

Digest

## Extrait 9 - Bibl'EA

L'Economie d'Affaires c'est quoi ?

# Bibl'EA

La Bible  
de l'Économie d'Affaires

Didier Reuter

TOME 1

Auteur : Didier Reuter - ISBN 9791023710342

Free

BOOKINER 



Auteur : Didier Reuter  
[www.bookiner.com](http://www.bookiner.com)

Usage libre de droit (non marchand) avec mention "Bookiner.com"

## ECONOMIE D'AFFAIRES

### Extrait Bibl'EA La Bible de l'Économie d'Affaires

L'Économie d'Affaires c'est quoi ?

#### Conditions d'usage libre de droits

Tout contenu gratuit ou payant peut être utilisé avec l'obligation d'indiquer la mention "Bookiner.com". L'acquéreur sur le site bénéficie d'un usage libre de droits à titre PERSONNEL (individuel, familial et privatif) dans un cadre exclusivement non marchand, non concurrentiel et non grand public. Il est autorisé à installer ce fichier sur tout équipement informatique et télécoms dont il est propriétaire, ainsi que pratiquer éventuellement une duplication, un téléchargement ou un envoi sous forme de fichier, à un maximum de 5 postes/utilisateurs internes. Ce droit ne s'applique pas à l'utilisateur qui reçoit gratuitement un contenu payant, lequel ne peut aucunement le diffuser autour de lui sans risquer de tomber sous le coup de la loi portant sur le copyright et/ou s'exposer aux conditions restrictives du droit d'auteur et de la protection intellectuelle.



### Ce que l'EA n'est pas

- . Une politique de prix spécifique à un ou plusieurs secteurs d'activité
- . Une théorie économique ou managériale de plus
- . Une démarche facilitant la prospection commerciale
- . Une méthode de vente miraculeuse
- . Un système global d'achat
- . Un processus financier, d'audit ou de gestion supplémentaire

### Ce que l'EA apporte

- . Un modèle «ouvert» de management des prix et de négociation tarifaire
- . Une méthodologie créative, complète, précise, dynamique et pérenne de chiffre commercial
- . Un vrai savoir-faire professionnel à vie en Vente, Achats, Pricing
- . Une entrée positive dans 50% du business (le reste étant réparti entre l'offre produit et le relationnel)
- . Un potentiel commercial et économique permanent pour mener des négociations raisonnées mais aussi gagner et économiser de l'argent

## L'Economie d'Affaires c'est quoi ?

L'ancien président des Etats-Unis John Fitzgerald Kennedy disait que "*L'ignorance coûte plus cher que l'information*". Un pragmatisme cependant bien mal appliqué dans de nombreuses TPE, PME et entreprises artisanales. Il est pourtant clair que la maîtrise des calculs commerciaux dans l'entreprise agit exactement comme le fait de bien savoir s'exprimer dans sa langue d'usage pour se faire comprendre avec précision ou encore bien écrire pour donner envie de lire ses propos.

Pour un professionnel, il est essentiel d'éviter l'approximatif dans chacun de ces domaines (calcul, parlé, écrit) au risque alors de générer ponctuellement ou constamment des erreurs, ratés et incompréhensions, préjudiciables à son activité et/ou à son évolution professionnelle !

### Aussi important que l'orthographe

De la même manière que les fautes d'orthographe dans la vie professionnelle ou les fautes de conduite sur route sont autant de comportements à risque pour soi-même et pour les autres, il en est exactement de même en matière de calculs commerciaux sachant...

- ... que mal calculer ses prix et tarifs, c'est perdre stupidement de l'argent à la source même des affaires
- ... que mal négocier ses PV et remises, c'est perdre inmanquablement de la marge et du profit
- ... que mal acheter, c'est forcément rater des économies bénéfiques pour l'entreprise

et que tout cela conduit inévitablement, à terme, à mettre en danger la survie et la rentabilité de l'entreprise !

