
Examen professionnel pour spécialistes de vente

Epreuve 4 : étude de cas guidée, mise en œuvre

Nom/prénom _____

Numéro de candidat _____

Date de l'examen _____

Durée de l'examen : 120 minutes

Nombre de points : 48 points

Veillez tenir compte des points suivants :

1. Ce travail compte 12 pages, page de couverture comprise. Veuillez contrôler si vous les avez toutes reçues.
2. Indiquez votre nom et votre numéro de candidat sur l'examen et sur les feuilles de notes éventuelles.
3. Placez les pages de solutions ainsi que d'éventuelles feuilles de notes dans l'enveloppe prévue à cet effet.
4. Les pages de solutions ne doivent d'aucune manière être reliées entre elles.
5. A des fins de lisibilité, la forme féminine des désignations personnelles n'est pas utilisée dans le présent énoncé.

Nous vous souhaitons plein succès.

Tâche

Etude de cas

Vous vous apprêtez à traiter un cas pratique concret. Il se compose de 1 description du cas et de 4 exercices séparés ayant chacun une autre situation initiale. Vous disposez de 120 minutes pour traiter tous les exercices.

Question

Lisez attentivement la description du cas. Elle s'applique à toutes les tâches ci-dessous. Lisez ensuite la situation initiale de l'exercice 1, parcourez les éventuelles annexes et effectuez les tâches. Procédez de la même manière pour les exercices 2 à 4.

Annexes

Annexe 1 : Organigramme de l'organisation de marketing et de vente d'Optec SA

Annexe 2 : Groupes de clients potentiels sur le marché suisse pour les stations de recharge e-Mobility

Annexe 3 : Descriptif des tâches des collaborateurs du service externe

Points

Au maximum 42

Description du cas



L'entreprise

Optec SA est une entreprise de taille moyenne qui emploie près de 40 collaborateurs. Elle propose des solutions système modernes dans le domaine de la gestion énergétique et de la sécurité de l'approvisionnement en électricité des entreprises.

La société est un prestataire de services spécialisé dans la gestion et l'optimisation énergétiques. En employant des appareils de mesure et de contrôle de grande qualité, la société Optec SA offre l'assurance d'une utilisation efficace et sûre de l'énergie.

La société Optec Sàrl a été fondée le 1^{er} août 2000. Elle a été convertie en SA à partir de 2010. En 2015, Optec SA a été vendue au fournisseur et fabricant de matériel électrique Bender et poursuit son activité sous le nom existant.

Optec est l'acronyme de :

Optimisé
professionnel
team spirit
engagé
charismatique

L'entreprise se positionne sur le marché comme une entreprise innovante et compétente qui agit de manière professionnelle, cordiale, serviable et flexible. Optec SA est la bonne adresse lorsqu'il s'agit de mesure, d'analyse et d'optimisation dans le domaine de l'énergie électrique. Les résultats obtenus grâce aux solutions d'Optec permettent aux clients d'Optec de réaliser des économies tout en améliorant la sécurité de leur approvisionnement en énergie.

Prestation de marché

Optec SA propose à sa clientèle B2B des produits et des prestations de services qui nécessitent des explications pour tout ce qui touche à l'énergie électrique. La prestation de marché comprend le conseil global sur le projet, l'analyse et la mise en œuvre. Cela inclut également la distribution d'appareils de qualité ainsi que des programmations spécifiques au client, depuis le premier conseil jusqu'à l'assistance sur place, d'un seul tenant. Le suivi de la clientèle est principalement assuré par les conseillers techniques de vente du service externe. Ils couvrent l'ensemble de la zone de vente correspondant à la Suisse.

