

Rapport de stage d'initiation

Bureau Market

Nom : ADDOU

Prénom : Khadija Ichrak

Niveau : S4 ENCGO

Sommaire :

Remerciements

INTRODUCTION

Partie I : Présentation de la Société Bureau Market

I .Fiche d'Identité

II. Historique & Stratégie de Bureau Market

III. Objectifs et finalités

IV. Organisation, les Services de BM

Partie II : Analyse du Marché de Bureau Market

I. Matrice de Porter

II. Analyse SWOT

III. Evolution du Chiffre d'Affaires.

Partie III : les travaux effectués

Conclusion

Annexes

Webographie- Bibliographie

Remerciements :

Mes remerciements sont adressés en premier, à monsieur JEDDAR, professeur à l'Ecole Nationale de Commerce et de Gestion d'OUJDA , pour m'avoir encadré de façon efficace et efficiente, pour son précieux soutien ainsi que pour son ouverture d'esprit.

Mes plus sincères remerciements vont également à Monsieur « Marouane LAHLOU », directeur général de la société « Bureau Market Oujda », pour sa disponibilité, pour son amabilité et pour ses précieux conseils tout au long de mon stage. Ma profonde gratitude est adressée à tout le personnel de l'entreprise pour leur esprit de collaboration.

Mes remerciements vont également à l'ensemble des acteurs qui m'ont indirectement aidé par leurs riches travaux et leur entière disponibilité afin de répondre à toutes mes questions. Enfin ,je tiens à remercier tous ceux qui ont contribué de près ou de loin à la finalisation de ce travail.

Introduction :

L'école nationale de commerce et de gestion est un établissement supérieur public qui forme de futurs cadres ; son cursus comprend aussi bien un volet théorique que pratique et chaque étudiant est amené à la fin de chaque année universitaire à effectuer trois stages : un stage d'initiation, un stage d'application et enfin un stage de conception.

Le stage d'initiation se situe juste après les deux premières années ; ainsi, l'étudiant aura reçu une formation lui permettant une meilleure approche de la société. Ce stage d'initiation est primordial dans la mesure où il offre à chaque étudiant la possibilité de se familiariser avec la réalité de l'entreprise, de s'initier à la vie professionnelle, d'avoir une idée globale sur l'entreprise, sur son organisation, sa structure, ses documents internes, les services dont elle dispose, le déroulement du travail, les problèmes et les procédures de gestion...

La phase de prospection constitue une phase délicate, car trouver un stage n'est pas toujours facile ; cela demande une procédure qui doit être menée avec beaucoup de soin et d'attention ; choix des entreprises à partir des annuaires, rédaction soignée des demandes de stage ... Bref, il va sans dire que la phase de stage ainsi que celle du pré-stage revêtent une importance particulière puisqu'elles constituent le domaine où l'image de marque de l'école est jugée de près par les agents de la société ; ainsi, chaque étudiant doit agir en tant qu'ambassadeur de l'école : un effort de discipline, de rigueur, de ponctualité, de communication... s'avère nécessaire pour mener à bien cette expérience. Le présent rapport constitue le compte-rendu du stage d'initiation que j'ai effectué au sein de l'entreprise Bureau Market.

Partie I : Présentation de l'entreprise Bureau Market

I) Fiche d'identité :

- **Raison sociale :** « Bureau Market » .
- **Date de création de l'entreprise :** 1999.
- **Forme juridique :** SARL (Société A Responsabilité Limitée).
- **Adresse du siège social :** Place du 16 Août kissariat mosquée
Omar Ben Abdelaziz – Oujda.
- **Capital social :** 800.000 Dirhams.
- **Secteur d'activité :** « Agence de Publicité » Imprimerie –
Papeterie, Vente de Fournitures, Matériels & Mobiliers de Bureau.
- **Nombre de salariés de l'entreprise :** Effectifs de 23 agents.
- **Dirigeant :** Mr Marouane LAHLOU.
- **Banque :** SGMB principale à Oujda .
- **N° CNSS :** 6190996.
- **N° d'identification fiscale :** 53010750
- **Patente n° :** 10315206.
- **Registre de commerce :** 16171.
- **Tél :** 05 36 68 20 36
- **Site internet :** www.bureaumarket.ma .

