le métier, le défi des années à venir sera même de résister au mieux à cette concurrence, qu'elle vienne d'Allemagne, d'Autriche ou de Pologne.

Source : BATACTU
6-03-2017

Annexe 5 (suite) : Étude du marché de la fenêtre

UN MARCHÉ TOUJOURS LARGEMENT DOMINÉ PAR LE PVC

ÉVOLUTION DES VENTES EN VOLUME PAR TYPE DE MATERIAUX	2000	2002	2004	2006	2008	2010	2012	2015	2015/2012
	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Bois	19,9	17,9	16,8	14,7	13,7	13,0	13,0	11,0	- 22 %
PVC	61,6	63,1	63,8	64,1	63,3	62,4	60,7	60,5	- 9 %
Aluminium	16,9	17,4	17,7	19,2	21,1	22,4	23,3	26,0	+ 2 %
Mixte	0,1	1,4	1,5	1,8	1,7	2,0	2,7	2,3	- 22 %
Acier			n.s	0,2	0,2	0,3	0,3	0,3	- 17 %
Total	9 464	10 183	10 843	12 275	12 155	11 670	11 112	10 185	- 8,3 %

Source : *BatiEtude*

Sur l'ensemble de la période 2000-2015, le bois est le grand perdant avec un recul de 9 % en parts de marché et de 762 000 fenêtres en volume.

Le PVC continue de dominer très largement le marché, même s'il voit sa part de marché s'effriter.

L'aluminium et le mixte bois-alu sont les deux seuls matériaux dont la part de marché augmente depuis 2000. L'aluminium a gagné près de 10 % de parts de marché en 15 ans (représentant 1 000 000 de fenêtres) et les fenêtres mixtes ont progressé de 78 % en volume sur un marché plus petit entre 2000 et 2015 (représentant 100 000 fenêtres).

L'ESTIMATION EN VALEUR ACCROÎT LA PART DE L'ALUMINIUM

Valorisation du marché des fenêtres en %	Part de marché en valeur en fourniture seule (%)	Part de marché en volume (%)
Bois	14	11
PVC	45	60
Aluminium	38	26
Mixte	3	3
Total	100	100

Source : *BatiEtude*
27-11- 2017

Annexe 5 (suite) : Étude du marché de la fenêtre

PAS D'ÉVOLUTION SIGNIFICATIVE AU NIVEAU DU TYPE D'OUVERTURE ENTRE 2012 & 2015

Types d'ouverture	2002	2004	2006	2008	2010	2012	2015	Évolution en volume 2012-2015
Frappe	59 %	61 %	56 %	57 %	56 %	54 %	54 %	=
Oscillo-battant	18 %	18 %	22 %	22 %	24 %	26 %	26 %	=
Coulissant	10 %	12 %	12 %	13 %	12 %	14 %	15 %	+ 1 %
Autres	13 %	9 %	10 %	9 %	8 %	7 %	5 %	- 2 %

% exprimé en volume.

Source : BatiEtude

L'ouverture à frappe (ou à la française) reste le système d'ouverture largement prédominant. L'oscillo-battant stabilise sa position dans l'univers de la fenêtre en France avec un taux de pénétration de 26%. De telles fenêtres sont en PVC 2 fois sur 3.

La fenêtre coulissante reste essentiellement une spécificité des fenêtres aluminium.

Environ 1,4 millions de fenêtres coulissantes ont été fabriquées en 2015, dont 66 % sont des fenêtres en aluminium.

Aujourd'hui, la rénovation est le principal débouché pour le marché de la fenêtre. On peut même dire qu'il s'agit de la rénovation des logements (69% pour le résidentiel et 9 % pour le non résidentiel). Entre 2008 et 2015, le marché des travaux passe de « 1/3 neuf - 2/3 rénovation » à « 1/5 neuf - 4/5 rénovation ».

L'existence d'un parc de près de 200 millions de fenêtres dans des logements construits avant 1980, en est la principale explication.

