

2012-2013

STÄUBLI

DOSSIER PROFESSIONNEL

Tuteur entreprise : M. Patrick Louazel

Professeur principal : Mme Myriam Tavera

Étudiant : M. Sacha Blaise



Remerciements

Avant de commencer ce mémoire, j'aimerais remercier l'entreprise Stäubli de m'avoir accueilli au sein de la division des Connectors à Faverges dans le cadre de mon année d'alternance en Bachelor marketing et communication.

Plus particulièrement, je remercie mon responsable M. Patrick Louazel pour sa disponibilité et pour m'avoir accordé sa confiance tout le long de cette année.

J'aimerais également adresser mes remerciements à toute l'équipe du service communication pour toute l'aide qu'ils m'ont apporté et de la patience dont ils ont fait preuve.

Enfin un remerciement à l'ensemble des intervenants IPAC qui m'ont apporté leurs soutiens, leurs savoirs et leurs collaborations pour l'élaboration de ce rapport.

NOTE DE CONFIDENTIALITE

La diffusion de données financières et économiques du groupe Stäubli est limitée et soumise à l'autorisation de sa Direction Générale.

Pour ce rapport professionnel, j'ai reçu pour consigne de ne pas exploiter les données suivantes :

- Chiffre d'affaires,
- Marge,
- Volume de ventes,
- Résultats,
- Investissement,
- Budget,
- Rémunérations.

Les enjeux financiers étant très importants l'entreprise cultive depuis de nombreuses années une politique forte de confidentialité.

Merci de votre compréhension.

«Discretion : Par la nature même de notre actionariat, nous sommes tenus à un degré de confidentialité considérable au regard des informations stratégiques et financières de notre société, notamment celles connexes à nos avoirs financiers et à notre savoir-faire... »

Sommaire :

Résumé..... 4

Introduction..... 5

Présentation de l'entreprise :..... 6

 Les divisions du groupe Stäubli : Textile, Robotique et Connectors :..... 7

 Histoire du Groupe Stäubli – Les étapes importantes :..... 9

 Présentation de la division des Connectors dans laquelle j'ai évolué :..... 11

 Bien comprendre le fonctionnement du service communication :..... 12

 Rôle et Missions au sein de l'Entreprise :..... 13

Partie 2 : Analyse de l'Environnement 14

Analyse de l'Environnement Macroéconomique :..... 14

 Diagnostic du Marché :..... 14

 PESTEL et ses influences :..... 15

 La Concurrence :..... 16

 Positionnement de l'entreprise Stäubli et des concurrents :..... 17

 La demande aux niveaux mondiale :..... 18

Analyse de l'Environnement Microéconomique..... 18

 Diagnostic du Marché :..... 18

 Forces :..... 18

 Offre : Les 7P du mix marketing :..... 19

 La demande :..... 20

Partie 3 : Mise en place des opérations 21

 Problématique :..... 21

 Contexte :..... 21

 Principale objectif :..... 22

 Moyens :..... 22

 Projets - Déroulement – Description :..... 23

Partie 4 : Analyse et préconisations 27

 Analyse :..... 27

 Préconisation :..... 27

 Conclusion :..... 28

ANNEXES :..... 29

Résumé

Ce dossier professionnel présente l'entreprise au sein de laquelle j'ai réalisé mon alternance ainsi que les différents projets que j'ai menés.

For the final year of my degree course in marketing and communication, I was an intern for Staubli. The aim of this report is to present my experience in this company as well as the various projects in which I participated.

Durant mon année d'alternance j'ai occupé le poste d'assistant en communication au sein de la division des Connectors de l'entreprise Staubli. En étroite collaboration avec les services techniques et commerciaux ma mission principale a été de développer des solutions innovantes de communication.

As an intern for Staubli, I held the post of communication assistant in the Connectors department. My work involved working closely with both the technical and sales teams to develop innovative communication strategies.

En effet, la communication est un élément qui participe à la fidélisation et aux bonnes relations commerciales. Je me suis dès lors intéressé aux différents outils de communication de ma société, sa structure, son environnement, les marchés qu'elle occupe mais aussi sa politique générale...

My experience in this company has been very stimulating. I have realized the importance of communication as an essential tool that contributes to the development of good business relationships with customers and partners. My year in this company has enabled me to learn about different communication tools, their applications and uses. This year has also allowed me to learn about Staubli's structure, markets and general business strategy...

Introduction

Attiré par les métiers de la communication, j'ai poursuivi après un bac ES économique et social, un Bachelor en marketing et communication avec une spécialisation e-marketing à l'IPAC d'Annecy.

Durant les deux premières années de mon Bachelor, j'ai réalisé plusieurs stages dans les domaines de la communication notamment sur internet pour le compte d'une agence immobilière.

Dans le cadre de la troisième année de mon Bachelor, j'ai effectué mon alternance au sein de l'entreprise Stäubli situé à Faverges.

J'ai intégré le service communication de la division des connectors en tant qu'assistant de communication. Ce rapport présente les activités de mon année d'alternance encadré par M. Patrick Louazel Responsable du service communication des Connectors.

Je me suis rapidement aperçu que Stäubli, tout en démontrant une culture d'entreprise forte est plutôt conservatrice en matière de communication. Les méthodes, les couleurs et les messages utilisés pour promouvoir les produits on peu évolués durant les années. Paradoxalement, Stäubli porte une attention toute particulière aux nouvelles technologies.

Je me suis alors posé la question : **Comment allier communication traditionnelle et nouvelles technologie ?**

A partir de cette réflexion, nous avons conçu un projet en relation avec les missions associées à la fonction occupée afin d'offrir des pistes pour améliorer la communication de l'entreprise.

