

Schneider Electric et la *mondialisation*



Merlin Gerin
Square D
Telemecanique



Schneider Electric, une entreprise qui vend des biens intermédiaires...

Dans les domaines :

■ De la distribution électrique

■ Du contrôle industriel et des automatismes



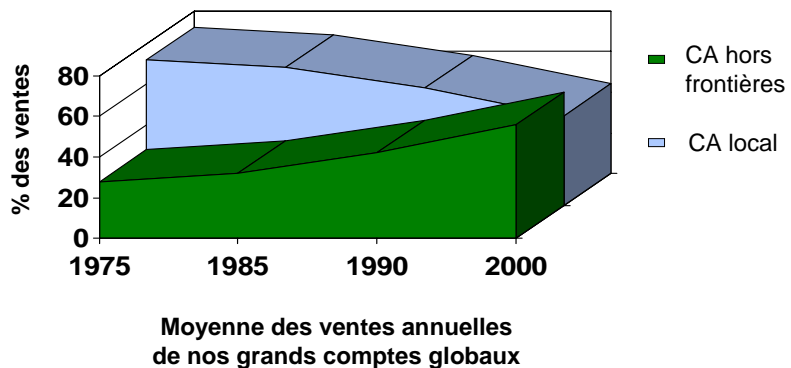


Schneider Electric, une entreprise qui vend des biens intermédiaires...

Sur quatre grands marchés :



Une présence mondiale toujours accrue des grands clients de Schneider Electric sur ces marchés





Définition d'un Grand Compte Global

Une **dizaine de critères** ont été déterminés, qui permettent à Schneider Electric de cibler les clients qu'elle souhaite accompagner plus particulièrement.

Notamment, une entreprise :

- Ayant une vision mondiale de ses activités
- Une volonté forte de se déployer à l'international
- Offrant un potentiel de développement important pour Schneider Electric
- Appartenant à l'un des quatre marchés ciblés par Schneider Electric



Schneider Electric accompagne ses Grands Clients Globaux

■ Mobilisation des ressources locales :

- 70 centres de projets
- 150 centres de service
- 190 [sites industriels](#)
- 13 000 points de vente
- 40 centres de formation
- Réseau de [partenaires](#) dans 130 pays

■ Offre globale adaptée à toutes les implantations du Grand Compte dans le monde.





Quelques exemples de fournitures globales



■ Veolia Environnement,

Schneider Electric est le fournisseur référencé de ses activités "Eau, Déchets, Energie et Transport" pour toutes ses filiales dans le monde.

■ GlaxoSmithkline,

une entreprise pharmaceutique, a signé un accord global de fourniture d'équipements électriques et de maintenance des installations pour toutes ses usines dans le monde.



Les avantages de la globalisation

Pour le Client :

- La diminution du nombre de ses fournisseurs
- La possibilité de se concentrer sur son métier de base
- La réduction des coûts de fournitures
- L'accès à des solutions techniques innovantes et une compétitivité accrue



Les avantages de la globalisation

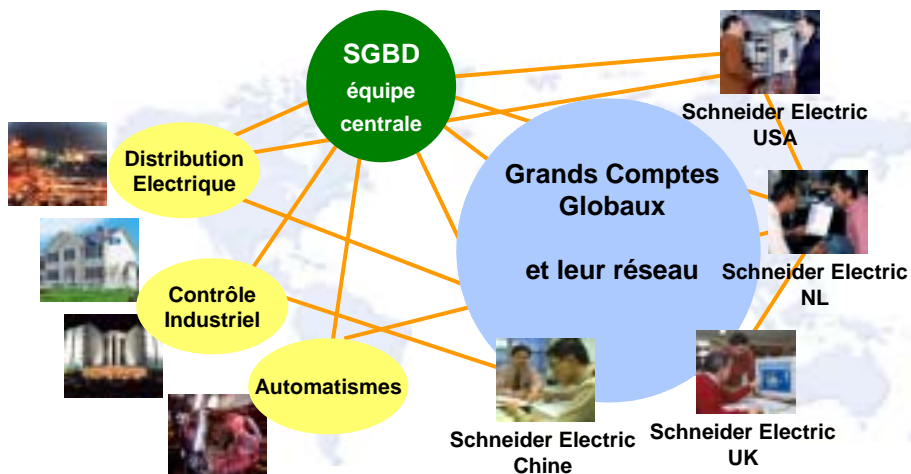
Pour Schneider Electric :

