

Eaux Vives

les conditions d'achat

12

Quels sont les critères qui feront que le client achètera dans de bonnes conditions ?

Bon vendeur

Offre > Demande

Délais de paiement attractifs

Respect

des parts de marché des marques

SAV attractif

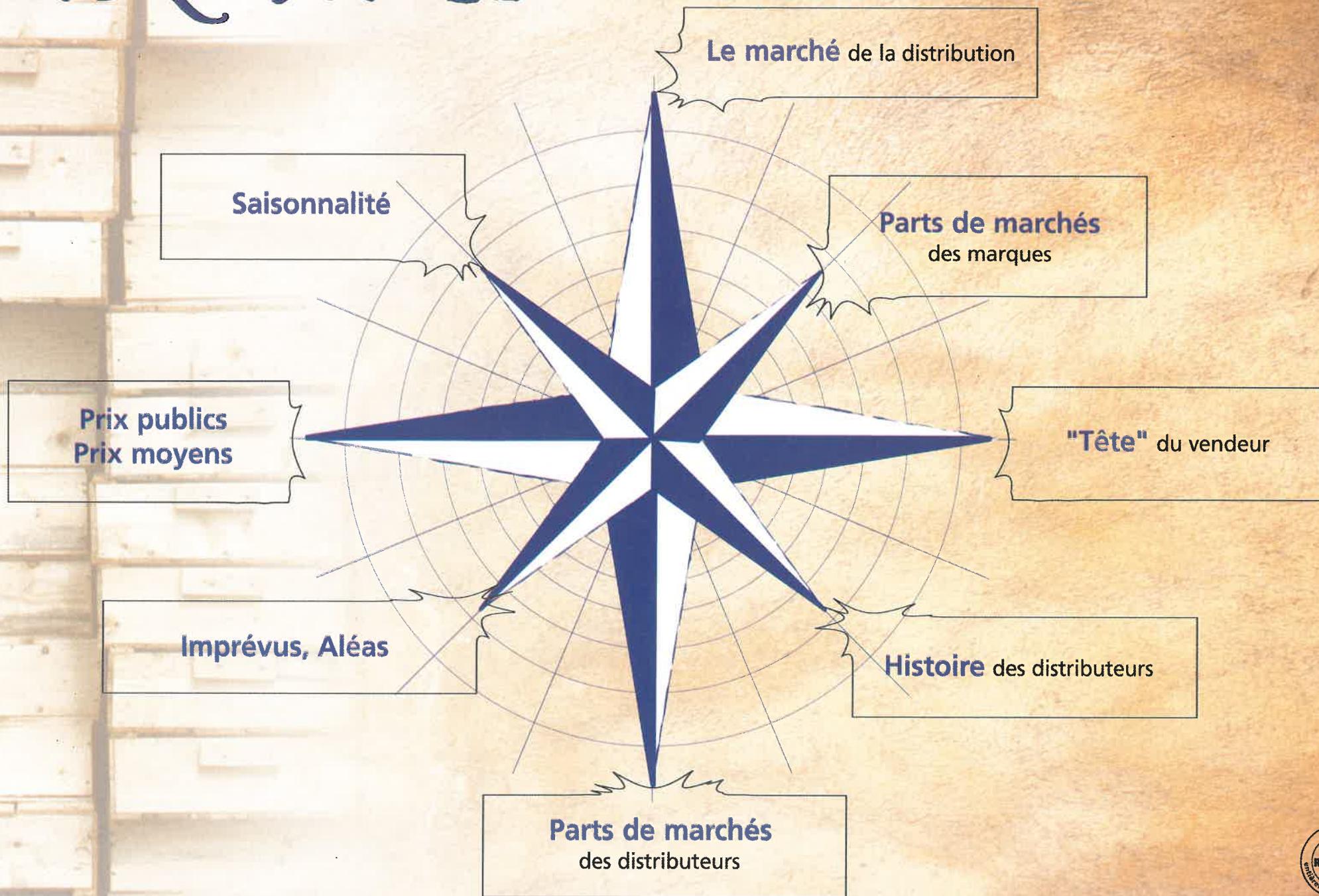
Prix attractifs

Pub attractive

Eaux Vives

la Météo

13



les Prix publics de vente par marque

14

PRIX KA D'EAU

	BAIGNOIRE	DOUCHE	SPA	Pisc HS	4X8	5X10	Pisc SM
N - 4	490	1550	9850	1000	14500	17500	30000
N - 3	480	1500	9800	1000	14500	17500	29500
N - 2	480	1500	9800	1000	14500	17500	29500
N - 1	480	1500	9800	1000	14500	18000	29500
N	500	1500	10000	1000	15000	18000	30000