Dans ce rapport, nous ferons tout d'abord une présentation générale du groupe Stäubli, puis nous aborderons les différents sujets que j'ai eu à traiter au cours de mon année d'alternance. Pour finir, nous répondrons à la problématique du mémoire sous différents aspects.

Présentation de l'entreprise :

Dénomination sociale : Stäubli SCA

Localisation : Place Robert Staubli - 74210 Faverges

Activité : Machines textiles, Raccords rapides et Robots industriels.

L'entreprise Stäubli SCA innove au quotidien dans trois grands pôles d'activités, fédérés par la mécatronique : machines textiles, systèmes de connexion et robotique.



Fort de ses 3000 collaborateurs, Stäubli génère un chiffre d'affaires annuel dépassant le milliard de francs suisses. Fondé en 1892 à Horgen à proximité de Zurich, le petit atelier Stäubli est aujourd'hui un groupe international basé à Pfäffikon, en Suisse.

Actif sur les 5 continents, Stäubli compte 14 sites de production industrielle dont les sociétés Prevost, Schönherr, Multi-Contact et Deimo. Sa présence dans 24 pays, avec des filiales dédiées à la vente et aux services clients, est complétée par un réseau de distribution dans 50 pays.



Les divisions du groupe Stäubli : Textile, Robotique et Connectors :

TEXTILE - Depuis 1892, Stäubli développe et produit des systèmes de qualité pour l'industrie du tissage et offre des solutions adaptées aux besoins de chaque utilisateur.



Tissage par cadres

La gamme des machines et accessoires pour le tissage par cadres – ratières, mécaniques d'armures fondamentales – permet aussi bien la fabrication de tissus avec des dessins simples ou élaborés que la fabrication de tissus techniques.

Tissage Jacquard

Les machines Jacquard forment une gamme complète pour le tissage de vêtements, de tissus de décoration, de tissu éponge, d'étiquettes et d'autres tissus et plus particulièrement ceux avec des dessins sophistiqués.

Tissage de tapis

Les machines Schönherr offrent un maximum de flexibilité pour la production de toutes sortes de tapis à simple ou double faces, à poils ou bouclés.

ROBOTICS - La robotique. Depuis 1982, Stäubli propose une gamme de robots aux performances et aux précisions inégalées. Des petits robots de type SCARA aux gros porteurs 6 axes, capables de manipuler des charges jusqu'à 250 kg, la gamme des robots Stäubli est complétée par une large palette de solutions logicielles systèmes et métiers.



Quel que soit le secteur d'activité ou le type d'application, les robots Stäubli apportent une solution pour chaque demande et pour tous les besoins en : Industrie générale, Plasturgie, Électronique et photovoltaïque, Biotechnologie, Industrie alimentaire, Mécanique et Peinture.

CONNECTORS – Les systèmes de connexions : Stäubli est un des leaders mondiaux de systèmes de connexion rapide pour tous types d'énergies (fluides, électricité). Qu'ils soient standards ou spécifiques, les produits du programme Stäubli (mono-raccords, multi-connexion, changeurs d'outils, bridage de moule) allient performance, qualité, sécurité, fiabilité et durabilité.

Les systèmes de connexions Stäubli répondent aux critères les plus exigeants en matière de sécurité, étanchéité et fiabilité. Expert en sécurité, Stäubli protège les opérateurs sur leur lieu de travail. La technologie antipollution intégrée aux raccords Stäubli contribue à la propreté de l'environnement de travail.



Les clients font confiance aux solutions et aux services apportés par Stäubli dans les industries les plus diverses parmi lesquelles : l'automobile, ferroviaire, sidérurgie, industrie chimique, aéronautique, défense, refroidissement de l'électronique, nucléaire, plasturgie, énergie, sports mécaniques et de nombreuses autres.

Stäubli offre une gamme complète de raccords rapides standards ou de connexions spécifiques pour des applications variées:

En air comprimé : Raccords rapides avec sécurité anti coup de fouet, pistolets de soufflage, flexibles et autres accessoires.

En thermal management : Une gamme de raccords rapides allant des solutions plein débit aux modèles sans égoutture, répondant aux besoins de tous les secteurs d'activité.

En climatisation : Raccords rapides pour des connexions et déconnexions fréquentes (il n'est pas nécessaire de remplir à nouveau les circuits avec du fluide réfrigérant).

En fluides et gaz : Une gamme complète de raccords rapides pour tous types de fluides et de gaz. Une conception modulaire avec de nombreuses options comme les clés-serrures de sécurité, ainsi qu'un large choix de différents joints et matériaux.

En hydraulique : Raccords rapides avec une haute résistance à la pression, un débit optimal et assurant l'intégrité des circuits et de l'environnement de travail.

En remplissage et vidange : Une gamme de raccords rapides pour les opérations de remplissage et de vidange.

En carburants : Raccords rapides pour tous types de carburants, de modes de remplissage et de véhicules. Des systèmes de remplissage conçus pour les véhicules au gaz naturel (GNV) ou au gaz de pétrole liquéfié (GPL).

En air respirable : Raccords rapides, flexibles, unités de filtration... pour connecter les équipements de protection individuelle aux réseaux d'alimentation en air respirable.

En connecteurs électriques : connecteurs électriques pour les systèmes automatiques, les énergies renouvelables, etc.