Source : Axiome Media – BatiEtude
27-11-2017

WICONA

WICLINE 65

Fenêtres

Ouvrant visible



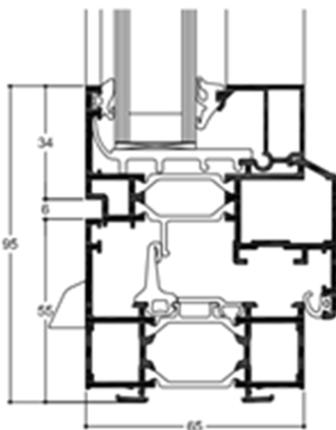
Performances techniques

Principe du système :

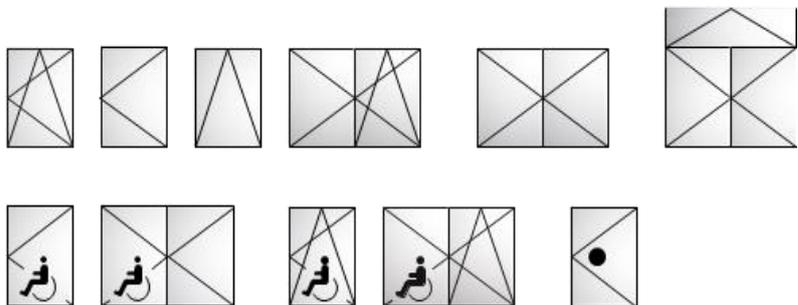
- Profilés à haute performance thermique.
- Joint central pour étanchéité supérieure.
- Performances thermiques : $U_w = 1,6 \text{ W}/(\text{m}^2\text{K})$.
- Quincaillerie visible.
- Poids max. par vantail : 130kg.
- Dimension max : L 1600mm x H 2500 mm.
- Ouvertures : battant à la française, oscillo-battant, soufflet, fixe.
- Finitions :
 - thermolaquée QUALICOAT qualité marine.
 - thermolaquée bicoloration qualité marine.

Conçues pour répondre aux besoins d'une nouvelle génération de bâtiments destinée à limiter la consommation d'énergie, les fenêtres et portes fenêtres WICLINE 65 affichent de hautes performances thermiques, acoustiques et dimensionnelles.

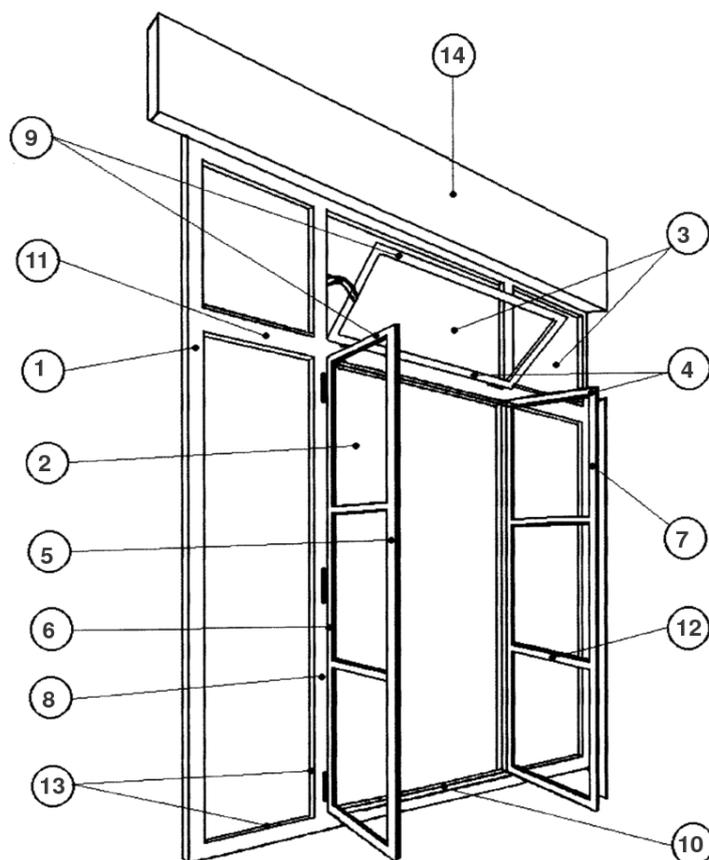
- Perméabilité à l'air : A*4
- Étanchéité à l'eau: E1050
- Résistance au vent : V*C4
- Performance acoustique : RA = 35 dB
- Ouvertures / fermetures répétées : 20 000 cycles