Secteurs d'activité, applications et groupes de clients actuels

Secteurs d'activité	Part dans le chiffre d'affaires global 2020 (en %)	Prestations et applications	Groupes de clients actuels
Métrologie 	40	Testeurs de sécurité et appareils de mesure d'énergie stationnaires et mobiles pour surveillance	Centrales électriques, électriciens, installateurs, consommateurs d'énergie en général
Technologie hospitalière 	30	Solutions complètes depuis le répartiteur jusqu'aux affichages d'observation pour une alimentation électrique sûre dans le domaine médical	Hôpitaux, cliniques, homes et établissements médico-sociaux
Technologie de sécurité 	20	Appareils de surveillance pour une alimentation électrique sûre en production	Industrie en général
Gestion énergétique 	5	Solutions d'optimisation de la consommation d'électricité, logiciel et applications pour le monitoring continu du matériel utilisé	Bâtiments publics, gros consommateurs, grands bâtiments comme dans l'hôtellerie
e-Mobility 	5	Stations de recharge pour véhicules électriques sous forme de boîtiers muraux en diverses versions et bornes de recharge	Stations-service électriques

L'e-Mobility est le secteur d'activité le plus récent qu'il faudra faire progresser à l'avenir. Il a déjà été possible de conquérir de nombreux fournisseurs de stations-service. Une analyse montre quels groupes de clients entrent en ligne de compte pour la future prospection de marché (annexe 2).

Les groupes de clients et les prescripteurs actuels (ingénieurs électriciens et planificateurs-électriciens) sont suivis par les collaborateurs techniques du service externe dont les zones de vente sont délimitées géographiquement, ce qui assure un suivi optimal dans l'ensemble de la Suisse.

Le marché

Malgré un produit intérieur brut en hausse, il a été possible de réduire la consommation d'électricité par habitant dans l'ensemble de la Suisse ces dernières années. La consommation par habitant a baissé de 0,8% sur la seule période allant de 2018 à 2019. Ceci s'explique notamment par l'augmentation du nombre de systèmes optimisés en énergie des gros consommateurs.

Les entreprises des secteurs les plus divers ont compris à quel point le potentiel d'économies était important dans le domaine de l'électricité. Des fournisseurs tels qu'Optec SA ont fortement profité de cette tendance ces dernières années, malgré une hausse de la pression de la concurrence.

En 2020, le secteur de l'énergie électrique dans son ensemble a cependant enregistré un léger recul. Lors du confinement, la consommation privée d'électricité a certes augmenté, mais la consommation moyenne globale d'électricité (particuliers et industrie) a reculé de 10 à 20% à l'échelle de la Suisse.

Les gros consommateurs tels que l'hôtellerie ont dû mettre leur activité au ralenti. Les hôpitaux et les cliniques ont dû définir des priorités lors de l'extension de leurs capacités en lits. Les projets d'optimisation énergétique de ces deux groupes de clients ont donc été interrompus.

Le potentiel est important dans le secteur de l'e-Mobility. Le marché enregistre une croissance continue qui s'accompagne d'une hausse des besoins en stations de recharge. Il faut ici conquérir rapidement les groupes de clients les plus intéressants afin d'assurer le succès à long terme.

Objectifs

- D'ici à fin 2021, il faut atteindre une croissance du chiffre d'affaires de 3% pour l'ensemble de l'entreprise.
- Les coûts de distribution doivent être réduits de 8% par an à l'aide de processus et d'instruments numériques au cours des 3 prochaines années.
- Malgré des possibilités de contact parfois limitées (en raison de la pandémie de coronavirus), il faut assurer le suivi des clients existants ainsi que l'acquisition de nouveaux clients pour le futur.
- Le chiffre d'affaires dans le secteur d'activité e-Mobility doit progresser de 15% d'ici à fin 2021.

Défis

Optec SA se voit contrainte d'adapter sa stratégie de vente habituelle en raison de la distanciation sociale. Les visites physiques du service technique externe chez les clients ne sont possibles que dans des cas exceptionnels pendant la crise du coronavirus. Le chef de marketing et de vente accorde une grande importance à une gestion soutenue des contacts existants et à l'acquisition de nouveaux clients, même si les visites physiques ne sont possibles que dans de rares cas. Il faut donc intensifier les contacts et les entretiens de conseil à l'aide des moyens de communication numériques, ce qui se traduit par un ajustement à court terme du suivi de la clientèle. Les processus et les méthodes de travail optimisés pendant la pandémie doivent être repris dans le quotidien de vente normal en tenant compte de la satisfaction des clients.

