



TFE : Rapport sur le pôle achat, vente



**ACHAT-VENTE
D'UNE ENTREPRISE**

Table des matières

| | |
|---|----------|
| I- Présentation du pôle achat, vente | 3 |
| A- Processus achat, vente | 3 |
| 1. Achat et Vente : deux processus distincts... | 3 |
| a. Achat | 3 |
| b. Vente | 4 |
| 2. ... Mais complémentaires | 4 |
| B- Fiches des métiers du tertiaire | 5 |
| 1. Acheteur | 5 |
| 2. Vendeur | 6 |
| 3. Responsable achat | 7 |
| II-Conception de la base de données | 8 |
| A. Dictionnaire des données | 8 |
| B. Modèle conceptuel des données | 9 |
| C. Modèle Logique des données | 10 |

I- Présentation du pôle

A- Processus achat, vente

Les achats et les ventes sont des opérations quotidiennes au cœur de l'activité des entreprises. Les activités des entreprises concernent toutes les opérations allant de l'achat à l'encaissement des ventes. Cet encaissement d'argent permet à l'entreprise de nouveaux achats. C'est ainsi que nous pouvons introduire la notion de cycle. L'achat et la vente sont deux processus qui sont distincts mais qui sont complémentaires. Afin d'obtenir les informations nécessaires à notre étude, nous avons fait des recherches Internet ainsi qu'une interview d'un professionnel.

1-Achat et Vente : deux processus distincts...

a) Achat

L'achat doit répondre au besoin du client et du futur client. Ce processus regroupe la recherche des fournisseurs à l'aide d'annuaires professionnels, d'Internet ou de fichiers fournisseurs etc. La négociation est un point important à prendre en compte dans l'achat des biens. En effet, une entreprise ne choisit pas aléatoirement son fournisseur, il y a des critères précis à prendre en compte comme par exemple ses prix ou encore ses conditions de règlement. Le devis permet aux entreprises de connaître le prix de la prestation du bien et de comparer les offres des différents fournisseurs. Tant qu'il n'est pas signé par l'entreprise, il n'engage que le fournisseur. Aucune production n'est lancée à ce stade. Le fournisseur se trouve en situation de concurrence et peut être amené à revoir les conditions qu'il a fixées, notamment celles liées au prix, aux délais ou à la qualité.

Une fois le fournisseur sélectionné, la commande est passée via le bon de commande. Celle-ci s'en suit avec une fiche de suivi où l'on peut retrouver par exemple le délai de livraison dessus. Dès l'instant où la commande est réceptionnée, elle est ensuite contrôlée et stockée grâce au bon de livraison et à la fiche de stock.

b) Vente

Le processus de vente débute par la prise d'informations du client. Cette prise d'informations peut se faire par téléphone, mail etc., avec parfois la demande d'un devis. Elle est donc qualifiée comme la première étape du processus de vente. La plupart du temps l'acceptation du devis peut nous conduire à la commande du client. De plus, la vente entraîne des échanges d'informations entre le fournisseur et l'entreprise. Ces échanges sont matérialisés par les différents documents commerciaux tels que le bon de commande qui est un document contenant des informations sur le prix, les quantités, les conditions et les délais de livraison. Mais également le bon de livraison qui est un document établi par le fournisseur et remis aux entreprises au moment de la livraison des produits. Néanmoins, il ne comporte pas de prix. Et enfin, le bon de réception, qui est considéré comme un double du bon de livraison, doit être signé par l'entreprise pour prouver que la livraison a été effectuée.

Gestion des ventes

La gestion des ventes sert à planifier, à organiser et à développer les ventes ainsi que le chiffre d'affaires d'une entreprise. La gestion des ventes permet également d'améliorer la stratégie commerciale. Ce processus de gestion de ventes nécessite l'utilisation de logiciels de gestion commerciale. Ces outils permettent de rendre accessibles toutes les informations dont l'équipe commerciale a besoin.