Types d'ouvertures :



Annexe 7 : Terminologie des parois vitrées



1	Dormant : partie fixe d'une porte ou d'une fenêtre scellée dans la maçonnerie
2	Ouvrant : partie mobile d'une porte ou d'une fenêtre fixée sur le dormant
3	Châssis : élément de fenêtre, fixe ou mobile composé d'un cadre recevant une partie vitrée, grillagée, pleine ou à lamelles
4	Vantail : partie ouvrante d'une porte, d'une fenêtre à la française ou à l'anglaise
5	Montant : pièce constituant l'un des cotés verticaux des ouvrages (dormant et ouvrant)
6	Montant de rive : montant d'un vantail qui reçoit les organes de rotation (montant ferré)
7	Montant de battement : montant d'un vantail qui vient s'appuyer sur le montant du second vantail
8	Meneau : montant dormant séparant plusieurs châssis ou vantaux d'un ouvrage composé
9	Traverse : pièce constituant l'un des cotés horizontaux des ouvrages (dormant et ouvrant)
10	Pièce d'appui : traverse de forme spéciale placée à la partie inférieure du dormant et scellée sur le rejingot de l'appui ou du seuil de la baie.
11	Traverse d'imposte : traverse du dormant séparant une imposte du ou des châssis inférieurs dans un ouvrage composé
12	Petit bois : pièce de faible section horizontale ou verticale séparant les châssis pour en permettre le vitrage par des vitres de plus ou moins grandes dimensions
13	Parclose : pièce de faible section servant au maintien des vitrages dans les feuillures du châssis
14	Caisson : partie assemblée au dormant destinée à contenir divers organes de fermeture

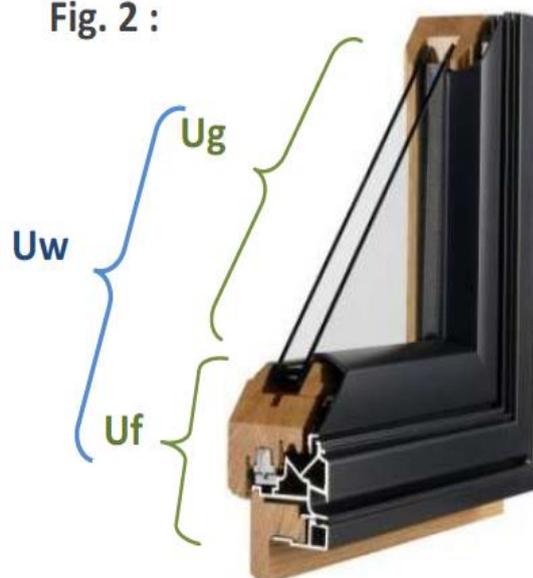
DES VITRAGES ISOLANTS...VIS-À-VIS DES DÉPERDITIONS

Le flux de chaleur qui traverse une paroi est quantifié par le coefficient de transmission thermique noté U en W/m^2K . Pour les parois vitrées, il est généralement complété par un indice qui permet de caractériser distinctement :

- U_g pour le vitrage seul (glass),
- U_f pour la menuiserie (ouvrant et dormant) sans son vitrage (frame),
- U_w pour la fenêtre dans sa globalité (window).