Situation de travail

Vous avez rejoint l'équipe de prospection de marché en tant que spécialiste de vente et suppléant du chef de marketing et de vente le 4 janvier 2021. Le deuxième confinement a été ordonné alors que vous étiez encore en phase d'intégration. En raison de la pandémie, les collaborateurs du service externe sont principalement en télétravail.

Le chef de marketing et de vente est convaincu que la suppression des temps de trajet permet de gagner des ressources pour le suivi en ligne des clients et qu'il sera possible de réaliser les objectifs ambitieux qui ont été fixés.

Exercice 1

Situation initiale

Malgré la situation extraordinaire liée au coronavirus, la société Optec SA veut renforcer l'acquisition de nouveaux clients dans le secteur d'activité e-Mobility. Et ce, dans le but de compenser le fléchissement du chiffre d'affaires lié à la pandémie dans les autres secteurs d'activité et d'exploiter rapidement le potentiel de croissance. Votre supérieur vous confie le projet « Acquisition de nouveaux clients » pour l'e-Mobility.

Tâche

- 1.1. En plus des stations-service, choisissez les 2 groupes de clients qui vous permettront d'atteindre au mieux les objectifs de chiffre d'affaires fixés pour 2021.
Documentez vos critères de décision et justifiez votre décision en détail.

- 1.2. Définissez 4 informations importantes que vous voulez vous procurer avant un premier contact.
Justifiez votre choix et exposez comment vous obtiendrez ces informations.

Remarque

Annexe 2 : Groupes de clients potentiels sur le marché suisse pour les stations de recharge e-Mobility

Points

Au maximum 12

La prestation est évaluée à l'aide des critères d'évaluation suivants :

1. **Analyse** : les critères adaptés à une acquisition de clients sont choisis de manière cohérente.
2. **Pertinence** : les aspects pertinents en termes de contenu sont pris en compte.
3. **Mise en œuvre** : le potentiel des groupes de clients choisis est évalué de manière réaliste.
4. **Mise en œuvre** : les 4 informations pertinentes font l'objet d'une recherche systématique et efficace.

Exercice 2

Situation initiale

Le chef de marketing et de vente attend de vous que vous trouviez des solutions dans le domaine de l'e-Mobility afin d'acquérir des clients en l'absence de possibilité de visite physique chez les clients. Il lui tient à cœur qu'il s'agisse d'approches durables qui s'intégreront aux processus réglementaires existants et permettront la baisse visée des coûts de distribution.

Tâche

- 2.1 Elaborez une proposition indiquant comment numériser les 3 étapes d'acquisition qui s'effectuaient jusqu'à présent de manière analogique. Documentez les obstacles qui se présentent et la manière de les dépasser.

- 2.2 Revoyez maintenant les processus de vente de manière à ce que les étapes numériques que vous proposez puissent à l'avenir être employées en complément des étapes d'acquisition analogiques existantes. Montrez en outre où vous repérez des économies en matière de coûts. Présentez votre solution de manière claire et convaincante pour votre supérieur.

Points

Au maximum 12

La prestation est évaluée à l'aide des critères d'évaluation suivants :

1. **Conception** : des solutions numériques d'acquisition de nouveaux clients sont développées de manière réfléchie et ciblée.
2. **Pertinence** : le cœur de la question est bien traité.
3. **Exhaustivité** : les aspects liés au contenu sont entièrement couverts.
4. **Méthodologie** : une démarche méthodologiquement judicieuse est choisie.

Exercice 3

Situation initiale

Vous savez que le service technique externe ne peut actuellement pas se rendre chez les clients. Mais, lors de la révision des processus de vente, vous avez noté que les techniciens de service pouvaient continuer à aller et venir chez les clients. Vous avez donc eu l'idée d'intégrer les techniciens de service au processus de vente. Votre supérieur trouve l'idée intéressante et vous prie de contrôler sa faisabilité. Notamment en ce qui concerne le manque de pratique des techniciens du service en matière de vente.

Tâche

- 3.1 Elaborez une proposition concrète montrant comment les techniciens de service pourraient être judicieusement intégrés au processus de vente. Pensez aussi bien aux activités de vente auprès des clients existants qu'à l'acquisition de nouveaux clients.