PRIX STYL'EAU

	BAIGNOIRE	DOUCHE	SPA	Pisc HS	4X8	5X10	Pisc SM
N - 5	900	3150	24000	3400	17000	21000	44500
N - 4	1100	3300	25000	3550	18000	22000	45000
N - 3	950	3150	24000	3400	17000	21000	44500
N - 2	950	3150	24500	3400	17000	21000	44500
N - 1	950	3250	24500	3450	17000	21500	45000
N	1000	3250	25000	3500	17500	21500	45000

PRIX EAU ZONE

	BAIGNOIRE	DOUCHE	SPA	Pisc HS	4X8	5X10	Pisc SM
N - 5	550	1750	11000	1100	16000	19000	35500
N - 4	600	1900	12500	1200	17500	20000	36500
N - 3	550	1750	11500	1100	16000	19500	35500
N - 2	550	1750	12000	1150	16000	19500	35500
N - 1	600	1800	12000	1150	17000	20000	36000
N - 5	600	1800	12000	1200	17000	20000	36000

PRIX D'EAU FINE

	BAIGNOIRE	DOUCHE	SPA	Pisc HS	4X8	5X10	Pisc SM
N - 5	1350	4900	39000	5700	19000	24500	58000
N - 4	1600	5000	41000	6000	20000	25500	61000
N - 3	1400	4900	39000	5700	19000	24500	58000
N - 2	1450	4900	39000	5700	19500	24500	58000
N - 1	1500	4850	40000	5800	19500	24500	58000
N	1500	5000	40000	6000	20000	25000	60000



PRIX PUBLICS MOYENS

	N - 5	N - 4	N - 3	N - 2	N - 1	N
BAIGNOIRE	1039	1058	876	860	861	850
DOUCHE	3675	3252	2926	2830	2770	2712.5
SPA	28555	24852	21830	21318	20800	20250
PISCINE HS	4075	3427	2945	2822	2736	2675
4X8	17666	17743	16900	16552	16968	17125
5X10	22078	21588	20950	20725	20381	20775
PISC SM	45625	46133	43889	38050	42555	41181

SAISONNALITÉ

EN %	PÉRIODE 1	2	3	4	TOTAL
BAIGNOIRE	20	30	25	25	100
DOUCHE	25	25	25	25	100
SPA	30	20	25	25	100
PISCINE HS	20	60	10	10	100
4X8	20	60	10	10	100
5X10	20	60	10	10	100
PISC SM	20	60	10	10	100

MARCHÉ DE LA DISTRIBUTION

	N - 5	N - 4 (*)	N - 3	N - 2	N - 1	N	N + 1	N + 2
BAIGNOIRE	295	700	329	300	349	400	350 à 750	380 à 410
DOUCHE	90	100	114	139	160	200	90 à 250	180 à 220
SPA	54	140	60	55	60	80	55 à 150	75 à 90
PISCINE HS	109	240	124	109	114	120	110 à 220	100 à 130
4X8	56	109	60	57	62	60	60 à 115	55 à 75
5X10	38	74	40	40	38	40	40 à 80	35 à 45
PISC SM	8	15	9	10	9	11	10 à 20	8 à 12

(*) à noter : en N - 4 = canicule

l'Historique des quantités vendues : Distributeurs

16

TITANIC

	BAIGNOIRE	DOUCHE	SPA	Pisc HS	4X8	5X10	Pisc SM
N-5	o	o	o	o	11	6	o
N-4	o	o	o	o	22	15	1
N-3	o	o	o	o	15	8	1
N-2	o	o	o	o	17	10	o
N-1	o	o	o	o	19	11	o
N	o	o	o	o	21	14	1

PAGEOT

	BAIGNOIRE	DOUCHE	SPA	Pisc HS	4X8	5X10	Pisc SM
N-5	o	o	o	o	20	13	2
N-4	o	o	o	o	37	25	3
N-3	o	o	o	o	21	14	2
N-2	o	o	o	o	19	13	3
N-1	o	o	o	o	21	13	2
N	o	o	o	o	21	14	2