La stimulation de la force de vente

Pour motiver ses salariés, le directeur commercial applique différents moyens tels qu'un salaire attractif auquel viennent s'ajouter des primes de performance adaptées ou encore un système de gestion des ventes qui notifie toute l'équipe lorsqu'un contrat est signé mais aussi une communication régulière et encourageante pour féliciter les efforts et les réussites, en mentionnant chaque membre de l'équipe.

La gestion des relations avec les clients

La relation avec les clients passe par deux points importants, les informations récoltées sur un contact (nom, prénom, profession, etc.) mais aussi l'historique des interactions avec ce contact, incluant les commentaires positifs ou négatifs. En effet, chaque fiche contact doit recenser les informations de contacts qui permettent de qualifier un client potentiel mais également l'étape à laquelle se trouve le client potentiel (vente, fidélisation, etc.). L'historique des échanges indiquant chaque canal de communication utilisé pour échanger avec le contact tel que le téléphone, l'email etc., est tout de même à prendre en compte. Il faut toujours effectuer un suivi efficace de chaque contact afin d'approfondir ses connaissances sur les profils de la clientèle, les différents comportements d'achats, le volume de vente ou le chiffre d'affaires généré, etc. Tenir une fiche contact à jour permet aux commerciaux de suivre la progression du client potentiel dans les étapes de vente, et de saisir le meilleur moment pour déclencher la vente.

Maîtriser son stock

Afin de gérer l'intégralité de son stock, les entreprises dispose d'un historique des mouvements pour anticiper les ruptures de stock et honorer ses commandes dans les temps. Le responsable des ventes peut suivre l'activité liée à chaque pilier de la gestion des ventes sur un tableau de bord où il y a le ratio stock/vente, l'avancée des ventes effectives par rapport aux révisions, le nombre de contacts prospectés par vendeur etc. Le responsable de l'équipe commerciale peut ainsi connaître son activité commerciale actuelle et effectuer des ajustements en fonctions des résultats obtenus.

2- ...Mais complémentaires

En effet, les processus d'achat et de vente sont liés, c'est-à-dire que si l'entreprise ne vend pas ses biens, elle ne fera pas d'entrées d'argent dans ses caisses. Or, sans entrées d'argent l'entreprise ne peut pas s'approvisionner chez ses fournisseurs et donc ne pourra pas effectuer ses achats. Et sans ses achats l'entreprise ne peut plus vendre, ce qui conduirait à sa perte.

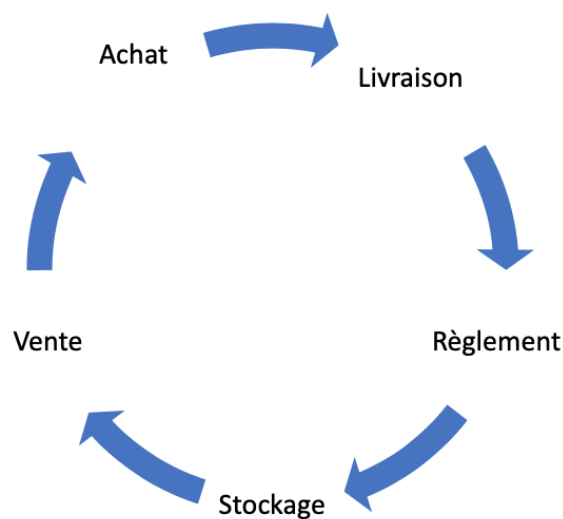


Figure 1-Cycle du processus d'achat/vente

Le cycle d'exploitation aussi appelé le cycle du processus d'achat/vente est un cycle qui montre que les achats et les ventes sont complémentaires et que les achats précèdent les ventes. Cette situation implique un décalage de trésorerie puisque le règlement des achats intervient avant l'encaissement des ventes.