- **E-mail** : info@bureaumarket.ma .

II) II. Historique & Stratégie de Bureau Market Historique de Bureau Market

A- Historique de BM

Bureau Market est une société à responsabilité limitée (SARL) de type familial créée par Mr Marouane LAHLOU en 1999, et installée dans un local de 200 m² situé sur la place du 16 Août à Kissariat « Mosquée Omar Ben Abdelaziz » à Oujda.

Depuis sa création, la société Bureau Market a su conserver une indépendance financière garante de ses choix stratégiques et s'est spécialisée dans le B to B & le B to C (Business to Business, Business to Consumer), s'adressant aux circuits de distribution.

*Son développement économique :

En 1999, Mr LAHLOU crée son premier magasin de papeterie (papier, calque, étiquette, enveloppe et pochette...), et les fournitures de bureau (stylo, agrafeuse, tampon, colle et calculatrice...), avec le logo « Bureau Market » . Il décide d'attribuer une certaine image de marque à son entreprise fondée sur trois valeurs : la qualité, l'authenticité de ses produits, le savoir-faire artisanal ainsi que la créativité. Elles constitueront les piliers de la société et la garantie de sa réussite.

En 2001, il crée son deuxième magasin d'imprimerie .

Procédés : imprimeurs en typographie/offset, impression numérique.

▣ **Produits** : plaquettes et dépliants, flyers, vinyles, affiches, banderoles...

▣ **Informatique – services et travaux** : numérisation, flashage.

Cette imprimerie dotée du CTP (computer to plate) dernière nouveauté pour la préparation des plaques offset, place Bureau Market parmi les premiers au Maroc à suivre l'évolution et à offrir à ses clients des produits qui se distinguent par leur grande qualité .

En 2004, Bureau Market conquiert le marché au niveau régional et augmente considérablement son taux de notoriété et sa part de marché sur la vente des produits de la société Xerox (le leader sur le marché des copieurs), puis Bureau Market devient le concessionnaire de la marque Xerox (vente des copieurs, imprimantes, faxes, tireuses de plans et multifonctions...) dans la région de l'oriental.

En mars 2011, déménagement de l'imprimerie (transfert complet d'imprimerie) à un endroit situé à 2 km environ du siège social (dans un local de 350 m²) avec une équipe spécialisée, du matériel performant et des moyens de transport adaptés.

Bureau Market est aujourd'hui une enseigne réputée pour sa large gamme de produits d'Imprimerie et de Fournitures & Matériels de bureau..., la valeur principale défendue et représentée par l'enseigne est le dévouement et l'entière disponibilité des employés vis-à-vis de leurs clients.

- Trois mots clés résument alors parfaitement la relation entre clients et employés :

***Professionalisme** : Pointu dans son métier, dans sa relation client, pour toute opération de maintenance et de réparation.

*** Disponibilité** : Pour prendre un rendez-vous avec le client, et un SAV rapide et efficace.

*** Sympathie** : Dans la relation avec les clients : un personnel souriant, accueillant, agréable.

B- Stratégie de Bureau Market

L'un des axes primordiaux de Bureau Market reste sa capacité à s'ouvrir sur les marchés divers, tout en s'appuyant sur les lignes directrices principales :

-Le choix «je choisis parmi 1000 articles sélectionnés »

Depuis plus de 10 ans, Bureau Market met à votre disposition son expérience et sa connaissance de l'entreprise pour vous proposer tous les articles indispensables au quotidien.

Des produits les plus simples aux plus élaborés, des trombones aux fax multifonctions, vous trouverez plus de 1000 références rigoureusement sélectionnées pour leur fiabilité et leur adéquation aux besoins de l'entreprise d'aujourd'hui.

- Le conseil «j'ai les réponses à toutes mes questions avant de m'engager...une hésitation, besoin d'un conseil... »

Votre conseiller Bureau Market vous répond et vous aide à choisir le produit qui correspond exactement à vos attentes. Nous vous faisons parvenir gratuitement, sous 24 heures, sur simple demande, les échantillons que vous souhaitez.