Valeur propre à chaque fenêtre en fonction des surfaces de vitrage et de cadre (ouvrant, dormant, croisillons, petit bois) ainsi que de leurs valeurs U_g et U_f . Ainsi, deux fenêtres identiques n'auront pas le même coefficient U_w si leurs dimensions varient. Les coefficients U_w vont de $6 W/m^2K$ pour des fenêtres métalliques à simple vitrage à $0,6 W/m^2K$ pour des fenêtres triple vitrage avec isolation renforcée du châssis.

Fig. 2 :



Source : Ademe,
27-11-2017



BatiExpo - Le Grand Salon de l'Habitat 2017

Construction, Rénovation et Amélioration de l'Habitat

Premier Salon de l'Habitat entièrement accessible depuis internet, BatiExpo permet aux Artisans du bâtiment et aux entreprises de l'habitat, en général, de trouver de nouveaux clients, gratuitement et tout au long de l'année.

Comme sur un salon de l'habitat traditionnel, chaque exposant dispose de son stand dédié. Outre la présentation de l'entreprise, cet espace dispose d'un catalogue de vos services permettant aux particuliers de trouver et de sélectionner le produit ou le service recherché. Les outils de mise en contact et de demande de devis personnalisés viennent finaliser l'approche commerciale.

Pour devenir exposant, et bénéficier de votre stand gratuit sur le salon BatiExpo Marseille, merci de compléter le formulaire d'inscription **Devenir Exposant** et de vérifier les informations concernant votre entreprise.



Tous les métiers de l'Habitat en un lieu unique

Avec ses 4 univers et ses 23 catégories, le salon BatiExpo permet de répondre à l'ensemble des projets de l'habitat : construction, rénovation, énergies, aménagement intérieur, décoration, jardin, piscine ... Votre entreprise y trouvera naturellement sa place.



100% Gratuit: Stand, Demandes de devis, Contacts

Un salon et des outils gratuits pour tous : gratuits pour les particuliers et gratuits pour les professionnels de l'habitat afin de maximiser les échanges commerciaux. Cette gratuité totale est rendue possible en utilisant le salon BatiExpo comme un media internet ciblé, financé par son audience et la publicité des fabricants.

Sources : www.batiexpo.com/pro
Consulté le 27-11-2017

Cependant, la conception du stand virtuel (vidéos, plaquette, mise en œuvre, animation en direct ou en différé...) représente un coût que l'on peut estimer à 1 500 € minimum.

Annexe 9 : Salon Rénov'Maison

Extrait du site Rénov'Maison et des tarifs



Pour sa 14ème édition, le Salon évolue et s'agrandit : complément indispensable aux attentes du public, **le nouveau secteur Rénovation de la maison** va permettre de proposer une offre globale « Maison » aux visiteurs ayant un projet d'aménagement

- | | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Agrandissement, surélévation. ▪ Alarmes et sécurité. ▪ Financements. ▪ Diagnostic, géomètre. ▪ Construction de maisons. ▪ Chauffage, climatisation. | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Électricité. ▪ Façades et ravalement. ▪ Isolation. ▪ Menuiserie, portes et fenêtres. ▪ Maçonnerie. ▪ Toiture, couverture. |
|--|--|

5 - Frais d'inscription

Frais d'inscription obligatoire pour chaque exposant **350 € HT**

Ce forfait comprend : • frais de gestion de votre dossier • inscription dans le guide du visiteur et sur le site Internet (login et mot de passe pour accéder à l'espace exposant) • 5 badges exposants et 50 cartes d'invitation • 1 place de parking par exposant

(1) J'ai bien noté que je dois souscrire une assurance « Responsabilité Civile » (Exploitation et Après livraison), une assurance « Tous Risques Exposition » et toute autre jugée utile pour la durée de l'événement.

(2) A ce titre : Je prends ma propre assurance Je souhaite être contacté par un assureur agréé de la SAFIM

(1) Cocher après lecture obligatoire. (2) Cocher une case obligatoirement.