L'entreprise dispose d'un ensemble de documents qui la lie avec ses clients et ses fournisseurs dans ses opérations de vente et d'achat. Certains documents ont plus d'importance que d'autres et sont mêmes obligatoires, comme par exemple la facture. Elle est établie par le fournisseur en deux exemplaires. L'un est destiné à l'entreprise, l'autre est conservé par le fournisseur. La facture doit faire l'objet d'un enregistrement comptable chez l'entreprise en tant qu'achat, et chez le fournisseur en tant que vente. En effet, ces documents obéissent à des règles légales et font l'objet d'un enregistrement dans le journal de l'entreprise. Les documents qui ne sont pas obligatoires sont surtout présents pour la gestion de l'entreprise.

L'entreprise doit gérer ses commandes clients ainsi que ses approvisionnements auprès de ses fournisseurs. Elle doit déclencher à temps sa production pour satisfaire les exigences de ses clients sans se trouver en rupture de stock.

B- Fiches des métiers du tertiaire

1- Acheteur

Quel est le rôle de l'acheteur ?

Le rôle d'un acheteur est d'acheter des produits en grande quantité pour approvisionner le stock du magasin. Une de ses missions est de connaître les caractéristiques des produits achetés. L'acheteur négocie avec les fournisseurs afin d'obtenir les meilleures conditions d'achat : les prix, la quantité et les délais de livraison optimaux. Une autre de ses missions est

d'optimiser le coût de vente du produit, afin d'augmenter le bénéfice. L'acheteur est en relation avec le service marketing et le service comptabilité. Il a un rôle stratégique au sein de l'entreprise, car il est responsable de somme très importante.

Ses principales missions ?

- Déterminer la quantité de produits à acheter en fonction des besoins de l'entreprise
- Lancer des appels d'offres auprès des fournisseurs et sélectionner ceux qui correspondent aux attentes et besoins de l'entreprise
- Négocier avec les fournisseurs en vue d'obtenir le meilleur rapport qualité/prix possible
- S'assurer de la bonne exécution des contrats
- Résoudre les éventuels conflits commerciaux et financiers avec les fournisseurs ;
- Participer à des salons professionnels et nouer des contacts avec des fournisseurs potentiels

Dans quel environnement ?

Le métier de vendeur peut s'exercer dans tous types de domaine (bricolage, loisirs, mode, multimédia, etc.) et de structure (boutique de quartier, chaîne de magasins, usine etc.).

2-Vendeur

Quel est le rôle du vendeur ?

Le rôle d'un vendeur est plus complexe qu'il n'y paraît, d'autant plus qu'il varie selon la structure où il exerce. Il doit non seulement conseiller la clientèle et développer des arguments mais aussi adapter son discours selon les besoins et les hésitations des différents clients.

Un bon vendeur doit être capable d'aider un client à faire un choix qui corresponde à ses attentes ou de ne pas l'inciter à acheter si rien ne lui convient. Le vendeur est également responsable de son rayon, de la présentation, de l'étiquetage et du rangement des articles. Il doit connaître parfaitement les articles, leur fonctionnement (high-tech, outils, etc.) et être capable d'en faire la démonstration. Enfin, certaines structures peuvent lui demander de réaliser l'inventaire des stocks, de passer des commandes ou encore de gérer la caisse.

Ses principales missions ?

Les activités d'un vendeur varient selon le secteur et la structure, mais elles consistent principalement à :

- Disposer les articles dans les rayons,
- Vérifier l'étiquetage des prix,
- Veiller à l'approvisionnement des rayons,
- Accueillir et conseiller les clients,
- Fournir les informations demandées et faire la démonstration des articles si nécessaire,
- Encaisser les paiements,

- Éventuellement, comptabiliser les recettes en fin de journée, vérifier les stocks et passer les commandes.

Dans quel environnement ?

Le métier de vendeur peut s'exercer dans tous types de domaine (mode, multimédia, etc.) et de structure (boutique de quartier, chaîne de magasins, etc.).

3- Responsable Achat

Quel est le rôle du responsable achat ?