NOUVELLE VAGUE

	BAIGNOIRE	DOUCHE	SPA	Pisc HS	4X8	5X10	Pisc SM
N-5	o	o	o	o	17	13	2
N-4	o	o	14	31	33	22	3
N-3	o	o	9	6	15	12	2
N-2	o	o	o	o	11	10	3
N-1	o	o	o	o	12	8	3
N	o	o	o	o	9	6	4

l'Historique des quantités vendues : Distributeurs

17

LORENZO

	BAIGNOIRE	DOUCHE	SPA	Pisc HS	4X8	5X10	Pisc SM
N-5	0	0	0	0	8	6	4
N-4	35	5	14	0	17	12	8
N-3	16	17	6	0	9	6	4
N-2	24	18	11	0	10	7	4
N-1	35	16	12	0	10	6	4
N	40	20	24	0	9	6	4

EAUCHAMP

	BAIGNOIRE	DOUCHE	SPA	Pisc HS	4X8	5X10	Pisc SM
N-5	295	81	49	38	0	0	0
N-4	595	80	91	73	0	0	0
N-3	264	86	39	41	0	0	0
N-2	225	91	36	38	0	0	0
N-1	227	104	42	34	0	0	0
N	240	130	40	36	0	0	0

BRICOSUB

	BAIGNOIRE	DOUCHE	SPA	Pisc HS	4X8	5X10	Pisc SM
N-5	0	9	5	71	0	0	0
N-4	70	15	21	136	0	0	0
N-3	49	11	6	77	0	0	0
N-2	51	30	8	71	0	0	0
N-1	87	40	6	80	0	0	0
N	120	50	16	84	0	0	0

IHistorique des quantités vendues : Grossistes

18

"RADEAU LOISIRS"

	BAIGNOIRE	DOUCHE	SPA	Pisc HS	4X8	5X10	Pisc SM
N-5	29	9	5	10	5	3	1
N-4	70	10	14	21	11	7	2
N-3	33	11	6	11	6	3	1
N-2	30	14	5	11	5	4	1
N-1	35	16	6	11	6	3	1
N	40	20	8	12	6	4	1

"CACHALEAU ET CIE"

	BAIGNOIRE	DOUCHE	SPA	Pisc HS	4X8	5X10	Pisc SM
N-5	38	18	10	20	10	6	2
N-4	140	20	28	42	22	14	4
N-3	66	22	12	22	12	6	2
N-2	60	28	10	22	10	8	2
N-1	70	32	12	22	12	6	2
N	80	40	16	24	12	8	2

"BARDEAU ET FILS"

	BAIGNOIRE	DOUCHE	SPA	Pisc HS	4X8	5X10	Pisc SM
N-5	177	54	32	65	34	22	6
N-4	420	60	84	126	66	45	12
N-3	198	69	36	70	36	23	6
N-2	180	84	33	66	34	24	6
N-1	210	96	36	69	37	22	6
N	240	120	48	72	36	24	6

"ACCORD'EAU"

	BAIGNOIRE	DOUCHE	SPA	Pisc HS	4X8	5X10	Pisc SM
N-5	29	9	5	10	5	3	1
N-4	70	10	14	21	11	7	2
N-3	33	11	6	11	6	3	1
N-2	30	14	5	11	5	4	1
N-1	35	16	6	11	6	3	1
N	40	20	8	12	6	4	1

les Prix de revient et tarifs des Marques

KA D'EAU

PRODUITS	TARIF	PRIX DE REVIENT DE LA MARQUE
Baignoire	300 €	150 €
Douche	900 €	450 €
SPA	6000 €	3000 €
Pisc HS	600 €	300 €
4X8	9000 €	4500 €
5X10	10800 €	5400 €
Pisc SM	18000 €	9000 €

EAU ZONE

PRODUITS	TARIF	PRIX DE REVIENT DE LA MARQUE
Baignoire	360 €	180 €
Douche	1080 €	540 €
SPA	7200 €	3600 €
Pisc HS	720 €	360 €
4X8	10200 €	5100 €
5X10	12000 €	6000 €
Pisc SM	21600 €	10800 €

STYL'EAU

PRODUITS	TARIF	PRIX DE REVIENT DE LA MARQUE
Baignoire	600 €	300 €
Douche	1950 €	975 €
SPA	15000 €	7500 €
Pisc HS	2100 €	1050 €
4X8	10500 €	5250 €
5X10	12900 €	6450 €
Pisc SM	27000 €	13500 €

D'EAU FINE

PRODUITS	TARIF	PRIX DE REVIENT DE LA MARQUE
Baignoire	900 €	450 €
Douche	3000 €	1500 €
SPA	24000 €	12000 €
Pisc HS	3600 €	1800 €
4X8	12000 €	6000 €
5X10	15000 €	7500 €
Pisc SM	36000 €	18000 €

Eaux Vives

la Navigation astro

20

Classement :

trésorerie 50% - rentabilité 30%
évolution parts de marché } 20%
et volume de CA }

Les parts de marché :

outil de construction des objectifs
généraux ou par produit.