C'est la raison pour laquelle l'EA s'inscrit comme une **culture professionnelle** à part entière destinée à apporter le b.a.-ba du management des prix mais aussi répondre de A à Z aux principaux chiffrages commerciaux. L'objectif est d'éviter de se lancer tête baissée dans une politique de prix non maîtrisée à la racine (notions, formules...) génératrice, à coup sûr, d'effet boomerang douloureux !

## L'amont des affaires

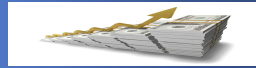
### Phase 1 - Economie d'affaires



- . Politique de Prix & Promotion
- . Construction du Prix & Pricing
- . Offre - Proposition - Devis
- . Négociation tarifaire

Avant

### Phase 2 - Gestion des affaires

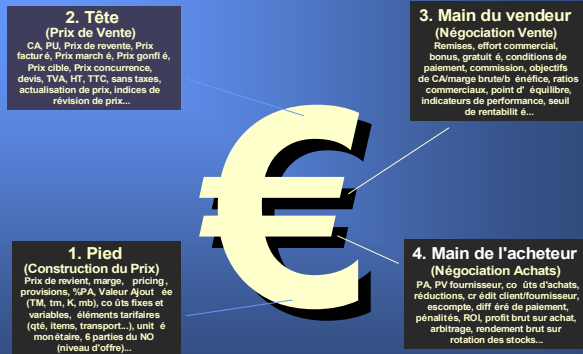


- . Administration & Gestion des ventes
- . Facturation & Recouvrement
- . Comptabilité & Audit
- . Finance & Fiscalité

Après

## L'EA permet d'aller directement à l'essentiel du chiffre

### Si l'EA était un Euro ...



## L'amont des affaires

L'Economie d'Affaires s'applique à normaliser le second plus vieux métier du monde en recouvrant toute la partie **amont du business** qui va de la construction initiale du prix de revient et des prix de vente à la signature négociée du contrat ou de la commande. Elle englobe, de ce fait, toute la partie commerciale terrain : vente, achat, Pricing et négociation tarifaire, en intégrant également les positions tactiques et stratégiques du jeu commercial. Elle repose sur une véritable ingénierie commerciale et un génie commercial (ensemble de connaissances, techniques et méthodes) destinés à essentialiser le principal des éléments décisionnels utiles au business courant.

Pour cela, l'EA repose sur une logique d'intervention, d'influence et de contrôle des affaires différente de celle de la gestion «aval» des affaires. Dans le cadre du management des prix, l'EA ne concerne pas directement la politique de prix, la gestion des ventes, la comptabilité, la finance ou la fiscalité d'entreprise. Elle doit être considérée, au contraire, comme la partie «offensive» du business capable de créer *ex-nihilo* les affaires et de les fidéliser. C'est aussi le moyen d'exprimer dans le prix et l'offre des produits et services toute la valeur ajoutée de l'entreprise. L'Economie d'Affaires contribue surtout à générer concrètement le principal des ressources vitales des activités marchandes (Chiffre d'affaires, marge, paiement...) tout en assurant les fondements de la pérennité de toute activité économique.

En cela, l'EA s'inscrit comme la partie la plus engagée du management des prix en s'appliquant à apporter des réponses précises dans le traitement de chaque affaire, de chaque négociation, de chaque décision commerciale terrain !

## Si l'EA était un Euro !

On peut imaginer l'EA comme une architecture reposant sur 4 fondements destinés à favoriser un espace constant de résultats commerciaux, dans lequel il n'y a rien à perdre et tout à gagner. Par exemple, si la représentation graphique est le **symbole Euro** (ou dollar), on peut analyser le champ d'intervention de l'EA selon 4 parties distinctes :

- . La Tête ( Prix de Vente)
- . Le Pied (Construction du Prix de Revient)
- . La main droite du vendeur (Offre tarifaire)
- . **La main gauche de l'acheteur (Demande tarifaire)**