-Le prix «j'ai l'assurance de faire toujours de bonnes affaires... »

Grâce à notre puissance de négociation et à notre expérience , vous avez l'assurance de bénéficier du meilleur rapport qualité/prix sur l'ensemble de nos produits.

- **La qualité** «je bénéficie d'une qualité exceptionnelle »

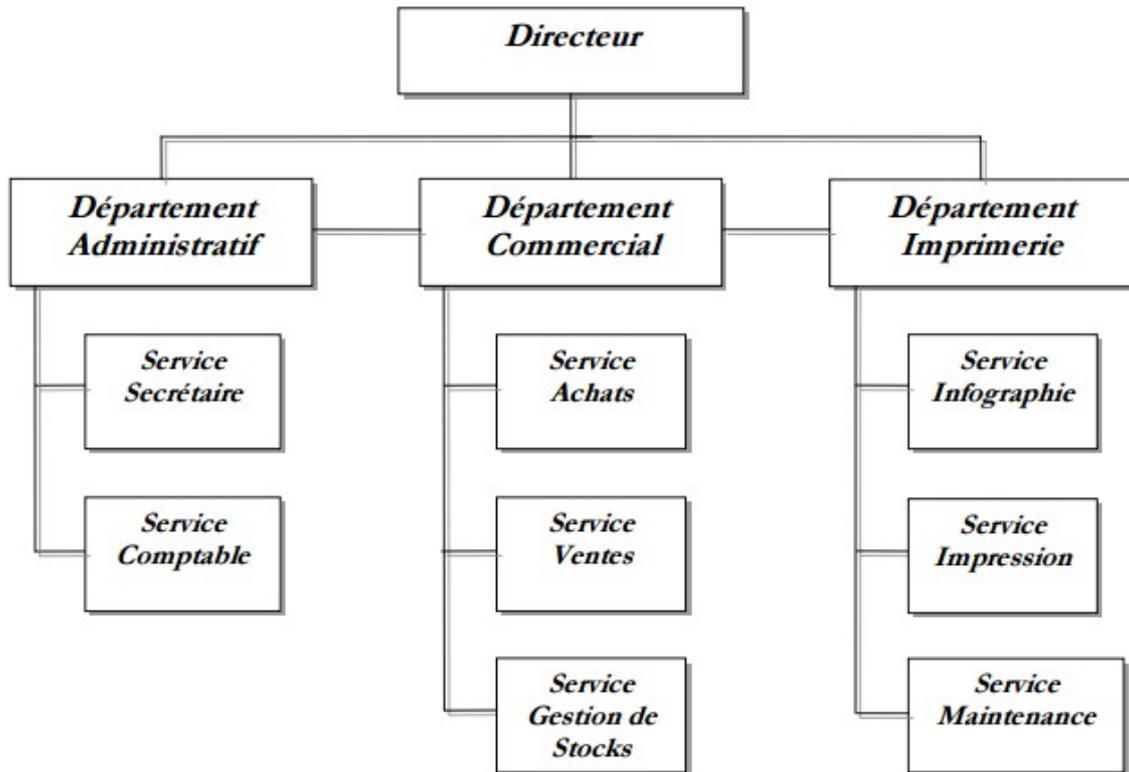
Pour mieux vous satisfaire, nos équipes du service commercial mettent en œuvre toutes leurs compétences pour trouver exactement le produit qu'il vous faut.

Tests de solidité, facilité de montage et d'entretien, tous les produits de votre catalogue sont rigoureusement testés par nos techniciens : vous bénéficiez d'un niveau de qualité et de fiabilité sans égal sur le marché.

« Bureau Market m'aide à mieux choisir. »

III.L'organisation et les services de Bureau Market :

A) **L'organigramme de Bureau Market :**



D'après cet organigramme, on constate qu'il s'agit d'une structure hiérarchique, expliquant la bonne organisation de la relation entre la direction et les autres services, ce qui donne plus d'avantages de communication et facilite la transmission et la circulation d'informations au sein de la société.

B) Les services de Bureau Market :

1* SERVICE SECRETARIAT :

C'est un service qui est d'une grande importance dans l'organisation du travail et la circulation des informations au sein de la société.