Histoire du Groupe Stäubli – Les étapes importantes :

1892	Fondation de la société «Schelling & Stäubli» à Horgen (Suisse).	
1900	Développement de ratières pour l'industrie du tissage.	
1909	Fondation de l'usine à Faverges, France. Décès du cofondateur Rudolph Schelling. Le nom devient «Stäubli Bros». Première ratière avec commande positive du cylindre de lisage.	
1922	Construction de la première ratière à couteaux de levée commandés par cames.	
1937	Première ratière à double cylindre pour la production de tissus à rapports longs et première machine Jacquard pour le tissage de noms et de rubans.	
1946	Première ratière négative synchronisée.	
1955	Première ratière positive sans jeu de lisage.	
1956	Diversification en « Hydraulique et pneumatique » avec le début de la production de raccords rapides.	
1966	Lancement mondial des raccords Stäubli avec verrouillage de sécurité.	
1969	Reprise de l'usine de ratières « Erich Trumpelt » fondée en 1954 à Bayreuth (Allemagne). Le nom devient « Stäubli & Trumpelt ».	
1972	Développement des systèmes de raccords multiples.	
1982	Raccord de sécurité Stäubli pour air comprimé. Diversification en "Automation et Robotique"; coopération avec Unimation Inc. à Danbury (Etats-Unis), producteurs des bras robots, développement et production des robots SCARA.	
1983	Rachat de "Verdol SA", créée à Lyon en 1883 et spécialisée dans la production de machines Jacquard. Installation de la société "Stäubli - Verdol SARL" à Chassieu / Lyon, France.	
1987	Première machine Jacquard électronique CX 860.	
1989	Acquisition de «Unimation Inc.» de Westinghouse Electric Corporation à Pittsburgh, USA. Production des robots PUMA à Telford, Royaume-Uni.	
1994	Acquisition de Zellweger Systèmes de Tissage avec l'usine à Sargans, Suisse.	
1997	Etablissement d'une usine d'assemblage à Hangzhou, Chine.	
1998	Achat de la société Schönherr fondée en 1852 et spécialisée dans la fabrication des métiers à tisser tapis.	
2002	Acquisition de Multi-Contact basé à Allschwil / Bâle (Suisse).	

2003	Lancement de la technologie UNIVAL	
2004	Acquisition de l'activité robotique de Bosch Rexroth.	
2007	Stäubli obtient une participation dans la compagnie Deimo S.p.a.	
2009	Inauguration à Essen, Allemagne, du nouveau centre R&D et de l'unité de production pour le photovoltaïque. Mise en service d'une unité de vente pour l'activité Connectors en Russie.	
2010	Extension du site de Duncan aux USA.	
2011	Déménagement de Multi-Contact USA à Windsor en Californie.	
2012	Inauguration d'un nouveau bâtiment à Bombay et renforcement de notre présence sur le marché indien.	

L'innovation est la force vive de Stäubli. En quête constante d'excellence, le groupe développe sa compétence et son expérience dans la mécatronique en concevant, produisant, commercialisant et assurant le service des produits et des systèmes sur des marchés exigeant un niveau de productivité élevé.

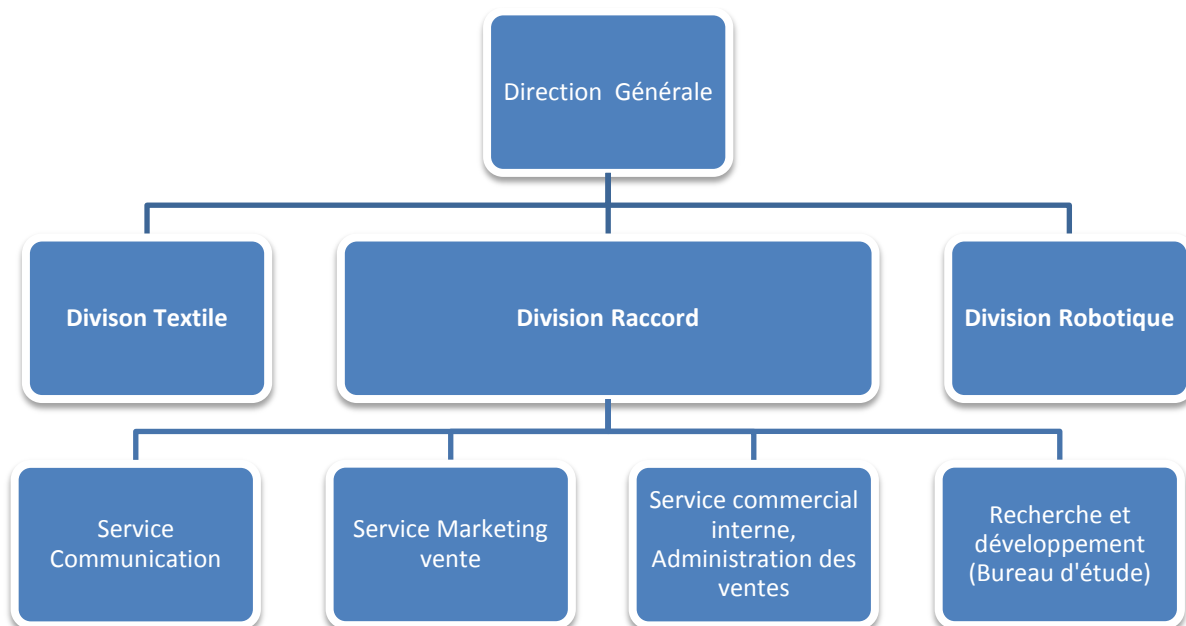
Stäubli met tout en œuvre pour développer sa position d'innovateur au niveau international en :

- Proposant aux clients les meilleurs produits et services tant en terme de qualité que de performance.
- Soutenant activement toute initiative visant à l'amélioration des produits et services.
- Maintenant un équilibre constructif entre les besoins des clients, des fournisseurs, des actionnaires, des collaborateurs et de l'environnement.