- Des liens privilégiés avec le client Grand Compte
- Les avantages d'un partenariat pour agir en amont du processus de décision
- Le potentiel de valeur ajoutée générée par les activités de service
- La croissance du chiffre d'affaires



Schneider Global Business Development

*Un réseau international
organisé pour satisfaire le Client*

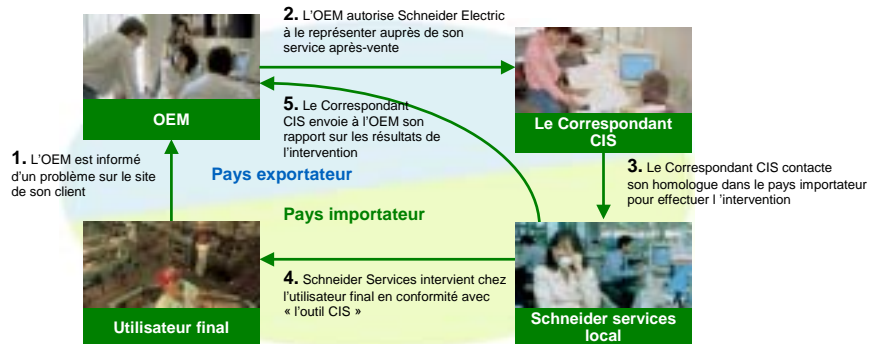




Exemple de partenariat : adaptation du global au local, le *Customer International Support (CIS)*

190
correspondants
au service
des fabricants
de machines
(OEM)

- Une offre de service sur les produits installés dans leurs machines partout dans le monde.
- Des interventions chez l'utilisateur final de ces machines



Exemple d'impacts de la *globalisation* sur les Organisations de Schneider





Les impacts liés aux nouvelles technologies

Les **places de marché** et la possibilité de choisir en ligne son produit parmi plusieurs fournisseurs

Les atouts :

- La mise en concurrence de tous les fournisseurs mondiaux
- Une nomenclature homogène pour faciliter le choix du client
- Du knowledge management au travers des pratiques commerciales
- Création de communautés acheteurs / fournisseurs

Les limites :

- Problèmes de confidentialité
- La sécurisation des moyens de paiement
- L'obligation de libre accès
- Des retombées incertaines
- La résistance au changement



Les impacts liés aux nouvelles technologies

Les **intranet / extranet** pour mieux servir les **Grands Comptes Globaux**

■ Au sein de l'Entreprise :

- Suivi des stratégies commerciales au niveau central
- Remontée du terrain des actions entreprises
- Gestion comptable des commandes
- Gestion des incitations financières allouées localement aux équipes de vente
- ...

■ A l'extérieur, c'est aussi la possibilité de travailler avec le Client :

- sur l'application des accords de partenariat signés
- sur ses besoins globaux
- sur ses commandes et leur suivi local
- ...



Les impacts sur les Ressources Humaines

Les Ressources Humaines à l'échelle Mondiale

- **Recrutement de ressources à profil international**
- **Mobilité internationale interne (67% hors de l'hexagone)**
- **Formations dédiées :**
 - suivi et gestion des Grands Comptes Globaux
 - formation mondiale des vendeurs
 - formation à la gestion de projets internationaux
- **Collecte, partage et promotion en ligne des pratiques commerciales de tous pays**



Les freins à la Globalisation

Les contraintes liées à la globalisation

- **Résistance au changement :**
 - nouvelles habitudes de vente
 - utilisation des nouvelles technologies
- **Hétérogénéité des règles des Marchés dans les grands pays et les principales zones d'influences**
(Etats-Unis, Chine, Europe etc..)
- **Les règles de la concurrence**



Conclusion

- Trouver un certain équilibre entre le Global et le Local
- Les politiques commerciales sont à décliner au niveau *national, régional, international* et *global*
- Le e-Business accélère le développement des compétences, des connaissances des clients et des valeurs ajoutées à leur apporter

Schneider Global Business Development (SGBD)



Merci de votre écoute

Quelques critères définissant un Grand Compte Global

- Importance du chiffre d'affaires avec Schneider Electric
- Potentiel de croissance de ce chiffre d'affaires (au moins 50%)
- Ancienneté de la relation commerciale avec Schneider
- Activités principales de l'entreprise cliente
- Nombre d'activités majeures concernées (distribution électrique, automatismes, contrôle industriel)
- Nombre de pays concernés
- Position de l'entreprise sur son marché
- Existence chez l'entreprise cliente d'une organisation adaptée à la stratégie globale : présence d'un International Account Manager, centralisation des décisions d'achat