6 - Votre stand

6-1 Stand nu obligatoire pour chaque exposant 143 € HT/m² x m² =

Comprend : • traçage au sol (sans moquette) • 1 numéro de stand au sol

Attention : si vous souhaitez un stand qui n'est pas un îlot, vous devez OBLIGATOIREMENT commander au moins la formule PRE-EQUIPEE de l'aménagement (cf. point 6-2.1 ci-dessous).

NB. Tous les stands NUs doivent être soumis à validation de la SAFIM pour le respect des règles de décoration du Salon.

6-2 Aménagement

Le prix de l'aménagement s'ajoute à celui du stand nu-ci-dessus. Le nombre de m² « Aménagement » doit être égal au m² stand nu ci-dessus.

6-2.1 Formule pré-équipée 12 € HT/m² x m² =

Obligatoire pour tous les stands hors îlot :

Comprend : moquette (coloris défini par la Direction du Salon), cloisons

de séparation recouverts de coton gratté en cas de mitoyenneté (coloris défini par la Direction du Salon).

NB. Vous avez la possibilité de modifier le coloris en passant la commande sur notre plateforme spécialisée (lire point 7, p. 3).

6-2.2 Formule confort 42 € HT/m² x m² =

Comprend : moquette (coloris défini par la Direction du Salon), cloisons de séparation recouverts de coton gratté (coloris défini par la Direction du Salon), raidisseur, traverse haute, 3 spots de 100W (par module de 9m²), enseigne en drapeau indiquant le nom de l'exposant et le numéro de stand.

NB. Vous avez la possibilité de modifier le coloris en passant la commande sur notre plateforme spécialisée

6-3 Electricité – coffret 2200 Watts / 10 Ampères

obligatoire pour chaque exposant **286 € HT**

6-4 Participation à l'élimination des déchets

obligatoire pour chaque exposant 1 € HT/m² x m² =

Annexe 9 (suite) : Salon Rénov'Maison

- Rénov'Maison est un événement qui se déroulera du 24 au 30 Septembre 2018, soit 7 jours.
- L'entreprise AZUR BAIE souhaite exposer sur un stand hors îlot de 9 m².
- 2 commerciaux devront être présents sur le stand durant tout le salon.
- Leur rémunération durant ces 7 jours sera :

Fixe	650 € / commercial
Commissions sur chiffre d'affaires :	
- De 0 à 10 000 €	5 %
- De 10 001 € à 40 000 €	8 %
- De 40 001 € à 80 000 €	12 %
- + de 80 000 €	15 %

- Création de 6 000 imprimés recto/verso afin de présenter la nouvelle gamme de fenêtres aluminium. Coût de l'impression 30 € les 100 imprimés.
- Frais de restauration et animation du stand (cocktail, cadeaux...) : 600 €
- Jean-Yves RIBIOLLET a un objectif de 80 000 € de commandes sur le salon où le taux de marque moyen est de 30 %.

Consulté le 28-11-2017

Nota : Tous les chiffres indiqués sont en HT

Annexe 10 : Nombre d'entreprises dans les Bouches-du-Rhône

Nombre d'entreprises par secteur d'activité dans les Bouches-du-Rhône (au 31 décembre 2015)

	Nombre	%
Ensemble	160 956	100,0
Industrie	8 504	5,3
Construction	19 652	12,2
Commerce, transport, hébergement et restauration	46 621	29,0
Services aux entreprises	46 817	29,1
Services aux particuliers	39 362	24,5

Source : Insee, Répertoire des entreprises et des établissements (Sirene) en géographie au 1^{er} janvier 2016.

Les Entreprises générales du Bâtiment et les façadiers de la zone de chalandise d'AZUR BAIE représentent 12% du secteur de la construction.

Annexe 11 : Fonctionnement de l'équipe commerciale d'AZUR BAIE

L'équipe commerciale est composée de **3 personnes** :

- Mme MAUREL, co-gérante
- Mme COMBAL et vous-même, technico-commerciaux

La co-gérante participe à l'activité commerciale notamment pour les clients à fort potentiel. Elle effectue en moyenne 4 heures de visites par jour et travaille 5 jours par semaine. Elle ne consacre que 2 jours par semaine aux visites. Le temps d'une visite est de 2 heures (trajet compris). Elle a 5 semaines de congés payés et 1 semaine consacrée à des missions diverses.