Le responsable achats est chargé comme son nom l'indique de toutes les tâches qui impliquent d'acquérir les prestations et le matériel nécessaire pour l'activité de production ou d'une entreprise. Il décide des opérations commerciales comme l'appel d'offres, la sélection, la négociation ou la conclusion des affaires. Le responsable achat peut également diriger une équipe d'acheteurs et d'agents de terrain. Il s'occupe aussi de la logistique et de la gestion des risques tout en conservant une bonne relation avec les fournisseurs et les collaborateurs.

Ses principales missions ?

Le responsable à plusieurs missions les principales sont de maîtriser l'environnement et les missions des achats, sélectionner les fournisseurs ainsi que gérer les risques et les relations internes/externes. Plus précisément :

- Connaître son milieu
- Négocier le prix des produits avec le fournisseur
- Faire du marketing d'achat (connaître les besoins, les contraintes et les risques du marché)
- Faire du sourcing (trouver des fournisseurs)
- Constituer des dossiers afin d'adopter les bons comportements pour réussir l'achat
- Assurer le respect des aspects juridiques des achats
- Assurer la qualité des achats
- Manager une équipe d'acheteur

Dans quel environnement ?

Le métier de responsable achat peut s'exercer dans tous types de domaine (bricolage, loisirs, multimédia, etc.). Le responsable achat dirige une équipe d'acheteur, c'est pour cette raison qu'il exerce dans des structures assez importantes.

II- Conception de la base de données

A-Dictionnaire des données

Le dictionnaire des données décrit les données et permet de réaliser par la suite une base de données relationnelle. Il est utilisé comme première phase à l'information d'un système d'information. Notre base de données sera composée des variables suivantes :