## L'essentiel et l'utile 10 bonnes raisons pour maîtriser l'Economie d'Affaires...

1. Détenir un temps d'avance en ayant entre les mains, à tout moment, un vrai savoir professionnel (culture professionnelle + outils automatisés)
2. Ne plus avoir à subir de «prise de tête» pendant des heures avec sa calculatrice classique
3. Se protéger efficacement contre le risque d'erreur, la perte d'affaires, le manque à gagner
4. Gagner vraiment du temps en divisant par 10 ou 100 les «séances de calculs» grâce à des résultats immédiats et automatisés
5. Obtenir aisément des points supplémentaires de chiffre d'affaires, marge brute, profit, réduction de coûts...



6. Favoriser un potentiel de bonnes affaires tout en renforçant la pérennité des activités de son entreprise via l'optimisation de la rentabilité globale (vente, achats, coûts...)
7. Augmenter sa commission commerciale (ou celle de ses vendeurs) tout en se permettant de vendre, acheter, négocier avec beaucoup plus d'aisance, de confiance et de facilité
8. Avoir la certitude de prendre, à tout moment, la bonne décision
9. Renforcer facilement sa position de fournisseur/vendeur ou de client/acheteur grâce à l'utilisation de calculs «scientifiques» et l'utilisation d'un vocabulaire de référence
10. Eviter les malentendus commerciaux, la méfiance relationnelle et les rapports de force qui nuisent à la fidélisation et aux bonnes affaires communes

## Time is money, Business is EA !\*

*\* Si le temps c'est de l'argent, le business passe par l'Economie d'affaires*

En matière d'économie dans la vraie vie des entreprises, commerces, activités artisanales, TPE, PME et grands groupes, tout gravite forcément autour des prix que l'on soit fournisseur et vendeur de produits/services en réalisant du chiffre d'affaires ou client et acheteur en souhaitant économiser sur ses achats et investissements. En fait, pour bien vendre et bien acheter, il ne suffit pas de mettre en place un bon relationnel, une bonne expertise technique et/ou un argumentaire commercial béton. Il faut aussi penser à la rentabilité finale et globale de l'opération.

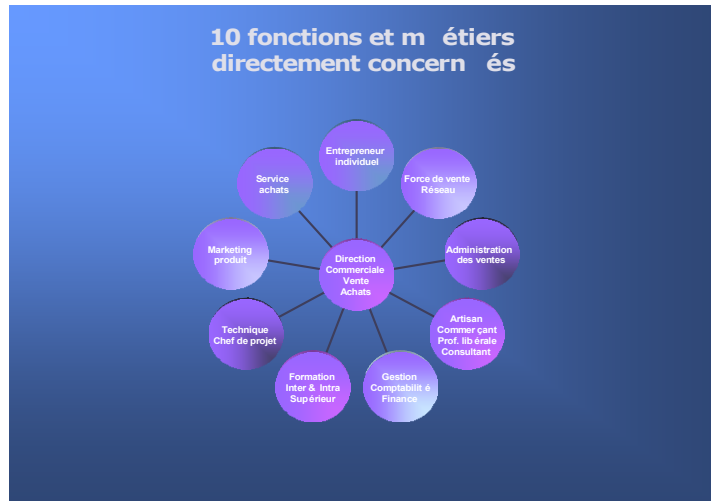
Pour concilier l'ensemble des aspects économiques au sein de chaque affaire traitée, l'EA propose d'aller directement vers **l'essentiel et l'utile**. L'objectif consiste à structurer et unifier 3 dimensions destinées à favoriser des relations de type Donnant-Donnant, voire Gagnant-Gagnant :

### 1. Un référentiel culturel incluant des fondamentaux universels

L'économie d'affaires est structurellement au cœur du business et suppose, par conséquent, d'utiliser un certain nombre de fondamentaux formant le référentiel culturel du jeu commercial. Au sein des sciences commerciales, l'EA concentre la plupart des notions utilisées dans le langage opérationnel de la vente et des achats en répondant concrètement à chaque fois aux 3 questions suivantes : c'est quoi ? - à quoi ça sert ? - comment ça marche ? Grâce à sa double entrée en Vente et Achat, l'EA apporte entre 80% et 100% des réponses utiles et/ou pistes de solution dans la négociation tarifaire.

