

**GESTION****Logiciels Faites de vos devis un avantage concurrentiel**

Caroline Arnaud | N°5444 du 28/03/2008 | Page n°98, 1894 mots



**Plus qu'un simple indicateur de prix, le devis constitue aujourd'hui un véritable outil stratégique pour l'entreprise. Pour son élaboration, les éditeurs proposent des logiciels simples d'utilisation et ergonomiques.**

«Le premier concurrent des éditeurs de logiciels de devis, c'est Excel. » Le constat de Manuel Gonzales, directeur commercial de l'éditeur de logiciels Aquitaine Informatique, pourrait surprendre. Or, nombre de petites entreprises privilégient encore les outils de Microsoft pour établir leur devis. Question de prix ou d'habitude, en utilisant un simple tableur, ces entreprises restreignent la portée du devis au seul chiffrage d'une prestation. Or, il revêt une importance bien plus stratégique. Outil de séduction commerciale, de négociation et de prévision, le devis reste l'étape cruciale pour décrocher une affaire. Pour accompagner les entreprises dans leurs réponses commerciales, les éditeurs de logiciels déploient des solutions adaptées.

Une ergonomie proche de Microsoft. Premier cheval de bataille des éditeurs : la souplesse et la simplicité d'utilisation. La complexité réputée des logiciels constitue en effet le premier frein psychologique à leur utilisation. L'ergonomie des logiciels se veut donc la plus proche possible d'Excel et de Word. Rubriques, icônes, illustrations... l'utilisateur conserve les mêmes repères que sur Microsoft. Nul besoin de formation, la navigation demeure familière et intuitive.

Les éditeurs se sont fixé ce même impératif de simplicité dans le passage du devis à la facturation. Quelques clics suffisent. En cas d'erreur sur les intitulés ou les calculs, les logiciels de devis jouent automatiquement les garde-fous. Même au cours de la réalisation du chantier, l'utilisateur peut modifier des données, par exemple la part de sous-traitance ou le stock de matériaux. Le logiciel réajuste alors instantanément l'intégralité du devis. Un contenu modulable à l'envie, des tâches automatisées...

sont autant d'avantages offerts par les logiciels. « Depuis que j'utilise une telle application, j'ai gagné 50 % de mon temps dans l'élaboration des devis », illustre Marie-Louise Prieur, secrétaire en charge des études des marchés publics de l'entreprise de maçonnerie Plumard, située à Lagny-sur-Marne (Seine-et-Marne).

S'ils jouent sur la productivité, les logiciels de devis garantissent également la conformité légale des documents. Les dispositions relatives aux lois sur les nouvelles régulations économiques relayées par la direction générale des impôts (calcul de l'éco-contribution, archivage des factures ou gestion des statuts « facture en cours », « comptabilisée », « validée ») sont directement prises en charge par le logiciel. Daniel Marrache, responsable marketing du bâtiment de l'éditeur Sage rappelle : « Sur Excel, un numéro de facture se modifie facilement. Avec un logiciel, c'est impossible. »

Un tableau de bord de l'activité. Un logiciel n'a pas seulement vocation à produire des devis propres sur le fond et sur la forme. Il s'avère être un véritable instrument de pilotage de la performance. A partir des données saisies dans les différents devis, le logiciel permet d'établir un tableau de bord de l'activité : nombre de chantiers en cours, niveau de rentabilité, factures à relancer... Eric Pons, directeur général de Tech Therm, entreprise de génie climatique à Epinay-sous-Senart (Essonne) étaye : « Le logiciel nous permet de suivre nos affaires mois après mois. Ainsi, nous pouvons établir des prévisions et des comparatifs. En fonction de ces indicateurs, nous fixons des objectifs pour motiver nos équipes. »

Une nouvelle tendance autour du devis se profile : celle de la mobilité. Les logiciels de devis pourraient, à l'avenir, s'associer aux « Pocket PC » ou aux ordinateurs portables. Ces outils de mobilité ont aujourd'hui d'autres usages tels que la saisie des horaires ou la gestion des stocks. A l'avenir, l'utilisateur pourrait chiffrer directement son affaire depuis son portable, les informations seraient ensuite automatiquement transférées au siège de l'entreprise. « L'utilisation des outils de mobilité pour établir des devis devrait se développer d'ici à deux ou trois ans », pressent Nathalie Keller, chef de produit d'EBP.