| Propriété | Description | Type | Commentaire | Contraintes, règles de calcul |
|---------------------|-------------------------------------|---------------|--------------------------------|--------------------------------------|
| id_client | Identifiant du client | N (entier) | N° séquentiel | Automatique |
| cli_nom | Nom du client | A | | Obligatoire |
| cli_prenom | Prénom du client | A | | Obligatoire |
| cli_email | Email du client | AN | | Obligatoire |
| cli_tel | Numéro de téléphone du client | AN | | Obligatoire |
| cli_pays | Pays du client | A | | Obligatoire |
| cli_ville | Ville du client | A | | Obligatoire |
| cli_adresse | Adresse du client | AN | N° de rue et nom de la rue | Obligatoire |
| cli_cp | Code Postal du client | AN | | Obligatoire |
| cli_date_de_naissan | Date de naissance du client | Date | Au format JJ/MM/AAAA | Obligatoire |
| cli_sexe | Sexe du client | AN | 1 ou 2 pour homme ou femme | Obligatoire |
| cli_categ | Catégorie du client | A | | Obligatoire |
| cli_taille | Taille physique du client | AN | | Obligatoire |
| cli_profession | Profession du client | A | | Obligatoire |
| id_factureC | Identifiant de la facture du client | N (entier) | N° séquentiel | Automatique |
| factC_date | Date de la facture du client | Date | Au format JJ/MM/AAAA | Obligatoire |
| factC_numero | Numéro de la facture du client | AN | | Obligatoire |
| id_commande | Identifiant de la commande | N (entier) | N° séquentiel | Automatique |
| com_datepasse | Date du passage de la commande | Date | Au format JJ/MM/AAAA | Obligatoire |
| com_numero | Numéro de la commande | AN | | Obligatoire |
| com_dateprevu | Date prévue de la commande | Date | Au format JJ/MM/AAAA | Obligatoire |
| com_remise | Remise sur la commande | N (monétaire) | | Obligatoire |
| com_montant | Montant de la commande | N (monétaire) | | Obligatoire |
| com_bon | Bon de la commande | AN | | Obligatoire |
| com_bonlivraison | Bon de livraison de la commande | AN | | Obligatoire |
| com_bonrecep | Bon de reception de la commande | AN | | Obligatoire |
| id_produit | Identifiant du produit | N (entier) | N° séquentiel | Automatique |
| prod_ref | Référence du produit | AN | | Obligatoire |
| prod_pu | Prix unitaire du produit | N (monétaire) | | Obligatoire |
| prod_remise | Remise sur le produit | N (monétaire) | | Obligatoire |
| id_suivi | Identifiant du suivi | N (entier) | N° séquentiel, N° de livraison | Automatique |
| suivi_etape | Etape du suivi | A | Commande validée, annulée ... | Obligatoire |
| suivi_date | Date du suivi | DATE | Au format JJ/MM/AAAA | Obligatoire |
| suivi_pays | Pays | A | | Obligatoire |
| suivi_ville | Ville | A | | Obligatoire |
| suivi_cp | Code postal | AN | | Obligatoire |
| suivi_lieu | Nom du lieu (entreprise) du suivi | AN | | Obligatoire |
| id_devis | Identifiant du devis | N (entier) | N° séquentiel | Automatique |
| devis_numero | Numéro du devis | N (entier) | | Obligatoire |
| devis_quantite | Quantité de produit dans le devis | N (entier) | | Obligatoire. > 0 |
| devis_montant | Montant du devis | N (monétaire) | | Obligatoire |
| devis_tva | TVA du prix devis | N (monétaire) | | Obligatoire |
| devis_montantht | Montant hors taxes du prix du devis | N (monétaire) | | Somme (devis_montant*devis_quantité) |
| id_fourni | Identifiant du fournisseur | N (entier) | N° séquentiel | Automatique |
| fourni_nom | Nom du fournisseur | A | | Obligatoire |
| fourni_pays | Pays du fournisseur | A | | Obligatoire |
| fourni_ville | Ville du fournisseur | A | | Obligatoire |
| fourni_categ | Catégorie du fournisseur | A | | Obligatoire |
| fourni_tel | Numéro de téléphone du fournisseur | AN | | Obligatoire |
| fourni_email | Email du fournisseur | AN | | Obligatoire |
| fourni_adresse | Adresse du fournisseur | AN | N° de rue et nom de la rue | Obligatoire |
| fourni_cp | Code postal du fournisseur | AN | | Obligatoire |
| id_factureF | identifiant de la facture | N (entier) | N° séquentiel | Automatique |
| factF_date | Date de la facture | AN | Au format JJ/MM/AAAA | Obligatoire |
| factF_numero | Numéro de la facture | N (entier) | | Obligatoire |

Type de données :

A : Alphabétique soit composé uniquement de caractères

AN : Alphanumérique soit composé de caractères et de chiffres

N : Numérique soit composé uniquement de chiffres

DATE : date au format JJ/MM/AAAA

Ces données sont celles qui seront utilisées dans une MCD.

B- Le Modèle Conceptuel des Données

Le modèle conceptuel des données (MCD) est utilisé pour avoir les données décrites de façon formelle et qui seront utilisées dans le système d'information de l'entreprise. Les données sont représentées sous forme d'entités et ont des associations. Tout objet concret ou abstrait ayant une existence propre et conforme aux besoins de gestion de l'organisation prend alors le nom d'entité.

Nos deux entités principales sont Client et Fournisseur qui correspondent directement au pôle Achat/Vente. Ensuite, viennent les autres entités qui représentent le lien entre-elles comme la commande et les factures. Une entité est caractérisée par des propriétés qui la composent. Par exemple, Les propriétés de Client sont cli_email, cli_ville etc.

Sur notre MCD, nous pouvons lire que le client passe une ou plusieurs commandes, d'un ou plusieurs produits. Une remise peut être effectuée, puis une facture est envoyée par l'entreprise, suite à la confirmation de la commande au client. Puis, le suivi de la commande est lié à cette dernière par son statut.