Les parts de marché :

positionnement d'une entreprise
sur un marché et mesure de
son évolution.

La rentabilité : $MN > 0$

$$MB = BV - BA \pm (\text{variation du stock})$$
$$MB - \text{Frais} = MN$$

Gérer les frais :

- frais généraux - pub
- SAV - Frais commerciaux
- etc...

Les prix :

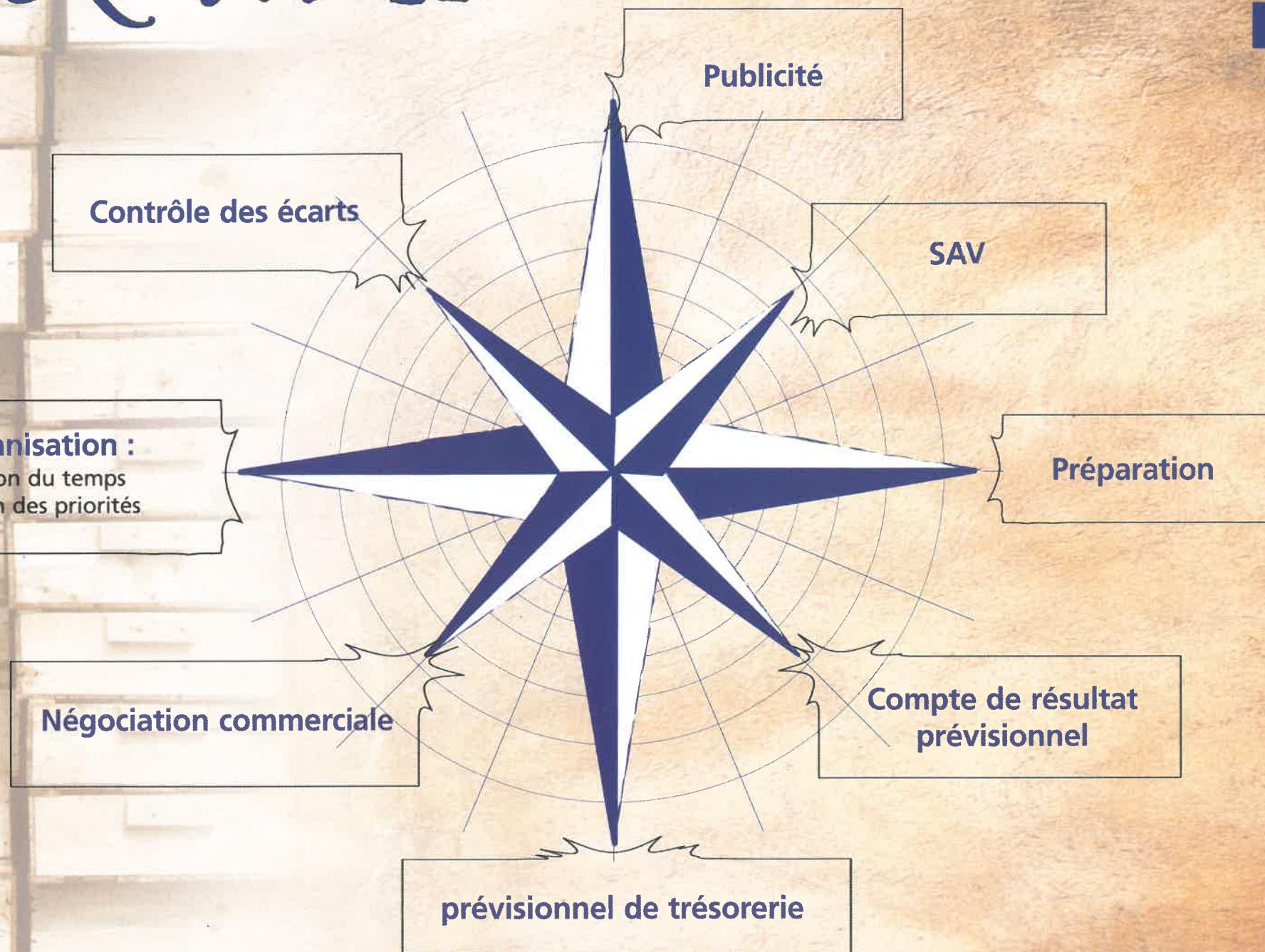
- couverture des coûts,
levier de la rentabilité.
- positionnement stratégique
sur le marché.

