



# Rapport de stage

SAS OUIGLASS

DU 17 AU 28 FÉVRIER 2025

---

LINE LESPERANCE

TC1 GROUPE C



<b>I. Contexte et déroulement du stage.....</b>	<b>3</b>
<b>II. Découverte clients et prospects.....</b>	<b>4</b>
1. L'arrivée des clients.....	4
2. La gestion de la relation client.....	4
3. Une implication indirecte dans la relation client.....	5
4. Théorie vs Réalité : l'adaptation nécessaire.....	5
<b>III. Conclusion et remerciements.....</b>	<b>6</b>



## I. Contexte et déroulement du stage

Dans le cadre de ma première année de BUT Techniques de Commercialisation, j'ai effectué un stage du 17 février 2025 au 28 février 2025 au sein de l'entreprise Ouiglass, située en Guyane.

Ce stage devait initialement porter sur la vente et la négociation commerciale, mais en raison de l'organisation interne et de l'absence du gérant, j'ai été affectée au service administratif aux côtés de la secrétaire.

Ouiglass est une entreprise spécialisée dans le remplacement et la réparation de vitrages automobiles (pare-brise, vitres latérales, lunettes arrière). Elle fonctionne sous forme de franchise et appartient à un réseau national, bénéficiant ainsi d'une reconnaissance importante tout en conservant une dimension locale forte.

L'agence où j'ai réalisé mon stage est de petite taille, composée du gérant, de deux techniciens dont un étant le manager et d'une secrétaire. L'ambiance est conviviale et les missions sont variées, ce qui m'a permis de m'intégrer rapidement malgré la spécificité des tâches confiées.

Mes horaires étaient classiques : de 8h à 16h avec une pause méridienne. Durant ces deux semaines, j'ai participé à plusieurs missions administratives essentielles : réalisation et envoi de factures, gestion de courriers recommandés pour les mises en demeure, numérisation et classement de documents administratifs (déclarations, cessions de créance), ainsi qu'à quelques échanges téléphoniques avec les clients.

Bien que ce stage n'ait pas totalement correspondu à mes attentes initiales axées sur la vente directe, il m'a offert une immersion dans la gestion administrative et la relation client au sein d'une petite entreprise locale.



## II. Découverte clients et prospects

Pendant mon stage chez Ouiglass, j'ai pu observer différentes méthodes de gestion de la clientèle, ainsi que la manière dont l'entreprise assure sa visibilité et développe son portefeuille de clients. Même si je n'ai pas directement participé à la prospection commerciale, mon immersion dans l'environnement administratif m'a permis de comprendre les stratégies de fidélisation et d'acquisition utilisées.

### 1. L'arrivée des clients : la force du partenariat et du bouche-à-oreille

Chez Ouiglass, l'acquisition de nouveaux clients repose principalement sur deux leviers majeurs :

- Le partenariat avec les compagnies d'assurance : En tant que prestataire agréé, Ouiglass est recommandé aux assurés ayant subi un dommage sur leur véhicule. Ce partenariat constitue une source importante de clientèle régulière.
- Le bouche-à-oreille local : En Guyane, la proximité et la confiance jouent un rôle essentiel. Les clients satisfaits deviennent ainsi les premiers ambassadeurs de l'entreprise, en recommandant Ouiglass à leur entourage.

Il y a également de la prospection active classique (porte-à-porte principalement) pour attirer de nouveaux clients.

### 2. La gestion de la relation client : une rigueur indispensable

Mon rôle auprès de la secrétaire m'a permis de comprendre que la qualité de la relation client repose autant sur l'échange humain que sur la rigueur administrative.

Dès qu'un client est pris en charge, un dossier complet est constitué : déclaration de sinistre, carte grise, justificatif d'identité, extrait Kbis pour les entreprises, et parfois cession de créance.

L'ensemble des documents est ensuite scanné, archivé et envoyé via des canaux adaptés :

- **Facturation via Chorus** pour les clients publics,
- **Courriers recommandés** pour les relances et mises en demeure,
- **Contact téléphonique** pour les suivis simples.

La relance client fait également partie intégrante du processus. Si un paiement tarde, une mise en demeure est envoyée, toujours dans un ton professionnel et respectueux. Cela montre l'importance du suivi après la prestation pour garantir la satisfaction client et assurer la trésorerie de l'entreprise.

### 3. Une implication indirecte dans la relation client

Même si je n'ai pas mené de négociation commerciale directe, j'ai eu l'occasion d'interagir avec certains clients par téléphone. Ces appels, souvent destinés à confirmer des rendez-vous ou compléter des dossiers, m'ont permis de comprendre l'importance :

- D'un accueil chaleureux et professionnel,
- De la clarté dans les explications,
- De la réactivité face aux demandes.

Chaque contact, même bref, est l'occasion de renforcer la satisfaction client et d'entretenir une image sérieuse et professionnelle de l'entreprise.

### 4. Théorie vs Réalité : l'adaptation nécessaire

En cours, nous avons étudié des méthodes structurées de conquête client, comme :

- La méthode du 4x20 (20 premiers mots, 20 premières secondes, 20 premiers pas, 20 centimètres de distance) pour capter l'attention du prospect,
- La méthode FOCA (Formuler, Observer, Comprendre, Approuver) pour découvrir les besoins profonds du client.

Dans la pratique chez Ouiglass, ces approches ne s'appliquent pas directement à la prospection initiale, mais elles peuvent trouver leur utilité dans la relation d'accueil et le suivi client :

- Être souriant et précis dès le premier contact téléphonique,
- Reformuler les besoins pour éviter les erreurs,
- Valider avec le client les étapes du traitement de son dossier.

Ainsi, même sans être en situation de prospection active, j'ai constaté que les techniques commerciales apprises en cours peuvent être utiles dans d'autres interactions professionnelles.

### III. Conclusion et remerciements

Ce stage m'a permis de découvrir la gestion administrative d'une entreprise ainsi que l'importance de l'organisation dans la relation client. Même si mes missions étaient différentes de ce que j'attendais initialement, elles m'ont permis de développer des compétences précieuses, notamment en gestion de dossiers, communication professionnelle et suivi client.

Grâce à l'observation du fonctionnement d'autres structures gérées par le même entrepreneur (location de voitures, restauration rapide), j'ai également pu mieux comprendre la réalité d'une activité multi-entreprises en Guyane.

Ce stage a renforcé mon intérêt pour la gestion d'entreprise et m'a donné envie de continuer à développer mes compétences en logistique et en organisation.

Je tiens à remercier chaleureusement Melinda ALAMIJAWARI, qui a pris le temps de m'encadrer, de me confier des missions variées, et de me transmettre son savoir-faire tout au long de ces deux semaines de stage.

Je remercie également monsieur Arnaud FULGENCE pour m'avoir permis de découvrir différents aspects du monde entrepreneurial malgré son absence physique. Leur confiance et leur bienveillance ont grandement contribué à rendre cette expérience formatrice et enrichissante. Leur confiance et leur bienveillance ont grandement contribué à rendre cette expérience formatrice et enrichissante.