Sociétés du Groupe Stäubli:



Présentation de la division des Connectors dans laquelle j'ai évolué :



Chaque division de l'entreprise dispose de sa propre organisation. Au sein de la division des Connectors le service est composé de responsables des différents marchés :

- Automobile
- Ferroviaire
- Industrie alimentaire
- Nucléaire
- Plasturgie
- Sidérurgie
- Carburant alternatif
- Industrie pétrolière
- Chimie
- Cosmétique et Pharmaceutique
- Médical
- Equipement électrotechnique
- Sport mécanique
- Défense et aéronautique
- ...

Chaque responsable oriente les forces de vente de son service commercial afin de développer son chiffre d'affaire. Des actions de communication sont nécessaires pour accompagner les actions commerciales et les vendeurs dans leurs démarches comme par exemple des documentations, site internet, salons, campagnes e-mailing, annonces presse, visuels publicitaire, etc.

Bien comprendre le fonctionnement du service communication :



Le service communication des Connectors travail en étroite collaboration avec les services Marketing des ventes et le bureau d'étude qui défini les besoins en communication et élabore les briefs. Le bureau d'étude apporte son aspect technique et technologique.

Rôle et Missions au sein de l'Entreprise :

Durant mon apprentissage au sein du service communication des Connectors, j'ai occupé le poste d'assistant en communication.

En poste au sein d'une équipe de 11 personnes dirigé par mon tuteur Mr Patrick Louazel, j'ai intégré les nombreuses techniques de communication propre au secteur industriel ainsi qu'a l'entreprise Stäubli.

Mon objectif principal fût de répondre au besoin en communication de l'activité des Connectors. Cette mission consistait à fournir et produire des supports de communication pour soutenir la force de vente de l'entreprise. J'ai donc effectué de nombreuses tâches comme la conception de visuels, la réalisation de documentations, la promotion sur internet ainsi que l'organisation de salons et d'événements liés à l'activité de l'entreprise.

En second lieu, j'ai aidé l'équipe du service communication dans des tâches diverses et variées.

Enfin, j'ai participé activement à la gestion et l'archivage des données du service, une mission fastidieuses mais d'une importance clé.

Partie 2 : Analyse de l'Environnement

Analyse de l'Environnement Macroéconomique :

Diagnostic du Marché :

Pour effectuer cette analyse externe nous allons utiliser des techniques telles que le SWOT ou PESTEL.

SWOT Externe :

Opportunités	Menaces
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Evolution de la réglementation/norme ▪ Nouveaux pays émergents : L'Inde... ▪ Nouvelles technologies ▪ Energies renouvelables ▪ Les énergies non renouvelables (comment diminuer la consommation ?) ▪ Recherche & Développement ▪ Marchés très diversifié ▪ Brevets ▪ Développement de produits à bas coût 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Intensité Concurrentielle ▪ Contrefaçons et copies ▪ Secteurs en crise : Automobile... ▪ Réglementation obligatoire et évolutive ▪ Si mauvaise prestation, l'entreprise peut être discréditée. ▪ Produits utilisés en milieux dangereux ▪ Mauvaise utilisation des produits

Opportunités : Depuis les années 90, Stäubli renforce sa présence dans les pays émergents, des zones stratégiques de marchés faiblement touchées par la crise où le besoin en matériel industriel est croissant. L'entreprise se distingue par de nombreux investissements dans des projets de recherche et de développement pour élargir les gammes de produits, découvrir de nouvelles technologies et déposer de nouveaux brevets.

Menaces : Les secteurs industriels sont très concurrentiels, les contrefaçons et les copies sont nombreuses. Les crises économiques que nous connaissons aujourd'hui affectent directement la production et les ventes de l'entreprise.

PESTEL et ses influences :**P**olitique : Innovation :

Le groupe Stäubli a bien compris les enjeux et l'importance d'innover. L'innovation est la force motrice du progrès du groupe. C'est pourquoi une grande partie des bénéfices est réinvestie dans la recherche. L'entreprise fait figure de leader dans le domaine de l'innovation. Pour se protéger de la concurrence Stäubli adopte une forte politique de protection industrielle.

Economique : L'entreprise n'est pas dépendante de la santé économique d'un seul secteur industriel. La gamme large de produits que propose l'entreprise s'adapte à de nombreuses applications. Par exemple, le secteur automobile, le ferroviaire, l'industrie alimentaire, le nucléaire, la plasturgie, etc. La présence de l'entreprise sur de nombreux marchés limite l'impacte de la crise sur sa production.

Social : L'entreprise respecte les lois des pays dans lesquels elle est présente. Stäubli est aussi sensible aux cultures et aux coutumes des pays et des communautés avec lesquels elle travaille. L'entreprise soutient activement la Déclaration universelle des droits de l'Homme, ainsi que les Normes, principes et droits fondamentaux de l'Organisation internationale du travail (OIT) des Nations Unies.

Technologique : L'accent est d'abord mis sur l'innovation dans les secteurs de la haute technologie. Les projets à longs termes sont favorisés.

Environnemental : Conscience sociale et environnementale : La clé de la longévité et de la prospérité c'est l'équilibre entre les intérêts des parties prenantes (actionnaires, clients, collaborateurs, fournisseurs) et la protection de notre environnement naturel et social. C'est pour cela que Stäubli s'engage à utiliser des ressources énergétiques et naturelles de manière responsable et efficace au cours de toutes opérations et lors de la réalisation des produits et encourage leurs fournisseurs à faire de même.

Légal : L'activité de l'entreprise est parsemée de réglementations et de normes à respecter. Notamment sur les marchés du nucléaire, de la chimie, des cosmétiques, de la pharmaceutique et du médical. L'aspect juridique et légal est en constante évolution.