Le fournisseur envoie un devis, qui engendre une commande. De cette commande peut découler une remise sur le ou les produits commandés. Puis, suite à la validation de la commande, l'entreprise reçoit une facture de la part du fournisseur. De même que pour le client, le suivi de la commande est donné avec son statut.

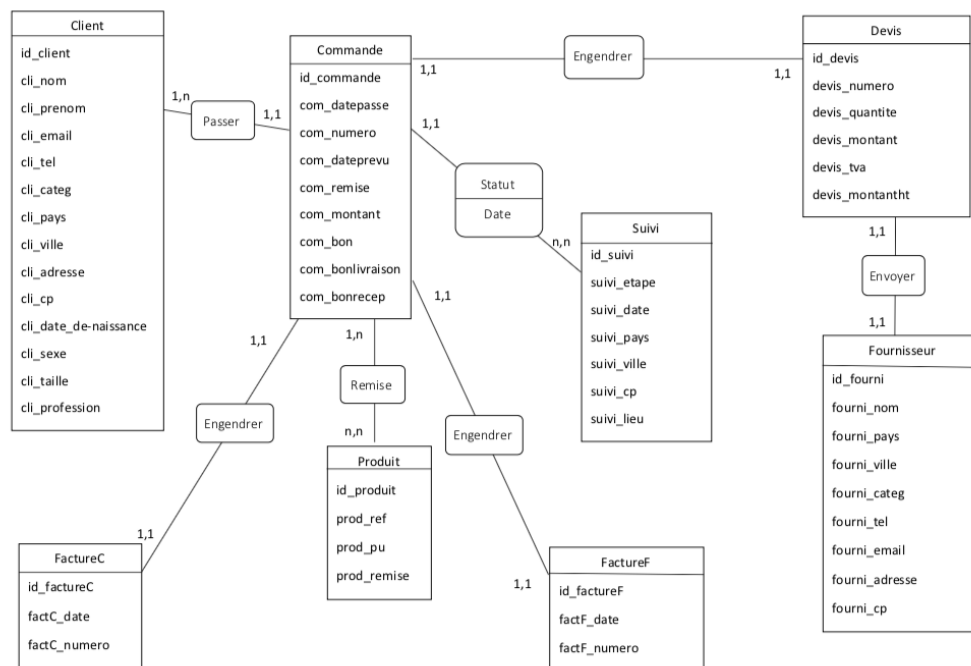


Figure 2-Modèle Conceptuel des données

On peut avoir plusieurs classes d'associations sur les mêmes classes d'entités.

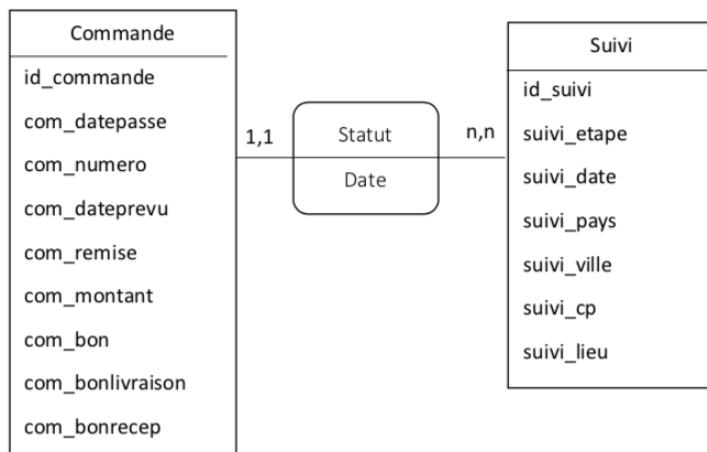


Figure 3- Modèle Conceptuel de la commande et du suivi

Dans cette première solution, statut et date ne sont pas des entités mais des associations. Elles existent tant que la commande et le suivi existent. Ce peut être le Système d'information du domaine 'fabrication' : on a juste besoin de savoir que les commandes peuvent avoir plusieurs statuts à une date précise. Par exemple Une commande A peut avoir le statut « commande validée » le jeudi mais le vendredi le statut peut être « commande annulée » en cas d'annulation de la commande. En fonction du statut, il y a un suivi. Par exemple, le jeudi le statut est « commande validée » car la commande est validée et donc, entre en jeu son suivi qui sera « en cours de préparation » à une date donnée, par exemple.