- 3.2 Pour que le concept de « techniciens de service en tant que vendeurs » fonctionne réellement et rencontre le succès escompté, les techniciens de service doivent suivre une formation de vente simple. Afin de soumettre une base décisionnelle à votre supérieur, établissez un concept de formation simple transmettant les connaissances les plus importantes en matière de vente aux techniciens de service.

Remarque

Annexe 3 : Descriptif des tâches des collaborateurs du service externe

Points

Au maximum 12

La prestation est évaluée à l'aide des critères d'évaluation suivants :

1. **Planification** : des idées rentables sont développées.
2. **Conception** : des solutions prometteuses sont élaborées dans l'esprit d'un service à la clientèle optimal.
3. **Méthodologie** : la procédure est judicieuse du point de vue méthodologique.
4. **Faisabilité** : la proposition de solution est faisable (coûts, organisation, délais).

Exercice 4

Situation initiale

La société Optec SA a des objectifs de qualité clairs. Ils se focalisaient jusqu'à présent principalement sur la configuration d'une expérience client positive ainsi que sur la compréhension personnalisée des besoins des clients et sur la réponse fiable qui est apportée à ces besoins. L'expérience d'achat que les clients percevaient jusqu'ici comme très positive pourrait toutefois pâtir de la numérisation et de l'implication de techniciens de service inexpérimentés en matière de vente. C'est ce qu'il faut éviter.

Tâche

- 4.1 Votre supérieur vous confie pour mission d'identifier les potentiels problèmes de qualité les plus importants de votre point de vue qui peuvent survenir en raison de la numérisation des processus de vente et de l'activité de vente des techniciens de service.

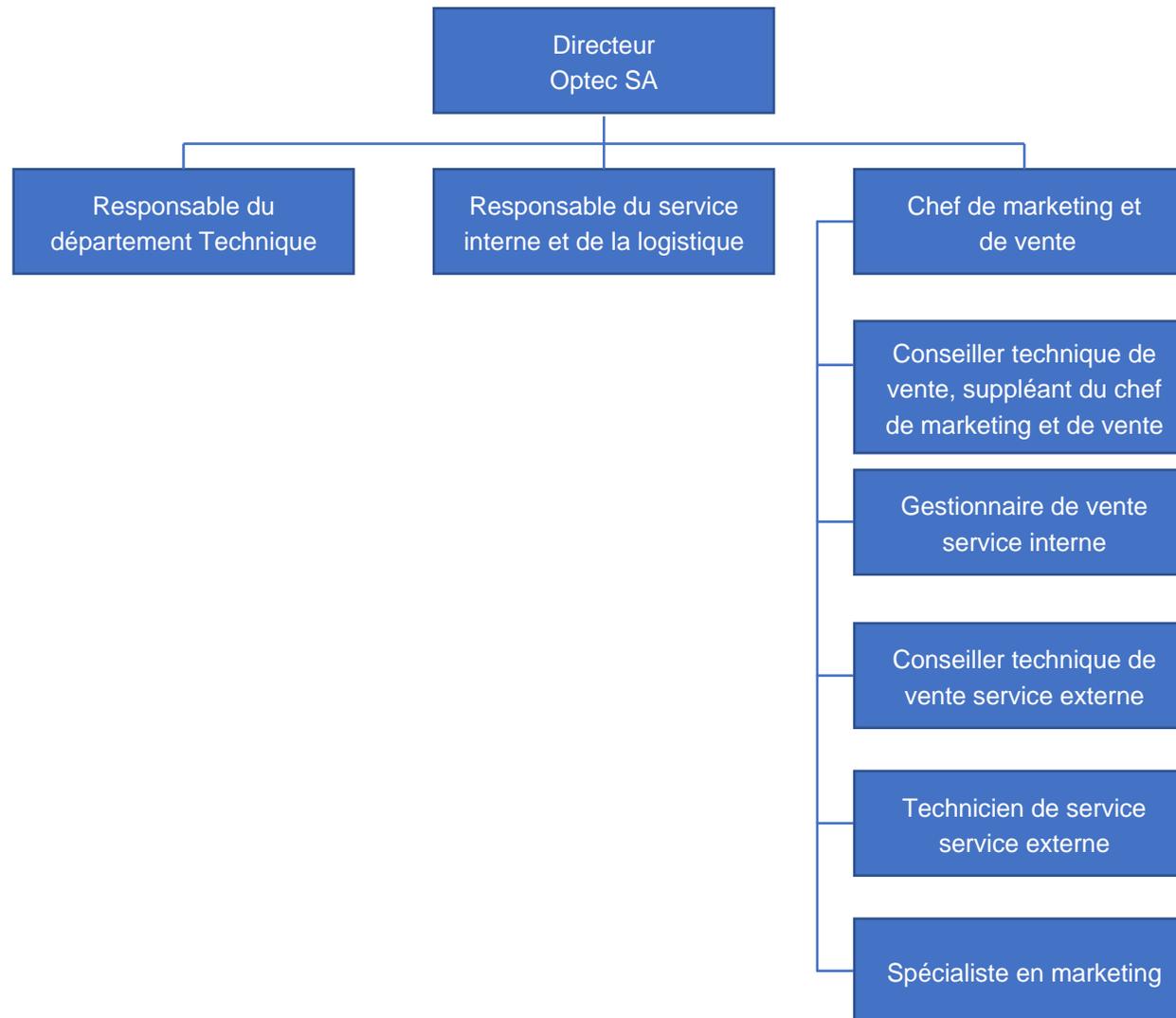
- 4.2 Développez maintenant des mesures concrètes adaptées pour éviter ces problèmes de qualité. Formulez une recommandation de marche à suivre.