« Afin de préserver notre intégrité opérationnelle et financière ainsi que notre réputation, nous évaluons régulièrement les risques sociaux, écologiques et économiques auxquels nous sommes exposés, pour permettre toute action préventive en cas de besoin. »

La Concurrence :

Dans ce secteur d'activité industrielle, la concurrence peut varier selon le marché ou l'application du produit.

Il existe de nombreux concurrents qui peuvent représenter une menace pour Stäubli. Leurs forces diffèrent suivant les domaines d'application.

Walther-Präzision (DE) (<http://www.walther-precision.de>): Walther est un concurrent sérieux qui fait des produits de bonne qualité. Walther est un concurrent allemand, connu et reconnu sur son marché national. Son point faible est lié au fait qu'il est très peu actif sur des marchés en dehors de l'Allemagne, notamment pour l'automobile. Ainsi, on va le retrouver en Allemagne, Autriche. A l'échelle internationale, il est possible de trouver des produits Walther chez les constructeurs automobiles allemands : Walther au même titre que Stäubli est homologué auprès de certains constructeurs allemands, comme Volkswagen, et peut alors aussi être spécifié.

CEJN (Sweden) (<http://www.cejn.com>) est un concurrent qui propose ses produits pour deux applications en particulier : l'air comprimé et le remplissage climatique.

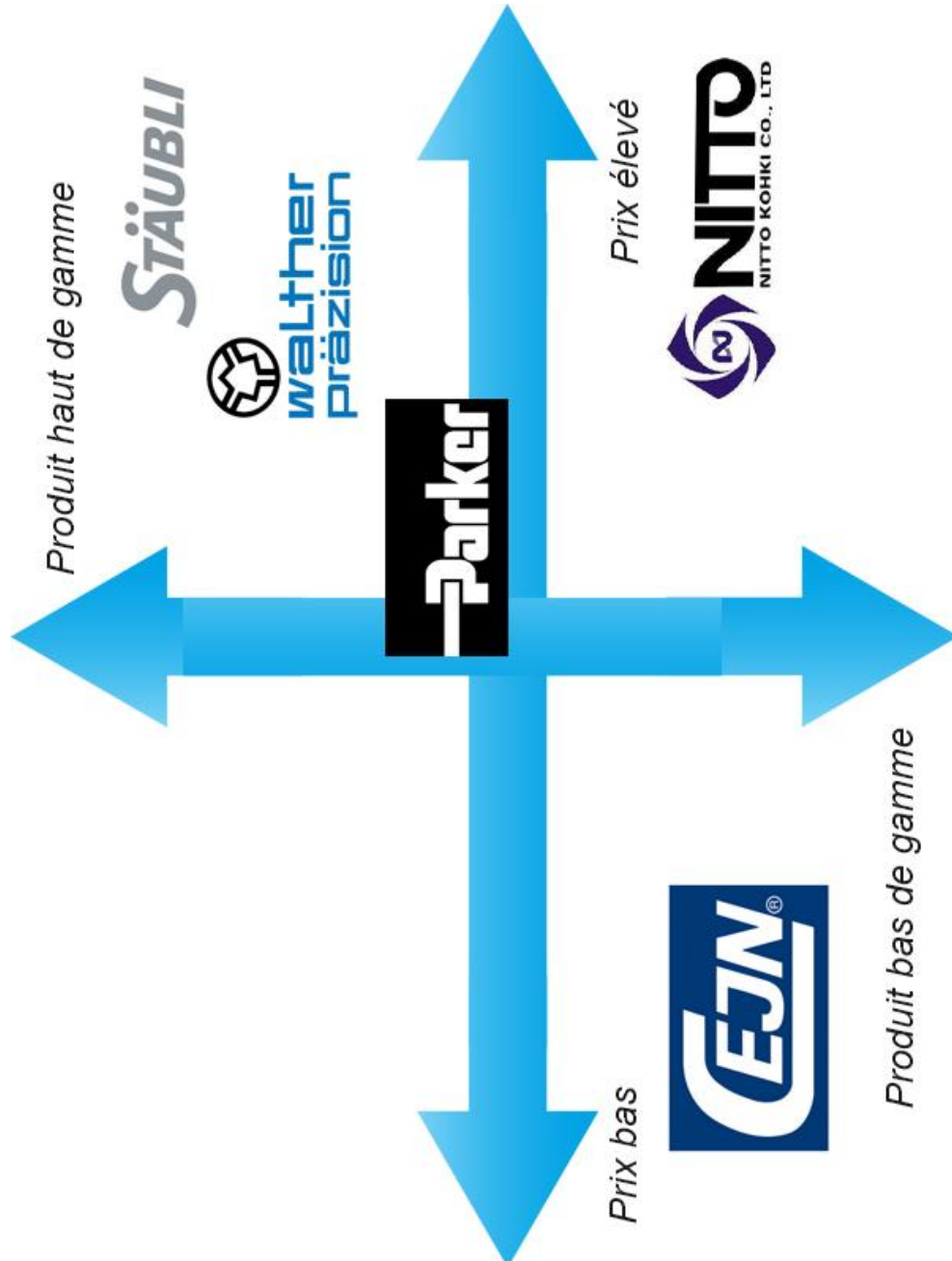
Les produits CEJN ne sont pas de bonne qualité mais ils sont bon marché. On retrouvera souvent ces produits dans des usines où la distribution joue un rôle important. Il semble possible de contourner ce concurrent en insistant sur le fait que les produits Stäubli sont des produits de qualité, et en mettant en place un échange et un suivi clientèle de qualité.