### 2. Près de 500 formules commerciales gravitant autour du Prix

Si les choses paraissent simples à la surface des modules et du référentiel EA, en fait, l'ingénierie et le génie commercial qui sous-tendent l'ensemble du processus de calcul associent dans la plus grande cohérence, le sens de l'action commerciale bipolaire (vente et achats), le recours à des formules spécifiques aux sciences commerciales (près de 500) et surtout une opérationnalité terrain permettant d'aller vite, de manière simple, précise et efficace. En cela, l'EA synthétise l'ensemble des formules, sources, causes, conséquences directes et effets induits en matière de négociation tarifaire (prix, remises, effort commercial, contreparties, différé de paiement, rendement, ratios, gains...).



Dans quelle sphère de compétence êtes-vous ?

#### Sphère 1 : Commerciaux et décisionnaires (Indice 1)

Direction commerciale/ventes, adm. des ventes, direction des achats vendeur, acheteur, technico-commercial, ingénieur d'affaires, force de vente, réseau de distribution, gestion, comptabilité, finance

#### Sphère 2 : Managers et middle management (Indice 2)

Direction de l'entreprise, middle management, chef de projet, marketing produit, recruteur de commerciaux, consultant

#### Sphère 3 : Auto-entrepreneurs et entrepreneurs (Indice 3)

Auto-entrepreneur, créateur d'entreprise, patron de TPE artisan, commerçant, profession libérale

#### Sphère 4 : Etudiants, formation, consom'acteur (Indice 4)

BTS, enseignement supérieur, formation continue, séminaire spécialisé, consommateur éclairé

### 3. Des modules de simulation opérationnels

L'usage de l'EA repose nécessairement sur des outils applicatifs (logiciel, modules de simulation, calepines automatisées) qui intègrent l'ensemble des fondamentaux, notions et formules nécessaires au jeu commercial. Le but est de rendre simple, motivant et pratique ce qui, sinon, peut très vite ressortir d'une certaine complexité, voire même d'un rejet psychologique pour le calcul. Aussi, l'EA apporte concrètement des outils, des solutions et des réponses opérationnelles au cas par cas, en plus d'un vrai savoir professionnel accordant plusieurs longueurs d'avance pour celui ou celle qui maîtrise cette expertise.

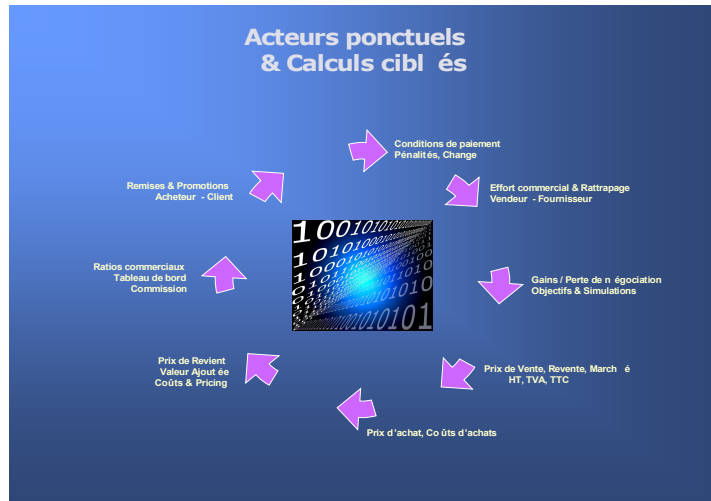
## Qui est directement concerné ?