Les délais de paiement :

décaissement - encaissement

La trésorerie

- encaisser le plus tôt possible mes clients et payer
le plus tard possible mes fournisseurs.
- vendre le plus cher possible et acheter le moins
cher possible.
- avoir le moins de stock possible.



les Comptes de résultats et trésorerie prévisionnels

22

COMpte DE RÉSULTAT	
Budget vente	
Budget achat	
Stock initial	
Stock final	
Marge brute	
Frais totaux	
Salaires	
Frais généraux	
frais commerciaux	
publicité	
SAV	
Autres frais	
coût du stock	
surcoût du stock	
remb prêt	
RESULTAT (MN)	
IMPOT = 33,33 % (sur MN)	
RESULTAT APRES IMPOT	

TRÉSORERIE PRÉVISIONNELLE	
Décaissements	Encaissements
Budget achat	Budget vente
Frais totaux	
Charges financières	Produits financiers
Remboursement prêt	
Impôts	

encaissements – décaissements
= trésorerie



les Fraix généraux et commerciaux

Frais Généraux

montant fixe par période (en €)

MARQUES

d'eau fine	18 000 €
styl'eau	15 000 €
eau zone	6 000 €
ka d'eau	6 000 €

GROSSISTES	8 500 € (par grossiste)
------------	-------------------------

DISTRIBUTEURS

Eauchamp	66 000€
Nouvelle vague	3 000 €
Pageot	21 000 €
Bricosub	15 000 €
Titanic	18 000 €
Lorenzo	38 000 €

Frais commerciaux

en % du CA

MARQUES	3% du CA
---------	----------

GROSSISTES	5% du CA
------------	----------

DISTRIBUTEURS	3% du CA
---------------	----------

le stock

COÛT DU STOCK :

5 % du budget achat

SURCOÛT DU STOCK :

3 % de la valeur achat du stock restant

Je paie mes fournisseurs

à 120 jours	+ 9 %	
à 90 jours	+ 6 %	produits financiers sur budget achat
à 60 jours	+ 3 %	
à 45 jours	0	
à 30 jours	- 6 %	Charges financières sur budget achat
Comptant	- 9 %	

Je suis payé par mes clients

à 120 jours	- 9 %	
à 90 jours	- 6 %	charges financières sur budget vente
à 60 jours	- 3 %	
à 45 jours	0	
à 30 jours	+ 6 %	Produits financiers sur budget vente
Comptant	+ 9 %	

NB : la publicité se calcule en % du budget vente

MARQUES

**LA NOTION DE PUBLICITE OBLIGATOIRE
NE S'APPLIQUE QU'AUX ENTREPRISES :**

MARQUES

d'eau fine 3%
styl'eau 4%
eau zone 7 %
ka d'eau 10%

Les marques ont la possibilité d'accorder également un budget publicitaire supplémentaire aux grossistes

GROSSISTES

budget à discretion du grossiste vers le détaillant
(+ reçu des marques)

DISTRIBUTEURS

budget pub en fonction de la stratégie
entre 3 et 10 % du CA
(+ reçu des grossistes)

Exemples de coût d'action dans plan média :

- | | |
|----------------------|---|
| Affichage 4x3 | - conception maquette : 650 €
- fabrication : 4500 €
- location panneaux : 45 €/panneau/semaine |
| Radio | - conception message : 100 €
- achat d'espace : 30€/jour pour 6 messages mini 1 semaine |
| Presse | achat d'espace sur quotidien : 1/4 de page : 1000€/parution |
| Mailing | 3€/envoie (enveloppe, affranchissement et plaquette) |
| Fichier | achat d'un fichier d'adresse : 0,20 €/l'adresse |
| Flyers | 10 000 exemplaires : 1000 € |
| Apéritif | suivant niveau de prestation : 8 à 15 €/personne |

NB : Bien entendu cette liste n'est pas exhaustive.