Nitto Kohki (JP) (<http://www.nitto-kohki.co.jp/e/>) propose une gamme complète de produits pour le marché Japonais. Il est le n°1 au Japon. Rencontré uniquement sur des applications mono raccord, Nitto a une position quasiment indétronable auprès des constructeurs japonais, qui ne traitent que par des distributeurs. En dehors du Japon, on retrouve ce concurrent au Brésil. Il y a plus de 10 ans, et donc avant la mise en place de l'agence Stäubli au Brésil, un distributeur réputé et connu a inondé le marché avec les produits Nitto.

Parker (USA) (<http://www.parker.com>) Parker est un groupe de divers acteurs, qui sont plus ou moins spécialisés sur certaines applications propres au marché de l'automobile. Legris dans l'automobile propose une gamme de produits Transair pour les applications relatives à l'air comprimé. Parker et Rectus sont plus tournés vers les applications hydrauliques.

En conclusion, en dehors de Walther-Präzision, il n'y a pas de concurrents qui soient capables de proposer une offre complète et diverse sur le marché des systèmes de connexion rapides.

Positionnement de l'entreprise Stäubli et des concurrents :



La demande aux niveaux mondiale :

Depuis les années 2000, il y a une forte demande en systèmes de connexion rapides dans les pays émergents qui s’industrialisent. Les secteurs comme l’automobile en Inde ou en Chine, l’industrie pétrolière dans les pays d’Afrique et les carburants alternatifs au Brésil constituent une part importante des besoins en systèmes de connexion rapides.

Analyse de l’Environnement Microéconomique

Diagnostic du Marché :

SWOT Interne :

FORCES	FAIBLESSES
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Notoriété ▪ Ancienneté +de 100 ans ▪ Position de leader ▪ Personnel qualifié ▪ Professionnalisme ▪ Positionnement « haut de gamme » ▪ Diversité des produits ▪ Implantation à l’internationale ▪ Clientèle internationale ▪ Image de Spécialiste ▪ Forte culture d’entreprise ▪ Recherche et développement 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tarification, prix élevé ▪ Discrétion du groupe ▪ Pas de politique de recrutement précise

Forces :

Stäubli à acquis au fil des années une position de leader sur son marché, l’entreprise dispose aujourd’hui d’une bonne image auprès de ses clients grâce à son professionnalisme, son expérience et la qualité des produits et des solutions proposées. Sa large gamme de produits lui permet une présence sur de nombreux marchés.

Faiblesses :

Le prix élevé des produits est la plus importante réticence des clients que les commerciaux rencontrent. La politique de discrétion du groupe Stäubli est un handicap pour la communication. Très réglementé par la charte internet peux de publicités grands publics sont autorisés. L’entreprise dispose d’un service de ressources humaines cependant il n’existe pas encore de politique de recrutement à proprement dit. Chaque service recrute de manière différente des autres.

Offre : Les7P du mix marketing :

Prix : Stratégie d'écrémage. Prix élevés pour alimenter le positionnement haut de gamme. Cette stratégie est justifiée par des prestations de qualité et une bonne reconnaissance (notoriété).

Produits : Gamme de raccords rapides : Air comprimé - Thermal management - Air conditionné - Tous fluides & gaz – Hydraulique - Remplissage et vidange - Carburants Air respirable - Connecteurs électriques – Multi-connexion.

Distribution : Par les commerciaux dans les unités du groupe. Il n'y a pas de distributeur.

Communication : Par les différents services de communication de l'entreprise au niveau local et international à travers les média, internet, des campagnes de promotion, des salons et des événements.

Personnel : Des perspectives à long terme, En effet, le groupe Stäubli privilégie un investissement – humain, technique et financier à long terme. La santé et la sécurité des collaborateurs est prioritaires sur le profit à court terme. En tant que spécialiste l'entreprise se doit de recruter des personnes possédant un profil très particulier. Formation et niveau de qualification sont très importants.

Processus : La partie commerciale prend contact avec les clients et négocient.

Grâce à de nombreux outils CRM et le biais des commerciaux, l'entreprise garde un contact permanent avec sa clientèle, cela permet d'avoir une relation suivie avec les clients sur le long terme.

Preuve : Fidélisation des clientèles, feedback, enquêtes de satisfaction, partenariats et retours positifs de ceux-ci sur la prestation effectuée.

La demande :

L'entreprise utilise deux manières classiques pour rentrer en contact avec les clients : « **push** et **pull** ».

Dans un cas c'est à l'entreprise d'aller chercher les clients (**push**) mais il se peut aussi que les clients viennent à l'entreprise sans que celle-ci n'est besoin de démarcher « **pull** ». Il s'agit de clients sensibles à la notoriété et à l'image de Stäubli.

La méthode « **push** » : c'est l'entreprise qui se fait connaître auprès des clients pour développer son activité. Les secteurs industriels est fortement concurrentiel d'où l'importance des services de communications, un outil indispensable à la promotion des produits et de l'entreprise.

Les principaux acteurs de la demande chez Stäubli en Europe :



Partie 3 : Mise en place des opérations

Problématique : *Comment allier outils de communications traditionnelles et nouvelles technologies ?*

Le développement la relation BtoB est un aspect vital au bon fonctionnement sur le long terme de l'entreprise.

Contexte :

Ce projet est donc né suite aux contraintes rencontrées lors des missions réalisées. En effet, mon poste ayant été dédié à la réalisation de supports de communication j'ai pu m'apercevoir des difficultés et des méthodes de communication entre professionnels.

Dès lors, il m'est paru intéressant de développer cet axe qui est un enjeu majeur dans la pérennité de l'entreprise et qui garantit son fonctionnement à long terme.

Lors de la réalisation d'un e-mailing par exemple, il faut arriver à susciter l'intérêt du professionnel et le motiver pour travailler avec nous. Cette démarche doit cependant respecter la charte graphique de l'entreprise qui autorise peu de liberté. Un véritable casse tête au quotidien.