Les attributions de ce service sont :

- Accueil des appels téléphoniques,
- Archivage,
- Contacts clients,
- Saisie des documents utilisés à l'aide du logiciel Sage gestion commerciale 100,
- Classement des documents commerciaux,
- Traitement des appels d'offre...

2* SERVICE COMPTABILITE

La tenue d'une comptabilité d'entreprise, au-delà d'un aspect réglementaire, est nécessaire pour donner une évaluation réelle de la situation patrimoniale et financière de l'entreprise.

Bien que fondamentale dans le fonctionnement de l'entreprise, la fonction comptabilité est souvent peu connue du grand public. Son image austère nous fait souvent oublier que sans elle, l'entreprise ne pourrait pas fonctionner : sans les chiffres, l'entreprise est perdue.

Les attributions de ce service :

- Enregistrement des opérations comptables
- Etablissement des factures
- Traitement des opérations bancaires
- Etablissement des déclarations TVA
- Etablissement des comptes annuels (bilan, compte de résultats...)
- Préparation de la paie du personnel
- Préparation des déclarations

Parmi les documents comptables utilisés au sein de l'entreprise :

Devis : Un devis est un document écrit par lequel un fournisseur propose un prix pour un bien ou un service.

Fiche clients : elle regroupe toutes les informations relatives au portefeuille de clients de l'entreprise, à la fois les coordonnées des clients mais également leur historique commercial (propositions, contrats, ventes, litiges...).

Bon de commande : c'est un document établi par le client dans lequel il détaille les articles commandés et toutes les conditions utiles à la bonne exécution de la commande.

Bon de livraison : est un document établi par le fournisseur et remis au client indiquant la quantité et la nature des marchandises reçues par lui . Il est établi au moins en 2 exemplaires signés des 2 parties: fournisseur ou son transporteur et le client destinataire. C'est sur la base de ce bon que sont exécutées les activités relatives à la planification des articles, à leurs prélèvements, à l'expédition, au transport et à la facturation

Facture : C'est une pièce comptable par laquelle un [créancier](#) établit une [créance](#) vis-à-vis d'un [débiteur](#) en vue de déclencher le paiement d'une [dette](#), ou de se faire rétribuer suite à la fourniture d'un bien ou à la prestation d'un service faite à un client. Elle doit être conservée ainsi que les pièces justificatives pendant au moins 10 ans .

Bon d'entrée : Atteste que la marchandise est bien entrée dans l'entrepôt.

Bon de sortie : constate la sortie des marchandises de l'entrepôt. Signé du demandeur, il est remis au magasinier en échange de la marchandise.

3* SERVICE ACHATS :

Ce service a pour rôle l'exécution des opérations d'achats de la société dans le respect d'un certain nombre de points à savoir le niveau de qualité exigée et la livraison des quantités souhaitées dans les délais attendus.

Les attributions de ce service sont :

- *L'élaboration d'une politique d'achat ;
- *La supervision de la sélection des fournisseurs ;
- * Les achats de marchandises ;
- * L'élaboration du budget achats ;
- *La négociation des marchés ;

4*SERVICE VENTES :

Ce service se compose de plusieurs catégories de produits sont les suivantes :

Fournitures de bureau: stylos, feutres, fluorescents, agrafeuses, colles, tampons, encreurs, gommes, calculatrices...

Papeterie: papier, pollen, calque, étiquettes, enveloppes et pochettes, cahier et blocs, porte bloc, post-it...

Classement: intercalaires, reliure pour carte visite, protège-document, dossiers suspendus, classeur, boîtes à archives, parapheurs, porte-document artisanal...

Equipement: tableaux, corbeilles, poubelles, destructeurs, éphémérides, calendriers, agendas, organisateurs...

Consommable informatique: cartouches & tonner, rubans, sauvegarde, autres...

Mobilier de bureau: bureaux, chaises, armoires, caissons, tables, coffre-fort, lampes...

Matériels de bureau: machines copieurs, machines multifonctions, imprimantes , appareil fax...