NB : le SAV se calcule en % du budget achat

Marque	(% du budget achat)	- obligatoire + possibilité participation au budget SAV des grossistes
Grossiste	% du budget achat	- obligatoire + possibilité participation au budget SAV des distributeurs + budget obtenu des marques
Distributeur	% du budget achat	- obligatoire 1 an de garantie + possibilité d'extension + budget reçu des grossistes

% SAV

(en % du budget achat)

en %	d'eau fine			styl'eau			eau zone			spa d'eau		
	M	G	D	M	G	D	M	G	D	M	G	D
BAIGNOIRE	7	2	4	4	2	4	3	2	4	2	2	4
DOUCHE	7	2	4	4	2	4	3	2	4	2	2	4
SPA	7	2	4	5	2	4	4	2	4	3	2	4
PISCINE HS	10	2	4	5	2	4	4	2	4	3	2	4
4X8	10	2	4	6	2	4	6	2	4	5	2	4
5X10	10	2	4	6	2	4	6	2	4	5	2	4
PISC SM	10	2	4	6	2	4	6	2	4	5	2	4

EXTENSION DE GARANTIE : IDEM / AN

Eaux Vives

la Négo

27

Suivi :

rien n'est jamais acquis
"préparer l'avenir : relation durable"

Traiter les objections :

- PAC - boomerang
- "objection = intérêt"

La conclusion : les feux verts :
concrétisation, engager le suivi.
"conclure des accords favorables"

L'argumentation : "savoir sélectionner
les points d'appui du client"
- l'argumentaire - les trois règles d'or
- utilisation des points d'appui

La préparation :

"il n'y a pas de bonne ou
de mauvaise négociation, il y a bonne
ou mauvaise préparation"

le face à face :

"maîtriser la relation avec le client"

La prise de contact :

règle des 4x20, accroche,
"séduire, donner envie"

La découverte :

rechercher les points d'appui du besoin
- la stratégie de questionnement
- "la croix" "comprendre les attentes du client"

"Un secret est une personne à la fois"
"On ne dit qu'à une personne quelque chose que

"L'erreur est humaine, sinon il n'y aurait pas de gomme au bout des crayons"

"Ce qui est à nous est à nous,
ce qui est à vous est négociable"

"Le doute n'apparaît que lorsque la douleur arrive"

"Le savoir , c'est un tas de pierres au bord d'une route.
La connaissance, c'est d'arriver à en faire un mur"

- Non, cela est la raison ! Quel est ton but ?
- Payer le voyage pour venir ici.
"Quel est ton but en travaillant dans les mines ?

"3 règles importantes : (1) Il n'y a pas de règle
(2) la bonne méthode c'est celle qui marche
(3) tout se négocie

"Ne fait pas aux autres..."

"Dans ton cheminement, rate des choses,
mais chaque fois rate-les mieux"

"Le plus important c'est de se poser les bonnes questions"

"qui peut le plus , peut le moins"

"qui vole un œuf vole un bœuf"

"Toutes les réponses sont en nous"

"Les petits ruisseaux font les grandes rivières"

"Le pire des risques c'est de ne pas en prendre"

"Les promesses rendent les enfants heureux"

"Un oui engage, un non dégagé"

"Pour accomplir quelque chose, il ne faut pas avoir le temps de le faire"

"La haine c'est la colère des faibles"

"la mémoire est souvent la qualité de la sottise"

"Il n'y a pas de chemin, le chemin se fait en marchant"

"l'échec fait partie de la réussite"

"Peut-on négocier avec nos ennemis ? Avec qui voulez-vous négocier ?"

"C'était un homme qui avait une guitare et qui a passé sa vie à vouloir jouer du violon.
Il aurait mieux fait d'apprendre à jouer de la guitare"

"les plaisanteries les meilleures sont les plus courtes"

"l'échec est formateur tant qu'il ne tue pas"

"A sa juste place et au bon moment, rien n'est faux"

"La sagesse c'est de ne pas mettre tous les œufs dans le même panier"

"Les promesses rendent les enfants heureux"

"Les petits ruisseaux font les grandes rivières"

"Le pire des risques c'est de ne pas en prendre"

"Les promesses rendent les enfants heureux"

"Un oui engage, un non dégagé"

"la confiance se perd en litres et se gagne en gouttes"
"Quelle question doit-on se poser quand on veut bien écouter :
"Qui je suis ? Qui je suis ? Qui je suis ?"