Points

Au maximum 12

La prestation est évaluée à l'aide des critères d'évaluation suivants :

1. **Analyse** : des problèmes de qualité pertinents sont repérés.
2. **Planification** : des mesures ciblées sont développées.
3. **Exhaustivité** : les aspects liés au contenu sont entièrement couverts.
4. **Faisabilité** : la proposition de solution du candidat est faisable (coûts, organisation, délais).

Annexe 1 : Organigramme de l'organisation de marketing et de vente d'Optec SA

Annexe 2 : Groupes de clients potentiels sur le marché suisse pour les stations de recharge e-Mobility**Groupes de clients potentiels sur le marché suisse pour les stations de recharge e-Mobility :**

Groupe de clients	Nombre de nouvelles stations de recharge possibles	Nombre de sites	Propension à l'innovation des clients potentiels	Disposition à des investissements à court terme	Pouvoir d'achat investisseur	Contacts existants	Expérience avec le groupe de clients	Intensité de suivi jusqu'à la conclusion	Décideurs
Parkings couverts	4'000	2'000	+++	++	+++	+	+	+++	Investisseurs
Hôpitaux	1'900	1'100	++	+	++	++	+++	+++	Direction
Hôtels	1'200	800	++	+	++	++	+++	++	Direction
Garages automobiles	2'000	1'800	+	+	+	+	+	+	Propriétaires/ direction
Stations-service	3'000	2'500	+++	++	+++	+++	+++	+	Propriétaires
Sociétés immobilières	4'000	2'200	+++	++	+++	+	++	++	Propriétaires
Entreprises (places de stationnement collaborateurs)	5'500	1'200	+++	++	+++	+	+	+	Propriétaires/ direction
Administrations publiques	2'500	1'000	++	+	+++	++	++	++	Regroupements communaux
Maisons à plusieurs logements	10'000	5'000	+++	+	++	+	++	+	Regroupements de propriétaires

Source de données : © wegpunkte.ch

Légende :

+ faible

++ moyen

+++ élevé

Dir. = direction

Annexe 3 : Descriptif des tâches des collaborateurs du service externe

Les tâches des collaborateurs du service externe

- Acquisition de clients (salons, LinkedIn, acquisition à froid, assemblées générales d'associations)
- Présentations de produits
- Contacts avec des ingénieurs et des planificateurs afin que les produits Optec soient repris dans l'appel d'offres des maîtres d'ouvrages
- Etablir des offres
- Suivre les offres (en partie en faisant appel au planificateur, car il sait quel entrepreneur a obtenu le mandat) ; cela permet d'économiser du temps et des ressources de manière décisive
- Procéder à des adaptations si le projet a été modifié
- Livraison
- Mise en service
- Discussions finales