Les attributions de ce service à l'aide du logiciel sage gestion commerciale 100 sont:

- La vente des produits,
- Le traitement des commandes des clients, qu'il s'agisse du respect des tarifs, des délais, de la qualité du service...
- La gestion du système de facturation et du service clientèle, ainsi que des équipes associées,
- La réalisation des tableaux de bord et des analyses nécessaires au suivi des ventes,

5*SERVICE GESTION DE STOCKS :

Le stock est l'ensemble des biens qui interviennent dans le cycle d'exploitation de la société. Une bonne gestion de ce dernier consiste à avoir la quantité nécessaire au bon moment. Si le stock n'est pas assez important ,on parle de rupture de stock, ce qui est mauvais pour la production qui risque d'être interrompue. Un excédent de stock, par contre, coûte cher sans oublier qu'il y a risque de dépréciation du stock.

Ce service travaille en collaboration avec le service d'achats et le service ventes.

Les attributions de ce service à l'aide du logiciel sage gestion commerciale 100 sont:

- Contrôler qualitativement et quantitativement les marchandises réceptionnées.
- Suivre les ventes et les prévisions pour assurer la disponibilité des produits et superviser la préparation des commandes.
- Suivre les critères de performance des fournisseurs (délais de livraison, niveaux de qualité, respect des conditions négociées par l'entreprise).
- Négocier des solutions de rechange avec les fournisseurs en cas de dysfonctionnement, parfois dans l'urgence.

6* SERVICE INFOGRAPHIE

Ce service réalise toutes sortes de créations publicitaires (carte visite, jacket CD, affiches, flyers...) et des travaux sur des supports multiples (roll up, chevalet de trottoir, banderole, drapeau goutte d'eau, drapeau oriflamme..) ,qui s'adaptent aux besoins de la clientèle, il dispose d'outils plus performants dans l'environnement Mac et Pc, ainsi que des logiciels spécifiques des arts graphiques: la gamme complète Adobe (Acrobat, Illustrator, Photoshop...).

Les attributions de ce service en collaboration avec le service impression sont:

- Rencontrer les clients et analyser leur demande,
- Rechercher les informations nécessaires à la création,
- Suivre l'impression du produit...

7* SERVICE IMPRESSION :

Ce service contient 2 types d'impression :

1)Impression numérique :

L'impression numérique est une technique de reproduction permettant d'imprimer des documents directement depuis des données informatiques. Elle s'adapte particulièrement aux attentes actuelles des clients, de par sa flexibilité et sa rapidité. Elle concerne plutôt les petites quantités.

2) Impression Offset :

Le procédé offset est actuellement le procédé majeur d'impression. Il fournit des produits de très haute qualité, à un coût unitaire assez faible. Son succès est dû à sa souplesse et sa capacité à s'adapter à une large variété de produits. L'offset permet de couvrir une gamme de tirages relativement large.

*Les attributions de ce service en collaboration avec le service infographie sont:

- Impression du produit du plus simple au plus complexe,
- Imprimer sur différents supports ainsi qu'en recto/verso,
- Façonnage du produit...

8* SERVICE MAINTENANCE :

Les attributions de ce service sont :

- proposer des améliorations en termes de solutions techniques

- s'occuper des démarches de validation et de qualification des équipements
- évaluer le coût des travaux de maintenance
- s'assurer du respect des normes de sécurité
- prévenir et gérer les incidents de fonctionnement
- effectuer une veille technologique

9*SERVICE TECHNIQUE :

Le service technique organise la fabrication du produit.

Les tâches :

- Rédiger le cahier des charges(CDC) qui est un document qui doit être respecté lors de la réalisation d'un projet.
- Rédiger la notice qui est un livret groupant les indications relatives à la construction, à l'entretien et à l'utilisation d'une machine, ou d'une installation.
 - Calculer le coût de revient.
 - Compléter le suivi des stocks (matières premières et produits finis).
 - Rédiger les conditions générales des ventes.