En attendant cette nouvelle vague technologique, les entreprises comblent leur retard en matière d'équipement. Pierre Schnoebelen, gérant de l'éditeur CIL Informatique illustre : « La moitié des clients que nous équipons sont des primo accédants. Ils franchissent le pas quand ils ont besoin de surveiller leurs marges, de suivre les affaires au plus près. » En d'autres termes, d'optimiser leur stratégie.

## **L'EXPERT Laurent Demouge, gérant d'Exxan, cabinet de conseils en nouvelles technologies pour les PME.**

Propos recueillis par C.A.

« Le devis devient un véritable argumentaire de vente »

### **Reste-t-il encore des entreprises qui réalisent leurs devis avec Excel ou Word ?**

Absolument. Excel est très utilisé dans les petites entreprises. Pour nombre d'entre elles, investir dans un système informatique, notamment dans un logiciel de devis, constitue une démarche onéreuse qui ne va pas leur rapporter. Elles estiment également que les logiciels ne sont pas adaptés à leurs besoins et qu'ils sont d'abord destinés aux grandes structures.

### **Comment le devis a-t-il évolué ces cinq dernières années ?**

L'évolution a porté à la fois sur la forme et sur le fond. Auparavant, le devis se résumait à quelques lignes sur une page Excel et se limitait au chiffrage de l'affaire. Désormais, il constitue un véritable argumentaire de vente et reflète la culture et le sérieux d'une entreprise. C'est la raison pour laquelle de gros efforts sont portés sur la présentation. Aujourd'hui, les entreprises n'hésitent plus à détailler, ligne par ligne, les interventions proposées et les matériaux ou les produits utilisés. Dans le négoce par exemple, un devis peut compter une vingtaine de pages !

### **Comment optimiser son devis ?**

Tout d'abord, il faut travailler l'esthétique du devis pour séduire le client. Pour ce faire, l'entreprise peut jouer sur plusieurs facteurs : le logo, par exemple, est un passage obligé. En outre, intégrer des images, des photos permet de capter l'attention du prospect. Ensuite, il faut donner du contenu au devis en expliquant clairement la prestation. Car le client n'est pas dupe : il sait qu'il a une offre commerciale sous les yeux. L'entreprise doit montrer à ce dernier qu'elle a bien réfléchi à son besoin.

### **Comment faites-vous pour optimiser vos devis ?**

#### **André Pitiot, responsable technique du service devis, Gagne SAS, entreprise de charpentes métalliques, 210 salariés, Le Puy-en-Velais (Haute-Loire).**

«Nous construisons une bibliothèque de prix la plus complète possible. Dès le départ, nous avons intégré à la bibliothèque les articles spécifiques à notre activité. Pour chaque nouvelle affaire, nous avons immédiatement à disposition les informations relatives aux matériaux et aux pièces nécessaires. De même, quand nous utilisons des articles qui ne figurent pas dans la bibliothèque, nous enregistrons leurs références. Cela nous permet de gagner du temps et de nous consacrer davantage à la partie étude de prix.»

#### **Marilou Bonthoux, vice-présidente SATP, entreprise de TP, 15 salariés, Saint-Jean-Saint-Nicolas (Hautes-Alpes).**

«Nous utilisons à la fois Excel et un logiciel. Excel sert à la partie facturation, car pour les appels d'offres, nous ne pouvons pas passer par le logiciel. En revanche, pour saisir le devis, nous recourons à un logiciel. Il contient en effet toutes les données dont nous avons besoin et les formules de calcul sont déjà paramétrées. Il suffit de quelques clics pour établir le devis sans avoir d'erreurs sur les totaux et sous-totaux. L'usage de ces outils nous permet d'accompagner l'expansion de l'entreprise et de faire face à la hausse du volume de travail.»

