Micad

ON PARTAGE VOTRE TECHNOLOGIE

AU SERVICE DES IDÉES ET DE L'INNOVATION

Activités, Atouts, Solutions

Ensemble, à votre côté, sur les marchés nationaux et internationaux

Volume 01

JAN 2024

Micad

Sommaire

5 Présentation

7 Activité

8 Philosophie

10 Solutions

11 Domaines d’intervention

Micad

*"**Quod natura relinquit imperfectum, ars perficit**"*

01.2024

Issu d'un milieu formateur polyvalent, depuis vingt ans, après des expériences dans le secteur bancaire et financier, je m'occupe de développement commercial pour des produits et des solutions techniques, quelquefois de niche dans les marchés du B2B.

Mon activité consiste à accompagner sur les marchés (internationaux ou domestiques), des entreprises et par cela, leurs projets de croissance et de partage afin d'accroitre leur capacité de pénétrer les marchés et de capturer l'attention des clients.

La recherche de nouvelles opportunités, la création d'un milieu positif par la pleine coopération entre clients et entreprise, le support et la formation technique déployée envers des clients et des professionnels, tout ça caractérise mon activité sur le terrain.

J'entends sélectionner de parcours de développement commercial capables de donner aux sociétés clients et à leurs clients finals, des relations gagnant-gagnant, stables et solides, en toute transparence avec des projets qui prévoient une présence sur la longue durée. Tout ça demande bien entendu un sérieux engagement des deux côtés ; je m'engage à ce que cela se réalise de la manière la plus fluide possible.

Bien cordialement,
M. CADONI

Se développer ensemble...

S'épanouir.

Activité

J'accompagne mes clients et je les aide à incrémenter et améliorer leur présence sur les marchés du B2B.

Prospection, préconisation et vente directe de produits techniques sont les activités développées dans un parcours convenu, qui est précisé depuis le début de notre coopération.

Suivis réguliers, confrontations sur les résultats, analyse du marché, redéfinition des stratégies : tout ça caractérise le rapport avec les clients et les activités exploitées pour eux sur le marché cible.

Une approche pragmatique, effectuée par un professionnel extérieur expérimenté : un choix qui donne aux clients la possibilité d'avancer par une progression précise et normalisée.

Celui-ci donne à la fois l'avantage de ne modifier pas la structure et l'organisation de l'entreprise et de pouvoir l'intégrer en préservant les équilibres intérieurs, parfois délicats.

Chaque projet de développement commercial est calibré et cousu à la taille du client, la spécificité du marché, les caractéristiques des produits et les objectifs à atteindre.

Les projets de développement destinés à l'insuccès

On parle, dans la plupart des cas, de projets de développement qui se caractérisent par un manque d'analyse du marché, de la nécessaire autoévaluation de l'entreprise et du produit et démurent à la sensation (ou l'espoir) que le nouveau marché pourrait donner une solution aux problèmes de croissance, de chiffres d'affaires. Le choix retrouve quelquefois sa justification par la seule présence de concurrents (esprit d'émulation).

Les résultats décevants amènent les entreprises se retirer progressivement ou même soudainement du projet et du marché.

La faute

La question la plus fréquente posée aux responsables des projets de développement est « qui a la faute de cet insuccès ».

Celle-ci n'est pas la demande la plus intéressante ni la plus importante à laquelle il faudrait répondre. La « réponse » est là et on la connait déjà « la faute est aux consultants incapables, aux commerciaux pas bons », car « nous l'entreprise, on a un produit de pointe, notre qualité est très haute et notre produit se vend tout seul !! »

« Pourquoi est-on arrivé là ? » et « comment améliorer notre présence sur le marché »

Celles-ci sont deux des questions les plus intéressantes auxquelles on devrait pourtant répondre par un processus de vérification et d'analyse qui soit engagé et caractérisé par la sincérité et l'attention aux détails.

Le cercle vicieux des décisions

« *On investit si l'on a des opportunités, si l'on a des opportunités, on investit* » est un facteur fréquent qui empoisonne le projet de développement commercial.

Encore une fois, le manque d'analyse cache de l'incertitude et il est justifié par le fait « on est une entreprise sérieuse et l'on ne dépense pas des sous pour rien ».

Plusieurs fois face à la demande à structurer un processus d'analyse préalable pour permettre de définir en détail le projet de développement ou arriver à le stopper tout de suite, la réponse est la suivante :

« *On a eu de mauvaises expériences dans le passé, on préfère d'abord voir des résultats avant de décider s'il vaut la peine de s'engager pleinement dans le projet ».*

Lesquelles sont ces mauvaises surprises dont on parle, on n'arrive jamais à le préciser ; le flou et l'incertitude cachent souvent des décisions prises à la hâte, sans réfléchir sur les résultats à atteindre.

Outsourcing du développement

Assigner la tâche à un professionnel extérieur comporte un fréquent malentendu concernant la responsabilité de l'entreprise qui est demandée à garantir l'étroite relation entre le développeur et son organisation intérieure.

