



Électro-Fédération Canada
Modules de formation



**Recueil d'activités pour l'industrie électrique :
 une introduction au marché, à ses acteurs et au commerce de l'électricité**

Vue d'ensemble : l'écosystème électrique

Segments du marché :

Résidentiel	Commercial	Industriel	Institutionnel/gouvernemental	Détail	Services publics
-------------	------------	------------	-------------------------------	--------	------------------

Acteurs du marché :

Utilisateurs finals	Échantillonneurs	Installateurs	Distributeurs	Fabricants	Représentants manufacturiers
<ul style="list-style-type: none"> • Résidentiel • Commercial • Industriel • Institutionnel/ gouvernemental • Détail • Services publics 	<ul style="list-style-type: none"> • Ingénieurs électriciens • Architectes • Designers d'intérieur • Entreprises d'approvisionnement technique • Intégrateurs de systèmes 	<ul style="list-style-type: none"> • Entrepreneurs généraux • Entrepreneurs-électriciens • Entreprises d'approvisionnement technique • Intégrateurs de systèmes 	Distributeurs de produits électriques : <ul style="list-style-type: none"> • Gamme complète de produits • Détaillant de bricolage • Détaillant en ligne 	Entreprises qui fabriquent, ou propriétaires d'une marque, des produits électriques (fils et câbles, produits d'éclairage, produits de distribution, commandes	Agences commerciales de tierce partie qui s'associent avec des fabricants pour vendre des produits électriques dans une région ou un marché désignés.

	<ul style="list-style-type: none"> • Entreprises de services écoénergétiques • Entrepreneurs en conception-construction 	<ul style="list-style-type: none"> • Entreprises de services écoénergétiques • Entrepreneurs en conception-construction 	<ul style="list-style-type: none"> • Marchand de masse • De spécialité 		
--	---	---	--	--	--

Types de projets :

Nouvelle construction	Automatisation en usine	Rénovation
<ul style="list-style-type: none"> • Traditionnelle • Conception-construction • Partenariat public-privé 	Inclut les usines de fabrication (nouvelle construction et rénovation effectuées dans l'usine)	<ul style="list-style-type: none"> • Rénovations de local au complet • Améliorations de l'efficacité énergétique

Mécanismes de projet :

Traditionnel	Conception-construction	Partenariat public-privé (P3)	Automatisation en usine	Rénovations de local au complet	Améliorations de l'efficacité énergétique
Courant en nouvelle construction et rénovation. Implique deux équipes : conception et construction	Les équipes de conception et de construction travaillent ensemble comme une seule entité dans le but d'offrir une solution globale	Nouvelle construction de projets institutionnels/gouvernementaux (hôpitaux, ponts, routes, écoles). Consortium d'entreprises chargé d'élaborer une solution qui tient compte de toutes les exigences du projet, y compris la conception architecturale, la construction, l'entretien et le financement.	Projets effectués à l'intérieur d'une installation de fabrication (implique la conception et la construction de la ligne de production et non d'un bâtiment)	Rénovation complète d'un local se trouvant dans une maison ou un immeuble	Améliorations écoénergétiques comme moyen de réduire la consommation d'énergie et les coûts d'entretien de l'utilisateur final.

Types de spécifications :

Spécifié seul	Spécification équivalente/substituts	Spécification générique
Un numéro de catalogue précis d'un seul fabricant est donné. Aucun autre produit ne convient.	Des numéros de catalogue de plus d'un fabricant sont donnés.	Une description générique du produit est requise sans aucune mention de fabricant ni aucun numéro de catalogue.

Acteurs et phases de construction :

Conception		Construction		
Maîtres d'ouvrage	Échantillonneurs	Installateurs	Distributeurs	Fabricants

Liste de vérification de projet :

Spécifications	Relations d'affaires	Mesures concurrentielles	Effort d'équipe
Votre produit apparaît-il sur la spécification?	Vos relations d'affaires dans le cadre de ce projet sont-elles aussi solides que celles de votre ou vos concurrents?	Surveillez les mesures prises par la concurrence et rajustez votre prix et votre produit en conséquence	Impliquez tous les partenaires du réseau et toutes les ressources de vente dans la stratégie pour gagner le projet!

La vente par distribution

Les distributeurs comblent le fossé entre les fabricants et les acheteurs de produits électriques

Relations d'affaires	Quantité	Connaissance	Assortiment	Service	Finances
Les distributeurs entretiennent des rapports avec les clients au niveau local	Les distributeurs divisent les commandes en vrac des fabricants et offrent des quantités variables aux clients	Les distributeurs ont une connaissance générale d'une grande variété de produits	Les distributeurs réunissent un assortiment de produits pouvant intéresser leurs clients	Les distributeurs offrent des services de valeur ajoutée comme la maintenance, la « valorisation » des projets, diverses options de livraison	Les distributeurs offrent du soutien au crédit et de l'aide financière aux clients

Trois modèles de partenariat distributeur-fabricant :

Exclusif	Sélectif	Vaste
Lorsqu'un distributeur jouit d'un accès exclusif aux produits d'une région géographique donnée	Lorsque quelques distributeurs ont accès aux produits de plusieurs régions	Lorsque les produits sont distribués dans tous les réseaux de distribution

Facteurs à considérer lors de la sélection d'un modèle de partenariat fabricant/distributeur :

Géographie	Type de clientèle	Gamme de produits
Les régions géographiques conviennent-elles au fabricant comme au distributeur?	Les types de clients conviennent-ils au fabricant comme au distributeur?	Les exigences relatives aux produits conviennent-elles au fabricant comme au distributeur?

Principaux indicateurs financiers pour les distributeurs ayant des programmes communs visant à soutenir les partenariats :

Croissance des ventes [Ventes actuelles – ventes de l'année précédente/ ventes de l'année précédente] x 100 = % de croissance des ventes	Marge brute Ventes \$ – Coût des produits vendus \$ = Marge brute \$ Marge brute \$/Ventes \$ = % de marge brute	Rotation des stocks Ventes \$/Investissement en stocks \$ = n ^{bre} de rotations	Réduire les coûts d'exploitation Les coûts liés à l'entretien et à l'administration de l'entreprise au quotidien (publicité, paie, coûts indirects, équipement)	Améliorer les BAI (Bénéfice net) : Ventes totales – Dépenses totales avant intérêts et impôts = Bénéfices avant intérêts et impôts
Soutenu par : Renforcement de la marque Appels conjoints Planifications des marchés Marchandisage Promotions Formation sur les nouveaux produits Soutien technique sur le Web	Soutenu par : Renforcement de la marque Formation Gestion des prix Expédier et débiter	Soutenu par : GSF (Gestion des stocks par le fournisseur) Programmes d'évaluation du niveau des stocks Livraison fiable	Soutenu par : EDI GSF (Gestion des stocks par le fournisseur) Livraison fiable Accès rapide à l'information Échéances prolongées	Soutenu par : Programme de rabais

N.B. Le masculin est utilisé sans aucune discrimination et dans le seul but d'alléger le texte.