Partie II : Analyse du Marché de Bureau Market

I)Analyse d'Environnement Concurrentiel « Matrice de Porter »

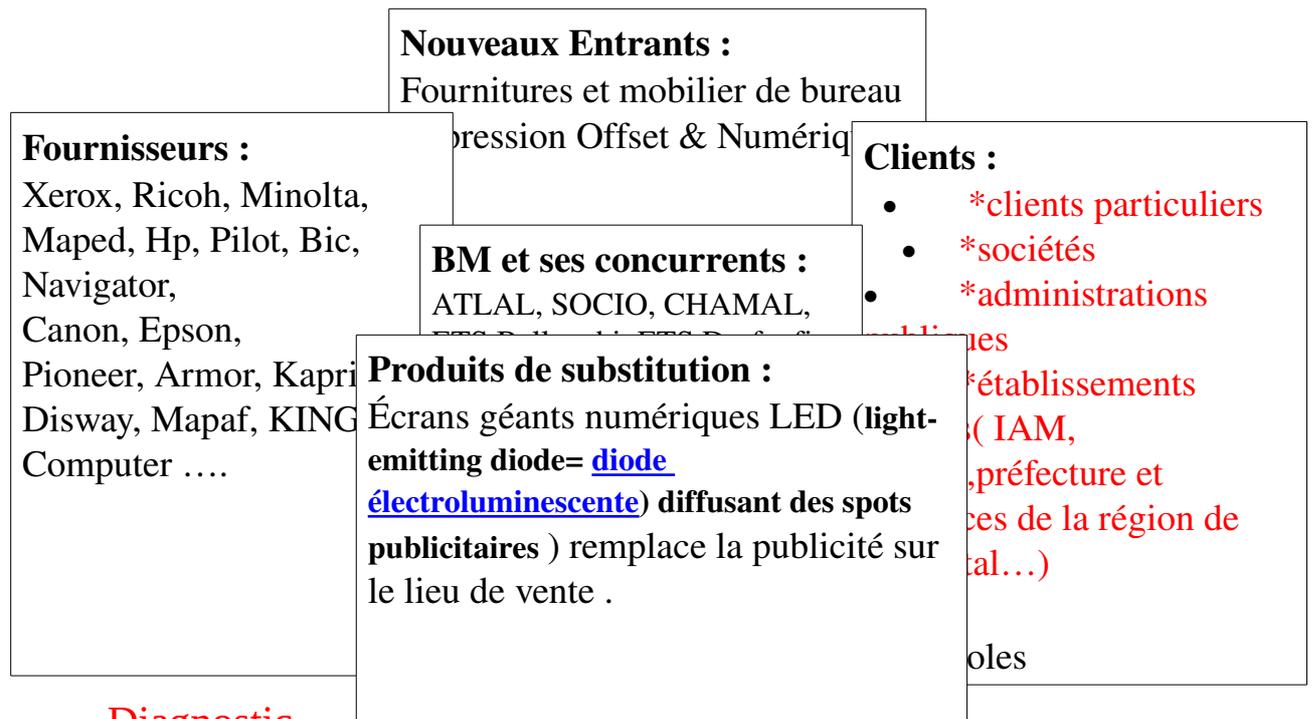
Le modèle des « **cinq forces de Porter** » a été élaboré en **1979** par le professeur de stratégie **Michael Porter**. Il considère que la notion de **concurrence** doit être élargie. Au sein d'une industrie, un « **concurrent** » désigne tout intervenant économique susceptible de réduire la capacité des firmes en présence à générer du profit.

Selon Porter, cinq forces déterminent la structure concurrentielle d'une industrie de biens ou de services :

1. le pouvoir de négociation des clients,

2. le pouvoir de négociation des fournisseurs,
3. la menace des produits ou services de substitution,
4. la menace d'entrants potentiels sur le marché,
5. l'intensité de la rivalité entre les concurrents.

***Analyse d'environnement concurrentiel de Bureau Market :**



Diagnostic
Stratégique « Analyse SWOT »

SWOT :

L'analyse SWOT ou matrice SWOT est un outil de stratégie d'entreprise permettant de déterminer les options stratégiques envisageables au niveau d'un domaine d'activité stratégique (DAS).

Le terme SWOT est un acronyme issu de l'anglais : Strengths (forces), Weaknesses (faiblesses), Opportunities (opportunités), Threats (menaces).