Le choix d'un professionnel extérieur à l'organisation d'entreprise est souvent réalisé avec le but de maintenir un engagement limité, facile à se libérer en cas de besoin. Cette attitude se répand forcément dans l'entreprise et dans les relations entre l'organisation et le développeur. Parfois, on cherche à déléguer l'activité et les résultats (et par cette voie, on en retombe sur l'argument de la faute) à l'extérieur.

Cependant, sans la création d'une véritable liaison avec l'intérieur de l'organisation et la formalisation de l'appartenance, même si par une voie indirecte du professionnel à celle-ci, on a le maintien des mauvaises habitudes qui empêchent d'atteindre de bons résultats.

Philosophie

La fonction du professionnel du développement commercial ne consiste pas seulement à supporter l'avancement de la démarche commerciale dans le nouveau marché, mais même de répandre ses compétences et ses habilités au sein de l'organisation de façon d'accroitre l'efficacité longue de toute la chaine d'activité qui est concernée par le projet de développement.

De l'autre côté, cette étroite ligne qui relie les deux sujets permet même à l'entreprise de transmettre au développeur ses valeurs afin que la communication d'entreprise ne soit pas aperçue différemment lorsque le client est en contact avec un des deux indifféremment

Solutions

Par rapport aux exigences des clients, **différents plans gradués d'intervention** sont possibles et personnalisables, par une cadence et une durabilité qui se modifient en raison des objectifs à atteindre, comme pour exemple :

« Mise en route » prévoit une intervention à temps limité (6 / 12 mois) afin de vérifier la réponse du marché à la sollicitation. Les résultats sont pris comme base pour dessiner et déterminer une stratégie commerciale d'entrée sur le nouveau marché. L'intervention prévoit la prospection et la recherche de partenariat commercial à partir d'une liste de cibles qui revient par la recherche de réseau sur le territoire. En ce cas, l'activité se matérialise soit en la mise en route du développement commercial et le passage du volant à l'entreprise pour la persécution des activités en pleine autonomie, soit au passage à l'étape suivante de l'activité de développement commercial assignée à EURL MICAD. En ce premier cas, c'est à l'entreprise de se former, s'organiser de manière adaptée et d'être prête au moment de la prise en charge des activités.

« **Ensemble** » qui prévoit la gestion du nouveau marché en exclusivité (période minimale deux ans) par EURL MICAD et qui se caractérise par toutes les phases du développement commercial qui permettront à l'entreprise de se fixer sur un certain marché de manière stable. Le rôle joué en tant que référent et responsable du marché en cette solution par EUARL MICAD est la garantie pour un développement adapté et lié aux exigences du territoire et des réseaux. EURL MICAD intervient même au niveau de la communication en assistant le client en la préparation de la documentation commerciale et la phase de présentation de la société. On représente tout court une sorte de filiale (non indépendante) du client dans le nouveau marché.

Par rapport aux exigences différentes et au niveau d'intervention, des programmes d'activités adaptés à la taille du client sont possibles.

Domaines d'intervention

Domaines d'intervention et d'activité :

Énergies renouvelables,

- Panneaux photovoltaïques, onduleurs, structures métalliques de support sur terrain, systèmes intégrés à toit, systèmes à ile avec accumulateurs, serres et carport photovoltaïques,
- Huiles végétales pour cogénération (palme, colza)
- Systèmes de cogénération par moteur à bio diesel
- Station de recharge pour véhicules électriques
- Mobilité électrique (petites voitures, scooters)

Eclairage LED

- Systèmes d'éclairage pour les grandes surfaces et l'espace public

Stationnement et zones à circulation limitée

- Systèmes automatiques de gestion du stationnement réglementé en espace clos (bornes, caisses automatiques et logiciel de gestion personnalisé aux exigences du client, gestion des différentes typologies d'abonnements, zone de stationnement différentié, systèmes de lecture des plaques d'immatriculation, etc.)

Systèmes de gestion des accès ERP

- Systèmes automatiques pour la gestion des accès par simples titres ou abonnements pour parcs thématiques, zones à l'accès limité réglé par des bornes d'entrée / sortie, caisses automatiques, logiciel personnalisé, ventes par bracelets RFID

Ventilation, Climatisation

- Systèmes aérauliques composés par gaines de distribution de l'air, unités de traitement de l'air, réglages, trappes, bouches de ventilation, grilles, gaines métalliques, gaines textiles, gaines en matériau composite.
- Fluides de réfrigération HFC, HFO, lubrifiants pour la réfrigération, accessoires, outils et appareils

Chauffage à bois et granulés

- Compléments pour poêles à bois et granulés
- Production O&M
- Accessoires pour cheminées

EURL MICAD
03100 MONTLUCON
FRANCE

Contact Us
info@sarl-micad.com
www.sarl-micad.com