Les technico-commerciaux effectuent en moyenne 6 heures de visites par jour. Ils travaillent 5 jours par semaine dont 4 jours dédiés aux visites. Le temps d'une visite est de 2 heures (trajet compris). Ils ont 5 semaines de congés payés et 3 semaines consacrées à des missions diverses.

Le portefeuille de l'entreprise comporte 800 clients dont 300 grands comptes. Seuls ces derniers sont visités 1 fois par an.

Les objectifs annuels de M. RIBIOLLET sont :

- 200 prospects particuliers, à raison d'1 visite par an.
- Ainsi que les entreprises générales du bâtiment et façadiers des Bouches du Rhône. Ces prospects professionnels sont à visiter 2 fois par an.

Source : Interne

Annexe 12 : Profil de poste technico-commercial

Poste : Technico-commercial Date : Début 2018	Description
Désignation du poste	Technico-commercial itinérant (H/F), en CDI, sous la subordination du gérant et co-gérant.
Contexte du poste	<ul style="list-style-type: none"> - Secteur géographique : Bouches-du-Rhône. - Type de clientèle : BtoB (entreprises générales du bâtiment et façadiers).
Principales missions confiées	<ul style="list-style-type: none"> - Prospector, entretenir et développer une clientèle de professionnels du bâtiment. - Vendre dans le respect de la stratégie de l'entreprise. - Atteindre les objectifs de marges et de chiffres d'affaires. - Respecter les procédures internes.
Compétences requises	<ul style="list-style-type: none"> - Présentation des produits et de la politique commerciale de la société. - Montage d'opérations promotionnelles et suivi de chantiers. - Suivi du chiffre d'affaires par client. - Relance des clients pour le règlement des factures. - Participation à des salons.
Qualités requises	<ul style="list-style-type: none"> - Formation dans la vente, idéalement un BTS Technico-commercial. - 2 ans d'expérience technico-commerciale, idéalement dans le secteur de l'habitat. - Rigueur et organisation. - Force de persuasion. - Goût de l'effort et du résultat. - Esprit d'équipe.
Conditions d'embauche	<ul style="list-style-type: none"> - Fixe + commissions + primes. - Voiture de fonction. - Résidence dans le département des Bouches du Rhône. - Disponibilité immédiate.

Source : Interne

Annexe 13 : Extraits de candidatures

CANDIDATURE N°1

Expériences professionnelles
2006-2018 Technico-commerciale Société Richardson, distributeur de matériels plomberie/sanitaire <ul style="list-style-type: none">- Vente et prospection B to B.- Participation à des salons.
2005-2006 Vendeuse Go Sport <ul style="list-style-type: none">- Vente de matériels de sport.- Contact clientèle.
Formations
2005 BTS Technico-Commercial. 2003 Bac STI.
Divers
Age : 32 ans, célibataire. Habite à Aix-en-Provence (13). Disponible sous 3 mois. Esprit d'équipe et force de proposition.

CANDIDATURE N°2

Expériences professionnelles
2017-2018 Commerciale Axa Assurances. <ul style="list-style-type: none">- Présentation des produits et de la politique commerciale de la société.- Mise en place d'opérations promotionnelles.
Formations
2017 Bac Pro vente.
Divers
Age : 21 ans, célibataire. Habite à Toulon (83). Disponible immédiatement. Rigoureuse.

CANDIDATURE N°3

Expériences professionnelles
2017-2018 Technico-Commercial Rexel, distributeur de matériels électriques.
2000-2017 Commercial sédentaire Brossette, distributeur de matériels sanitaires.
1995-2000 Vendeur prêt à porter Hugo Boss.
Formations
1994 Bac ES.
Divers
Age : 43 ans, marié. Habite à Marseille (13). Disponible sous 2 mois.

Source : Interne