Forces

Faiblesses

*Leader sur le marché des produits imprimés,
* Qualité d'impression élevée,
* Mise en oeuvre très rapide (impression numérique),
* Large gamme de produits,
* Site Internet dynamique,
* Forte innovation produite,
* Concessionnaire de la société Xerox dans la région de l'oriental,
* Existence de la Clientèle fidèle,
* Taille actuelle de la société et la nature de l'activité lui offre des opportunités de croissances importantes.

Opportunités

*Evolution du marché des produits imprimés : tendance de consommation vers des produits aux certains modèles modernes.
* Augmentation de la productivité,
* Croissance des ventes,
* Nouvelles demandes,
* Prise de parts de marché,
* Conquérir les nouveaux marchés,
* Orientation vers le développement durable.

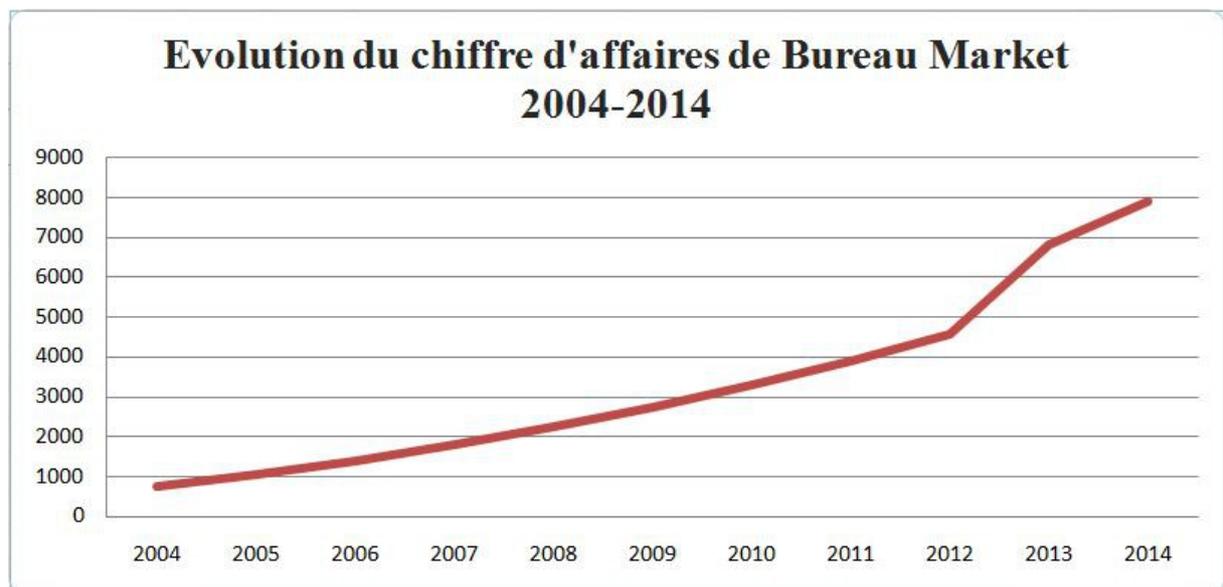
*Procédé non approprié pour les petites séries (offset),
* Mise en oeuvre longue (offset),
* Tirages longs (offset),
* Faible rentabilité pour les longs tirages (impression numérique),

Menaces

*Arrivée en masse des produits de Marque sur le segment des imprimés commerciaux & imprimés en typographie/offset..., politique prix de plus en plus agressive.
* Tendance au déclin du marché des imprimés d'offset,
* Forte concurrence,
* Les imprimeurs deviennent de plus en plus exigeants en matière de la qualité des produits imprimés,
* Nouveaux entrants.

I. Evolution du chiffre d'affaires

Années	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
CA en Mdhs	750	1050	1400	1800	2250	2750	3300	3900	4550	6800	7900



Commentaire :

Cette courbe représente l'évolution du chiffre d'affaires de la société Bureau Market durant les années 2004-2014 ; on remarque une augmentation continue du chiffre d'affaires

bouchraaa

Partie III : Travaux effectués au sein de l'entreprise Bureau Market

Durant ma période de stage , j'ai effectué les tâches suivantes dans les services suivants :

SERVICE SECRETARIAT :

- Tâches quotidiennes d'une secrétaire
- Archivage
- Classement des dossiers des clients