Il existe **4 sphères de compétence** en EA allant de la plus impliquée et mobilisée sur le sujet (sphère 1) à celle qui découvre l'EA (sphère 4). La sphère 1 concerne tous ceux qui disposent *a priori* d'une compétence solide et éclairée, supposant toutefois un rafraîchissement des connaissances et un minimum d'outils ciblés (Ind. 1). La sphère 2 concerne les fonctions ayant un recours ponctuel à l'EA avec usage spécifique de certains modules (Ind. 2). La sphère 3 concerne ceux qui prennent des décisions vitales et «sans filet». Cela suppose pour eux de disposer d'un plus large spectre d'outils et de connaissances pratiques (Ind. 3). Enfin, la sphère 4 recouvre les étudiants qui demain seront éventuellement entrepreneur, manager ou commercial, et qui ont tout intérêt à apprendre et à comprendre tous les ressorts utiles et décisifs de l'EA (Ind. 4).

En fait, il existe au sein de l'entreprise moderne 3 dimensions fortes qui font la différence et l'élitisme, à tout moment, et en tout lieu du monde :

1. La technicité, l'expérience et l'expertise du métier de base
2. La dimension relationnelle qualitative pour échanger de manière positive
3. La maîtrise du chiffre et de l'économie afin de dominer de A à Z les affaires

En cela, la maîtrise du business chiffré est un incontournable pour devenir un bon commercial, un bon dirigeant, un bon décisionnaire ou un bon entrepreneur. Même si le poids historique de l'entreprise sur son marché favorise une forme de «sustentation économique» permanente, il convient de se rappeler que tout repose et gravite, au départ comme à l'arrivée, sur la défense appropriée du sanctuaire tarifaire, c'est-à-dire le PRIX !



### Voyage au centre de l'Economie d'Affaires, où comment associer de manière structurée, l'ensemble des notions de l'EA ?

Prix de Revient, Pricing, PV et PA HT et TTC, TM, Tm, Mb, K, TVA, TVA à reverser et à conserver, Valeur Ajoutée, Chiffre d'affaires, Objectif de CA, Montant total et partiel, Monnaie, Taux de change, Conversion, Unités et Coûts de références, Coefficient, Coûts d'achats et d'approvisionnement, Coût global, Coûts partiels, Frais fixes et variables, Valeur faciale, Marge, Provision, Bénéfice, Conditions de paiement, Profit, Pertes, Prix initial/final/remisé, Prix de revente, PV gonflé, Prix marché, Prix +cher/-cher, Prix moyenné, Actualisation & Révision de prix, Niveau d'Offre, Réciprocité, Contrepartie, Compensation, Donnant-Donnant, Remises directes/indirectes ou en cascade, Concessions, Bonus & Gratuité, Effort commercial, Points d'équilibre, Coef. et Taux d'augmentation des ventes, Commission du vendeur, % de partage de l'effort entre fournisseurs, Indices, Ratios, Indicateurs commerciaux, Point mort, Seuil de rentabilité, Moyenne simple et pondérée, Degré de pénétration ou de renouvellement, Rendement, Taux d'efficacité ou de réussite, Rotation des stocks, Retour sur investissement...

## Les raisons de s'intéresser à l'EA

Elles sont nombreuses tant du point de vue des gains constants que l'on peut obtenir en versus Vente que des économies réalisables en versus Achat via des **calculs ciblés**. Mais c'est d'abord le cadre global de l'échange commercial qui se positive et se professionnalise grâce à l'EA dans un grand nombre de métiers et fonctions. Pour cela, il convient d'éliminer à la source les erreurs, le désordre commercial et les causes d'échec, rencontrés dans beaucoup de TPE, PME. Par exemple, il ne sert à rien dans l'absolu d'avoir un savoir-faire reconnu ou de savoir gérer une entreprise si, parallèlement, les ressources économiques et commerciales se font rares ou limitées du fait des 8 phénomènes suivants :

### 1. Prix mal construit

Le problème central dans les affaires commerciales c'est que tout commence à la source des prix. Si ceux-ci sont mal calculés ou mal évalués, on perd alors immédiatement de l'argent pouvant aller de quelques points de pertes inutiles à 10, 20, 30% et plus !