L'objectif est clair pour l'entreprise : Approcher des nouveaux clients puis de les fidéliser.

La participation de Stäubli à de nombreux salons et événements fait partie de sa politique de communication. Par ce biais, l'entreprise espère créer un contact réel avec des prospects.

Exemple d'un stand Stäubli:



Un certain temps d'adaptation m'était nécessaire afin de prendre connaissance des techniques de communication et de me familiariser avec les produits Stäubli.

Principale objectif : Satisfaire les besoins en communication des services commerciaux.

Moyens :

Financier : Mon recrutement a représenté un cout pour l'entreprise : Les matériels informatiques, les logiciels ainsi que ma rémunération. Pour certaines missions j'avais à ma disposition un budget qui reste confidentiel.

Technologique : Utilisation de logiciels, Photoshop, Indesign, Illustrator, CRM...

Humain : L'équipe de communications des connectors est composé de 11 personnes.

M. Patrick Louazel responsable du service communication,

Mme Nicole Farinha en charge des documentations produit,

Mme Marie-Anne Bidal en charge de l'organisation des salons,

Mme Françoise Pezzani spécialisé dans les campagnes d'e-mailing,

Mme Sophie Lafay pour les éditions web et documentation,

Mme Magali Iung en charge des documentations produit,

M. Stéphane Emériat en charge des réalisations 3D et vidéo des produits,

M. Emmanuel Contat en charge des stands pour les salons,

M. Stéphane Marchais en charge des bases de données du service,

M. Guillaume Emin en charge de la gestion CRM.

Il y a des acteurs « indirects » Le potentiel humain s'échelonne sur différents niveaux avec la partie commerciale et les ingénieurs des bureaux d'étude.

Projets - Déroulement – Description :

L'entreprise Stäubli est très exigeante en particulier lorsqu'il s'agit de son image. Un travail sans erreur m'a demandé attention soutenue et une vigilance toute particulière. Avant de débiter les missions à proprement dites, on m'a accordé une phase d'acclimatation pour prendre connaissance de la charte graphique et des outils informatiques. J'ai pu ainsi me préparer correctement à ce que j'allais faire par la suite.

Au quotidien les demandes étaient variées. Je créais des e-mailings intégrant des animations, bannières publicitaires, visuels HD pour les annonces presses, posters pour les stands. Une grande partie de mon travail consistait à faire les mises à jour des bases de données du service.

Réactualisation d'une documentation

Demande :

J'ai ainsi démarré ma mission principale par la réactualisation d'une documentation technique qui se faisait vieillissante. L'objectif était de remettre le design du document au goût du jour.

Contrainte :

Respecter la charte graphique. Respect des normes ISO en environnement dangereux.

Démarche :

J'ai commencé par faire une analyse de tous les documents qui avaient été édités sur le produit par l'entreprise ainsi que de l'ensemble des documents photographiques disponible dans la base de données. Mon premier constat fut que les photographies que j'ai retrouvées pour illustrer mon document étaient anciennes, j'ai pris rendez vous avec un photographe pour refaire des visuels du produit.

Une fois les nouvelles images effectuées j'ai recomposé une base de données photos pour illustrer l'argumentaire de vente de la documentation. Ensuite j'ai retravaillé l'argumentaire de vente qui était un peu démodé. Pour finir, j'ai mis tous les éléments en forme avec le logiciel "In design" d'Adobe.

Résultats :

Sans conteste les visuels sont de meilleures qualités, réalisées avec des moyens professionnels plus modernes. La charte graphique est respectée. Les arguments sont plus percutants et définitive la documentation est devenu plus "vendeur". Une fois la réactualisation effectuée, la documentation est imprimée puis distribuée dans les business units pour un usage commercial.



Création d'une bannière animée

Demande : Pour promouvoir son image ainsi que ces produits, Stäubli développe sa présence sur le web, grâce à son site internet www.staubli.com, des sites partenaires, des plateformes, des annuaires web et des publicités sous forme de bannières. Dans le cadre de la souscription d'un nouveau contrat publicitaire avec le site internet www.industrie-expo.com j'avais pour mission de concevoir une bannière animée représentant mon service des Connectors et celui de la robotique.

Contrainte : Respecter la charte graphique, taille du fichier maximale du fichier 30MB, réunir deux services Stäubli sur une seule bannière.

Démarche : Dans un premier temps, j'ai pris contact avec le service Robotique avec lequel j'ai planifié une réunion pour établir le brief de la bannière. Cela n'a pas été évident car sur une seule bannière nous devons évoquer des produits totalement différents, de par leurs tailles et leurs usages. Ensuite, j'ai démarré la conception avec le logiciel Photoshop. Après quelques retouches, j'ai pu transmettre cette bannière au webmaster du site internet industrie-expo.com pour la mise en ligne.

Résultats :

La bannière apparaît sur plusieurs pages du site internet, et depuis sa mise en ligne en octobre 2012 la bannière à rapporter plusieurs centaines de visiteurs.

Visuel de la bannière <http://www.industrie-expo.com/le-salon/mediatheque>

Réalisation d'une enquête de satisfaction et d'un e-mailing avec animation

Demande : Voici une demande exceptionnelle du service qualité de Stäubli qui souhaitait connaître la satisfaction des clients sur certains produits, la campagne visant 15000 clients. Il fallait créer un questionnaire en ligne, un e-mailing pour transmettre le sondage aux clients concernés. Enfin je devais inclure une animation dans l'email, une "première" pour le service communication des Connectors.

Contrainte : Respecter la charte graphique, avoir un e-mailing compatible avec un maximum de boîte mail, Outlook, Hotmail, Gmail, Yahoo, Lotus... et l'animation qui doit être présente dans l'e-mail.