C- Le Modèle Logique des Données

Le modèle logique des données (MLD) est la réalisation du mcd en langage approprié pour les ordinateurs. En effet, il permet de modéliser les données telles qu'elles seront représentées dans la future base de données. Pour créer un MLD, il faut utiliser un Système de Gestion de Base de Données (SGBD). Celui utilisé dans ce projet est MySQL. Ce logiciel est un système de gestion de base de données relationnelles qui utilise le langage SQL (Structured Query Language). Pour construire notre MLD, nous avons suivi des règles de passage précise. On a transformé les entités du MCD en table sur MySQL grâce à l'outil "Add Table". Les identifiants et les propriétés des entités sont donc devenus des clés primaires et des attributs lors de la saisie des entités sur le logiciel. Puis, en fonction des cardinalités du MCD, nous avons fait différents choix. Soit celui de créer une clé étrangère qui référence la clé primaire de la table en relation, soit créer une table dont la clé primaire correspond aux clés étrangères des tables qui lui sont liées. Afin de rendre le MLD visuel, nous avons utilisé l'outil "Add Diagram" et utiliser les outils mis à notre disposition pour finaliser notre MLD. Par exemple, pour la table "Commande" l'identifiant "id_commande" est devenu la clé primaire de la table, et chaque propriété est devenue un attribut non nul. Comme cette table est en relation avec d'autres tables, elle possède plusieurs clés étrangères : "id_factureC", "id_factureF" et "id_devis".