#### **Didier Legros, responsable informatique et manager qualité de Gallier, entreprise d'installation d'équipements thermiques et de climatisation, 154 salariés, Saint-Jean-de-la-Ruelle (Loiret).**

«Nous préparons des devis types sur notre logiciel. Nous gardons la même mise en page pour chaque devis. Nous soignons donc, au préalable, sa présentation en décrivant les tâches que nous proposons et les articles utilisés. Nous remettons régulièrement ces éléments au goût du jour. Nous faisons apparaître notre logo et notre certification Certibat. Les clients sont sensibles à ces détails. Entre deux devis de montant équivalent, cela peut faire la différence.»

## Optimisez votre devis en quatre étapes

### La création du devis

Il s'agit d'inscrire tous les renseignements relatifs à l'affaire (nom du client, adresse du chantier, date de remise de l'offre...). Cette étape ne se limite pas à l'accomplissement des formalités d'usage, elle est essentielle pour le suivi commercial de l'entreprise : combien de devis ai-je déjà fournis à ce client ? Combien ont donné lieu à des affaires ? Sur quoi ont-elles porté ? Toutes les informations précisées lors de la création du devis permettent à l'entreprise d'identifier les besoins spécifiques de chaque client. Le cas échéant, l'entreprise est plus à même de savoir comment adapter son offre. A l'échelle de toute une clientèle, ces informations permettent d'établir des statistiques fines sur l'activité : combien d'affaires rapporte mon activité climatisation ? Qu'en est-il de mon activité de chauffagiste ? Quel est le profil de ma clientèle ?

LE CONSEIL Soyez le plus exhaustif possible.

### L'étude du déboursé

Combien cette intervention va-t-elle coûter à l'entreprise ? Tel est l'objet de l'étude du déboursé. Au cours de cette étape, l'auteur du devis détaille, poste par poste, tous les éléments qui seront nécessaires à l'exécution du chantier : fournitures, matériels, main-d'œuvre, nombre d'heures... Cette phase intervient dans le calcul de la marge. Un manque de vigilance peut conduire à omettre des coûts et réduire de facto la marge. Il convient également d'être rigoureux sur les prix de chaque pièce nécessaire à la préparation du chantier. Le risque : paraître plus cher que son concurrent ou entamer sa marge. Le bon déroulement de l'étude du déboursé repose donc sur la richesse et la mise à jour de la bibliothèque.

LE CONSEIL Enrichissez votre bibliothèque.

### La feuille de vente

De la feuille de vente découle la marge bénéficiaire de l'entreprise. En fonction de coefficients (de marge, de frais généraux, de frais complémentaires...), cette page indique le prix de vente des prestations. Elle offre une synthèse financière du chantier : quels frais sont amortis ? Ce chantier est-il rentable ? Quelle remise puis-je offrir ? Si les coefficients sont préparamétrés au sein du logiciel, l'auteur du devis est libre de les modifier. Dans le cas d'une marge négative, les logiciels sont dotés de système d'alerte pour prévenir l'auteur du devis. Celui-ci peut néanmoins maintenir son choix, s'il l'estime stratégique pour décrocher une affaire. A l'issue de cette phase, l'entreprise définit le prix de vente qu'elle proposera au client.

LE CONSEIL Arbitrez entre rentabilité et geste commercial .

### La mise en page

Il est devenu fréquent d'envoyer les devis par Internet. Pour autant, cela ne doit pas porter préjudice à l'esthétique du devis. Et pour cause, aux yeux du client, la qualité de la présentation constitue un gage de professionnalisme. Nombre de logiciels proposent des mises en pages types. L'auteur du devis peut toutefois jouer sur les toutes les variantes pour personnaliser son devis (police, couleur, logo...). Outre la forme, le client est attentif au fond. Il convient donc d'offrir la meilleure lisibilité sur sa prestation. Les logiciels offrent d'intégrer des photos et des images en deux ou trois dimensions. Le client peut ainsi visualiser le résultat avant d'entrer dans la phase de négociation.

LE CONSEIL Intégrez des images et mettez en avant les éléments qui justifient le prix.