



Micad

ON PARTAGE VOTRE TECHNOLOGIE

AU SERVICE DES IDÉES ET DE L'INNOVATION

**Notre activités,
Nos atouts,
Nos solutions**

**Ensemble, à votre côté,
sur les marchés
internationaux**

JAN 2023

Volume

01



Sommaire

5

Bienvenue

7

Activité

9

Philosophie

11

Solutions

12

*Domaines B2B et
Expertise*



"Quod natura relinquit imperfectum, ars perficit"

01.2023

Au cours des ans d'activité passés sur les marchés internationaux d'abord en tant qu'export manager et ensuite business développer, l'objectif a été toujours celui d'arriver à proposer des produits technologiques de pointe et d'essayer à travailler pour des entreprises, éveillées sur ce qui veut dire vendre des produits sur de nouveaux marchés. J'interprète mon activité en sélectionnant de parcours de développement commercial capables de donner aux sociétés mandantes et aux clients finaux, des relations gagnant-gagnant, stables et solides. Tout ça demande bien entendu un engagement par les deux côtés ; je m'engage à ce que cela se réalise de la manière la plus fluide possible.

Quand on parle de développement commercial, on doit partir de la considération anodine que le produit est désormais un « concept ». Parmi les différents éléments, le prix n'est pas le plus important, surtout lorsqu'on parle de produit technique où les services d'avant et après-vente, la formation technique dédiée aux réseaux territoriaux et aux clients sont primordiales. Connaissance, compétence, flexibilité, adaptabilité, par tout ça se joue la capacité d'avancer sur un nouveau marché avec efficacité et la compréhension de propres points de force et de faiblesse. Le raccourci est là, à côté, il parvient par des professionnels qui connaissent le marché et le territoire. Je suis parmi ceux-ci et je suis à votre écoute et pour vous accompagner dans vos projets de développement commercial à l'international !

Bien cordialement,
M. CADONI



*Se développer ensemble...
S'épanouir.*

J'accompagne les clients sur les nouveaux marchés ou je les aide à incrémenter et améliorer leur présence dans des marchés où ils sont déjà présents. Prospection, préconisation, vente directe de produits techniques du domaine B2B sont les activités développées dans un parcours préventivement convenu et précisé du début de la coopération.

Suivis réguliers, confrontations sur les résultats, analyse du marché, redéfinition des stratégies : tout ça caractérise mon activité.

On parle d'une approche pragmatique, effectuée par un professionnel extérieur, une chose qui donne aux clients la possibilité d'avancer avec une progression précise et normalisée.

Par cela, on a d'un côté l'avantage de ne modifier pas la structure et l'organisation de l'entreprise et de l'autre côté de pouvoir l'intégrer en préservant les équilibres intérieurs, parfois délicats.

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

Activité

Si le business développeur doit procéder en contactant le nombre le plus élevé d'opérateurs organisés (grossistes, plateformes d'achat régionales, GSS, GSB, etc.) présents sur le marché cible, en même temps, il doit s'intéresser aux possibles évolutions du marché et donc aux nouvelles opportunités ou en créer en utilisant une vision "hors ligne" du marché et se focalisant sur les objectifs et les caractéristiques du client.

Ce deuxième choix stratégique est le plus complexe, car on ne travaille plus sur de simples listes de noms, mais sur une stratégie à bâtir et donc au-delà de la simple activité de prospection / préconisation.

Philosophie

Définir et appliquer cette modalité de travail demande une étude approfondie des caractéristiques du produit et la capacité et l'adaptabilité du potentiel partenaire commercial à une nouvelle dimension de son business.

Dans cette interprétation extensive du rôle de « business développeur » s'encadre l'activité que je développe et que je propose à mes clients et qui revient de l'activité d'analyse du marché que j'exploite avant d'avancer en chaque projet de développement.

Se proposer sur le marché simplement en proposant des produits de remplacement de ceux de la concurrence, avec de mêmes caractéristiques, tout ça ne pose pas le produit au centre du projet. Les résultats atteints sont fréquemment loin de ceux qu'on s'attend (car la marge est basse, la concurrence haute). Celle-ci est une situation qui revient fréquemment lorsqu'on embauche des commerciaux des concurrents, l'on « achat » des réseaux de distribution. On ne cherche pas à affirmer le « concept », mais de simples chiffres d'affaires sans se poser d'attention aux détails.

Quels sont les avantages d'une approche « **hors standard** » ? Un de plus important c'est sûrement celui de voir accepter davantage le style et l'allure de la société et donc réussir à créer une identification étroite entre le produit « concept » et le client final.

Cela protège même la structure créée de l'agression de la concurrence, car l'engagement et la vision du marché passent par l'identification de la marque.

Un autre avantage est une moindre résistance à changer les processus de vente, car il y a de moindres résidus du passé et aucune des vieilles habitudes commerciales, qui souvent demandent à maintenir le statu quo du précédent fournisseur. Tout cela est fréquemment l'obstacle principal à transférer les valeurs et l'image de la société et il finit à provoquer d'interminables discussions sur ceux qui sont les standards du marché, qu'au bout de la discussion ils se manifestent pour ceux qu'ils sont : une habitude et non la représentation du marché.

Solliciter le marché, l'analyser, se confronter, proposer une vision personnalisée : tout ça me représente.

Philosophie

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 différentes exigences et niveaux d'intervention, de programmes d'activités adaptés à la taille du client sont possibles.

Domaines B2B dans lesquels on intervient ou l'on est intervenu :

Énergies renouvelables,

- Panneaux photovoltaïques, onduleurs, structures métalliques de support sur terrain, systèmes intégrés, systèmes à île 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 mécatroniques de gestion du stationnement réglementé en espace clos (composants mécaniques, bornes, caisses automatiques et logiciel de gestion des tâches personnalisé en accord aux exigences du client, gestion des différentes typologies d'abonnements, zone de stationnement différencié, lecture des plaques d'immatriculation)

Domaines B2B

Expertise

Systèmes de billetterie

- Systèmes automatiques pour la gestion des billetteries pour les 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
- Accessoires pour cheminées



EURL MICCAD

Janvier 2023

1, Place des Granges - 03310 NERIS LES BAINS

FRANCE

Contact Us

info@miccad.com

www.miccad.com