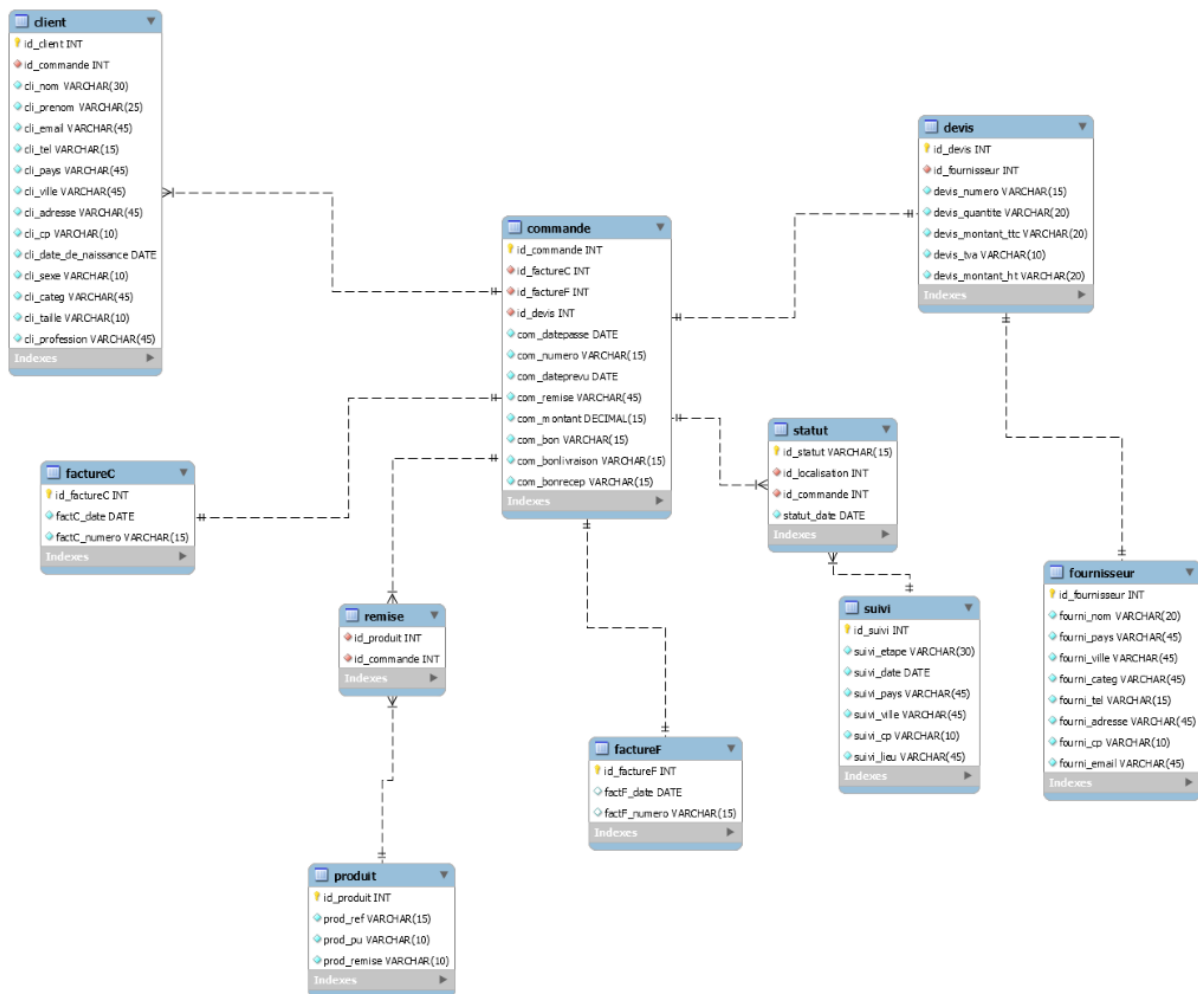


Figure 4 -Modèle Logique des données

Bibliographie

Page de couverture :

Photo, Vigiquebec, <https://www.vigiquebec.com/le-contenu-du-contrat-dachat-vente/>

Fiche métier :

Fiche métier : Responsable Achats, CEGOS, <https://www.egos.fr/fiches-metiers/les-metiers-des-achats/fiche-metier-le-responsable-achats>

Métier du tertiaire Vendeur, <https://www.manpower.fr/vendeur>

Acheteur/euse, ONISEP, <http://www.onisep.fr/Ressources/Univers-Metier/Metiers/acheteur-acheteuse>

Dictionnaire des données :

Le dictionnaire des données, BTS CGO 1ère année P10, http://perso.modulonet.fr/~placurie/Ressources/BTS1Cgo1/Chap_6_Dictionnaire_des_donnees.pdf

Initiation à la conception de bases de données relationnelles avec MERISE, Idriss NEUMANN, <https://ineumann.developpez.com/tutoriels/merise/initiation-merise/#LII-B>

MCD :

MERISE - Modèle conceptuel des données, Comment ça marche, <https://www.commentcamarche.net/contents/659-merise-modele-conceptuel-des-donnees>

MLD :

Elaboration d'un Modèle Logique de Données Relationnel (MLD-R), de Bernard ESPINASSE, lsis.org, <http://www.lsis.org/espinasseb/Supports/BD/ER-Relationnel-4p.pdf>

Base de données : Passage du MCD au MLD, de Philippe Chochois, [www-igm.univ-mlv.fr, http://www-igm.univ-mlv.fr/~chochois/RessourcesCommunes/BDD/Modelisation/coursMLD.pdf](http://www-igm.univ-mlv.fr/~chochois/RessourcesCommunes/BDD/Modelisation/coursMLD.pdf)

Achat /vente :

Achat /vente, <http://www.network-counsels.com/cours-internet-lmn/cours-formation-lycee-terminale-gestion-finance-chapitre3.asp>

Achat _vente du devis au règlement, <https://www.maxicours.com/se/cours/le-processus-achat-vente-du-devis-au-reglement/>

Annexes