Les Grands Comptes Globaux

85 Clients utilisateurs finals :

- 31 en Amérique du Nord
- 54 en Europe

34 fabricants de machines (OEM) :

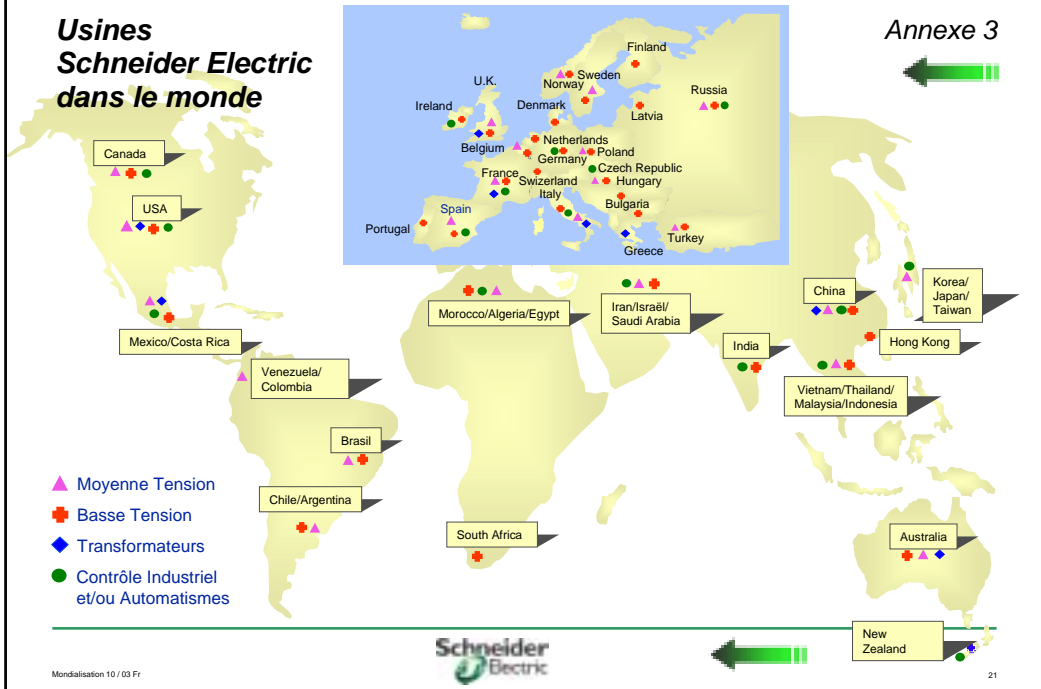
- 8 en Amérique du Nord
- 26 en Europe

**Les Grands Comptes Globaux représentent
10% des ventes consolidées de Schneider Electric**



Usines Schneider Electric dans le monde

Annexe 3



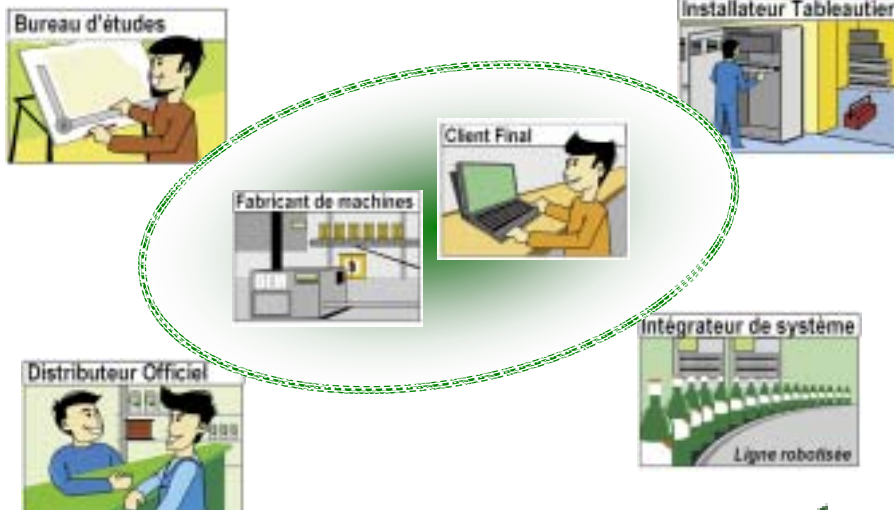
Mondialisation 10 / 03 Fr



21

Annexe 4

Des partenaires présents dans 130 pays



Mondialisation 10 / 03 Fr



22