SERVICE COMPTABLE :

- La saisie des opérations de rentrée et de sortie d'argent dans un logiciel informatique relié à la société à savoir le logiciel SAGE Gestion Commercial 100 qui est parfaitement adapté à l'organisation des entreprises par sa puissance de paramétrage, il prend en charge toute la structure commerciale de l'entreprise en s'adaptant au mieux à l'organisation de celle-ci. Il permet également de faciliter la gestion des achats et des approvisionnements auprès des fournisseurs et d'accélérer le traitement de toute la chaîne de commande, de livraison et de facturation aux clients.
- Etude des documents comptables de l'entreprise tels que le bilan , le journal, le compte des produits et des charges (CPC)

Services Infographie & Impression

La procédure du travail qui s'effectue au sein de ces deux services est la suivante :

- * préparation de devis : ce qu'on décide de faire (nombre d'exemplaire, couleur, police) avec le client.
- *Les devis comprennent : le format fini, le format ouvert, le type de papier, le type d'impression, les éléments fournis par le client, , le façonnage, le poids d'un exemplaire, et acheminer les travaux vers le département commercial.

Service Gestion de Stocks :

- ⇒ Gestion des mouvements de stocks et référencement des articles à l'aide du logiciel SAGE gestion commerciale 100 .

Service ventes :

- ⇒ Ce service est en fonction directe avec la clientèle et a pour objectif la finalisation des opérations de ventes.
- ⇒ Mon stage comportait donc une mission vente dans le magasin de l'entreprise ; j'ai effectué des ventes de mobiliers, de matériels et de fournitures de bureau.
- ⇒ Au cours de ce stage, j'ai pu retrouver et utiliser de nombreuses notions . En effet, j'ai pu mettre en application les étapes de vente en cours de techniques de vente et négociation, c'est-à-dire la prise de contact avec le client, la découverte des besoins, puis la phase d'argumentation

A) **Le contact avec le client :**

- ⇒ Mener un entretien de vente , c'est d'abord entrer en contact avec le prospect, c'est-à-dire susciter l'intérêt et créer un climat de confiance .
- ⇒ Le premier contact entre le vendeur et son futur client est une étape primordiale de l'entretien de vente .
- ⇒ Durant la phase de prise de contact , le vendeur :
 - Entre en communication avec son client
 - Met en place l'entretien

Parmi les objectifs de la prise de contacts :

- ⇒ **Se présenter** sous un aspect favorable, c'est-à-dire être reconnu comme un professionnel ;
- ⇒ **Créer un climat de confiance** pour amener l'interlocuteur à écouter et lui donner envie d'exposer ses besoins ;
- ⇒ **S'engager rapidement dans la découverte** pour éviter de perdre un temps précieux non seulement pour soi , mais aussi pour son interlocuteur.

B) **La découverte du client :**

Découvrir son interlocuteur, connaître ses besoins et identifier ses motivations , est une phase incontournable de l'entretien de vente car elle permet :

- De le valoriser par l'intérêt porté à ses besoins , à ses attentes ;

- De lui proposer ultérieurement LE produit ou LA solution qui répond le mieux à ce qu'il souhaite .

c) L'argumentation :

Une fois la solution retenue , il faut sélectionner les arguments auxquels le client sera sensible.

Le client achète non seulement un produit mais aussi et surtout les avantages qu'il va lui apporter .

Pour être convaincant, le vendeur doit donc se préparer à la vente en construisant un argumentaire qui répertorie les avantages liés à l'utilisation du produit .

En effet , l'argumentation doit se faire dans le cadre de quelques règles telles que l'énonciation des arguments un par un , faire participer le client , l'utilisation des supports visuels Etc

Conclusion :

Le stage que j'ai effectué au sein de la société « Bureau Market » m'a permis de mettre en épreuve les connaissances que j'ai acquises tout au long de mes études et d'acquérir une bonne expérience pour ma future vie professionnelle.

En outre, il m'a offert l'opportunité de satisfaire ma curiosité , de participer aux tâches courantes de la vie professionnelle, de vivre des situations pratiques et de développer mon sens de responsabilité suite à une forte intégration dans les services de la société et une collecte intensive des informations.