



Chasseurs de coûts bureautiques.

Les besoins de l'entreprise en terme d'impressions et copies sont le centre d'intérêt de 2 métiers diamétralement différents et opposés.

Cette simple feuille de papier quelque soit sa source coûte beaucoup d'argent à l'entreprise.

Le phénomène n'est pas prêt de ralentir ni de s'inverser, si l'on en croit les taux de pénétration à deux chiffres de la couleur sur les trois dernières années.

En effet, selon le positionnement utilisateurs, vous avez le choix entre les acteurs des périphériques informatiques (revendeurs, distributeurs ou marques directes d'imprimantes) et les acteurs de la bureautique, anciennement nommée reprographie (revendeurs, distributeurs ou marques directes de photocopieurs).

Afin de comprendre et comparer ces deux mondes, prenons quelques exemples significatifs.

Les vendeurs de copieurs sont sur le terrain, payés au CA et/ou à la marge.

Ils ont un parc de machines installées « dites clients » et un secteur géographique donné sur lequel, ils sont à la chasse aux prospects.

Ce marché de renouvellement leurs impose une remise à zéro mensuelle et de ce fait une pression du résultat omniprésente.

Ils défendent donc prioritairement leurs intérêts, ensuite ceux de leur marque et en fin de compte ceux des clients.

Pour la plus part d'entre eux, ils se contentent de répondre à un besoin ou une demande, mais n'ont pas véritablement d'intérêts à comprendre tous les problèmes clients.

Occasionnellement, ils peuvent néanmoins essayer de remplacer quelques imprimantes pour rapatrier le volume traité sur l'une ou l'autre de leurs machines.

Dans tous les cas, les clients sont susceptibles de signer des offres en financement et des contrats au prix copie avec engagement trimestriel ou annuel.

Globalement, les avantages de ces contrats sont d'éviter les surprises, car les dépenses sont affichées dès le départ et les consommables inclus.

Les vendeurs d'imprimantes quant à eux sont à 90 % des télévendeurs et/ou de simples catalogues chez lesquels le client doit trouver lui-même le bon produit correspondant à ses besoins.

Les quelques conseils obtenus lors des achats d'imprimantes sont souvent liés ou dirigés par les promotions et/ou destockages en cours.

Les prix, au 1^{er} abord sont intéressants (pour exemple le bon nombre d'imprimantes à 1 € de plus pour l'achat d'un PC).

Pour la partie maintenance et consommables, les choses sont totalement différentes.

Les clients peuvent prendre des extensions de garanties (plus ou moins complètes) ou considérer ces imprimantes comme des consommables à part entière et les jeter en cas de gros problèmes techniques.

Dans le dernier cas, les interventions techniques sont facturées et la maintenance également.

Pour les consommables (cartouches), le problème est tout autre, en effet, dans ces métiers de l'impression, les cartouches sont payantes et les prix varient selon les imprimantes et leurs capacités.

Ces capacités sont calculées en fonction d'un taux d'encrage, c'est-à-dire le pourcentage d'encre utilisé par rapport à la surface de la feuille blanche.

Le taux d'encrage annoncé, pratiqué actuellement est de 5%.

Mais attention, 5% de taux d'encrage représente à peu près, un courrier de 3 ou 4 lignes avec formule de politesse, réf, adresse du destinataire, et nom de l'interlocuteur.

C'est-à-dire pas grand-chose !

Si le client désire affiner son budget et ses dépenses prévisionnelles, il devra pour commencer diviser par deux le volume escompté ou inversement multiplier par deux son prix de revient consommables.

Mais ce n'est pas tout, si l'imprimante en question est une couleur il devra également faire le calcul suivant : pour fonctionner, mon imprimante a besoin de 3 cartouches couleur et 1 NB.

Si ma cartouche couleur me coûte 25,00 € HT pour une capacité annoncée de 1000 impressions et si ma cartouche NB me coûte 15,00 € HT pour 2000 impressions.

Si pour obtenir une impression pleine couleur (quadrichromie) il me faut donc 3 passages couleur et 1 passage NB.

Si les capacités des cartouches sont 2 fois moins importantes que prévues.

$$25,00 \text{ €} \times 3 = 75,00 \text{ €} / 500 = 0,15 \text{ € HT}$$

+

$$15,00 \text{ €} / 1000 = 0,015 \text{ € HT}$$

$$= 0,15 + 0,015 = 0,165 \text{ € HT la page}$$

Pour finir, vous devez également prendre en compte les pièces d'usure considérées comme consommables à part entière (courroies, tambours etc.....)

Alors, vers qui se tourner pour répondre au mieux aux besoins de l'entreprise ?

La réponse miracle n'existe pas, mais il est judicieux de faire un mixte produits et solutions dans les 2 mondes.

En effet, pour les très petits volumes et/ou les mono utilisateurs, une petite imprimante NB peut parfaitement répondre à cette problématique.

A charge du responsable réseau d'enregistrer des paramètres pour que les tirages plus importants soient automatiquement basculés vers des solutions moins coûteuses.

Attention toutefois à définir un seul modèle d'imprimante pour l'ensemble de l'entreprise et de ce fait obtenir des prix intéressants sur les volumes de consommables commandés.

Pour la couleur, vérifiez bien s'il n'existe pas un produit pouvant répondre à votre besoin chez les acteurs bureautique (copieurs).

L'investissement de départ sera peut être plus important (et encore), mais le contrat de service vous permettra d'éviter toutes les mauvaises surprises (tous les consommables inclus).

Laurent BESNARD
<http://www.clbconseils.com>