### 2. Utilisation de notions différentes

Un autre problème majeur dans les relations vendeur/acheteur et fournisseur/client, c'est que rares sont les cas, surtout dans les premières affaires, où les acteurs parlent exactement le même langage commercial. Ce différentiel de langage peut induire très vite de la méfiance, du doute, de la suspicion chez l'acheteur, donc forcément une négociation des prix à la baisse. Par exemple, combien de commerciaux savent correctement faire la différence entre le TM, le coef. multiplicateur, le coef. diviseur, le taux de marge ou encore la différence technique entre le Prix de Revient et le PV, ainsi que le lien entre la remise et l'effort commercial, soient les premiers fondamentaux du business ?

### 3. Manque d'expertise économique

Rares sont également les commerciaux qui disposent d'une véritable formation et expertise dans les prix leur permettant de compenser exactement les remises et les efforts consentis, ce qui a pour effet inévitable de détruire dans chaque affaire négociée un peu plus la rentabilité, surtout en multipliant le nombre d'affaires sur une année par le nombre de vendeurs concernés.



### **Vous êtes dans le rouge**

si vos méthodes sont empiriques et/ou utilisez uniquement une calculette classique avec des formules mémorisées.

### **Vous êtes dans l'orange**

si vos méthodes sont semi-empiriques avec l'utilisation, par exemple, d'un tableur Excel et/ou d'une méthode propriétaire.

### **Vous êtes dans le vert**

si vos méthodes sont «scientifiques» avec l'utilisation d'un logiciel dédié, de modules EA ou de calculettes sur-mesure

#### **4. Problématique récurrente dans la force de vente**

En additionnant ces **3 premiers constats** de pertes inutiles (prix mal calculé à la source + incompréhension tarifaire dans la négociation + non expertise des vendeurs) l'entreprise perd sans le savoir et régulièrement des gains importants. Il suffit simplement de perdre 2 ou x points non visibles par affaire en se trompant d'unité de calcul, d'équivalence ou en ne compensant pas les efforts consentis, pour qu'à la fin de l'exercice ce manque à gagner se chiffre en milliers (TPE), dizaines de milliers (PME) ou millions d'euros (Grands comptes) !

#### **5. Trop d'empirisme commercial**

Encore trop de connaissances commerciales sont acquises directement sur le terrain et/ou via la culture «maison» favorisant ainsi un empirisme dans lequel chacun croit qu'il agit convenablement. Entre penser bien faire son job et démontrer une véritable excellence professionnelle, ambition normale d'une entreprise moderne, il y a l'EA et la passerelle offerte par ses méthodes et ses outils opérationnels.

#### **6. Copier-coller avec la concurrence**

A vouloir coller au plus près du marché en fonction des positions concurrentielles, nombre d'entreprise en viennent à imiter et singer leur concurrents en matière de prix, créant ainsi le début d'une entropie économique qui se terminera dans un grand nombre de cas par un dépôt de bilan, une cession-revente de l'entreprise ou une acquisition par la concurrence elle-même.

#### **7. Fuite en avant dans la pratique de prix bas**

Le discount et le low-cost sont de vraies politiques commerciales que l'on ne peut pas improviser dans l'urgence ou en baissant systématiquement ses prix pour avoir une commande ou un marché. Cette fuite en avant détruit rapidement toute forme de crédibilité commerciale et de capacité de rebond.

#### **8. Sous-estimer ou minimiser la dimension commerciale**

Encore trop nombreux sont les dirigeants, entrepreneurs, auto-entrepreneurs, qui sous-estiment l'importance du business chiffré dans leurs activités quotidiennes, considérant comme bien plus nobles et importants la partie technique de leur métier ainsi que le recours à la gestion comptable et administrative. C'est une erreur, car dans un monde concurrentiel sans la sustentation économique que procure le moteur de l'activité commerciale tout le monde redescend très vite dans son niveau de vie et/ou redevient chômeur ou fonctionnaire !