Démarche : Ma première étape a été de créer le questionnaire en ligne via un éditeur privé surveymonkey.com. J'ai personnalisé l'interface pour que le design du questionnaire soit en accord avec la charte graphique. Plusieurs réunions ont eu lieu pour définir les questions qui devaient être posé ainsi que le texte dans l'emailing. J'ai démarré la conception du mail d'envoi avec le logiciel Dreamweaver. L'opération consistait à écrire en langage HTML la structure principale du mail et c'est seulement après que j'ai entamé la rédaction. En ce qui concernait l'animation, j'ai travaillé avec le logiciel Photoshop. A titre indicatif, la simple réalisation de l'animation m'a pris une semaine de travail. Au final j'ai intégré le sondage et l'animation dans le mail finale d'envoi que j'ai transmis au service de la qualité pour son envoi.

Résultats :

Le questionnaire ainsi que le mail d'envoi convient parfaitement à l'attente du service de la qualité. Cependant la campagne n'est à ce jour toujours pas lancée pour des raisons de base de données clients.

Résultat visible sur outlook.com

Nom du compte : test-test-test74000@live.fr

Mot de passe : voirrapport74

Email : Stäubli – Votre satisfaction

En cliquant sur l'animation il vous sera aussi possible de découvrir le questionnaire en ligne que j'ai réalisé.

Communication web : nouvelles technologies

Demande : Le responsable des marchés de la défense et de l'aérospatiale souhaitant communiquer à travers un support innovant, j'ai proposé la création d'un espace web dédié aux produits des marchés de la défense et de l'aérospatiale.

La totalité du support doit-être réalisée tant au niveau de la programmation qu'au niveau du graphisme. Le back-office doit être géré, les produits doivent figurer sous trois formats différents, photos, vidéos et documentations techniques et informer sur les offres en cours.

Contrainte :

Respecter la charte graphique, hébergement de photos, vidéos, documentation PDF en ligne. Avoir une portée internationale.

Démarche :

En amont j'ai fait un travail de recherche pour trouver les meilleures solutions web à adopter pour la réalisation du projet. C'est ainsi que j'ai contacté l'entreprise Westlake Publications à Tiverton en Angleterre spécialisée dans le référencement web d'entreprise industrielle dans les domaines militaires. Cette entreprise m'a séduit par son professionnalisme et la qualité des services proposés. Après plusieurs contacts, j'ai négocié un contrat de publication sur une plateforme web leur appartenant : www.militarysystems.com cet annuaire web référence les fournisseurs militaires dans le monde entier.

L'objectif étant donc de créer une page web dédiée à nos produits sur ce site internet, la conception technique reste cependant à ma charge.

En premier lieu, j'ai conçu un brief du projet que j'ai présenté à mon responsable avec les différents choix graphiques. L'interface de la page doit véhiculer l'image de Stäubli au travers du logo et des couleurs utilisées. Pour cela, j'ai repris des éléments d'interface du site WEB officiel de Sogeti. Les technologies que j'ai utilisées sont HTML et CSS.

Après j'ai retravaillé les textures et les photos ainsi que les arguments de vente en anglais. Avec l'aide du webmaster du site, j'ai pu intégrer les produits et les documentations sur la page. J'ai réalisé plusieurs tests de référencement avec Google Adwords afin de définir les

termes les plus judicieux à utiliser pour le référencement de la page. Et enfin, j'ai fait la mise en ligne de la page sur le web.

Résultats :

La page est en ligne depuis le 15 mai 2013, les produits militaires et aérospatiale ont une meilleure visibilité depuis ce projet notamment avec les recherches « *military quick release couplings* » qui sont des termes souvent utilisés. Cette page place l'entreprise Stäubli devant son concurrent direct « Walther » ce qui représente une véritable réussite.

[Stäubli Connectors | Military Connector Quick Release Coupling ...](#)

www.militarysystems-tech.com › [Suppliers](#) ▾ [Traduire cette page](#)

2 mai 2013 – As one of the leading manufacturers of **quick** connector systems, Stäubli is active on all 5 continents and covers connection needs for all types ...

[Special Applications - Walther Couplings - Walther Präzision ...](#)

www.walther-couplings.com/special.html ▾ [Traduire cette page](#)

Aircraft, **Military** and Spacecraft (2,012 KB) ... **Quick Release Couplings** for Long-term Subsea; Diver Screw Type; Rov Hot Stabs; Balanced Pressure Elements ...

Page visible sur :

<http://www.militarysystems-tech.com/suppliers/military-connectors-quick-release-couplings/staubli-connectors>

Un écran de l'interface graphique est disponible en annexe.

Gestion des bases de données

Demande : Mon tuteur Patrick Louazel a tenu à ce que je m'occupe du classement et de la mise à jour des données du service durant mon année d'alternance.

Contrainte : Tâches quotidiennes, être rigoureux et ordonné.

Démarche : Chaque document traité par le service communication est soigneusement classé et archivé via un serveur intranet après réalisation ou modification. J'ai du tenir à jours un fichier de suivie des documents traités par le service.

Résultats :

- J'ai réactualisé plus d'une centaine de fiche produits.
- La recherche d'anciens documents est ainsi facilitée

Partie 4 : Analyse et préconisations

Analyse :

Pour chacune de mes réalisations, les retours se sont avérés positifs bien que certaines faisaient appels à des techniques pointues. Dès mon arrivée au sein du service communication je m'étais aperçu que les moyens utilisés étaient traditionnelles. C'est pourquoi tous au long de mes différents projets, j'ai proposé des supports référés aux nouvelles technologies et notamment avec l'utilisation du web. Les animations que j'ai réalisées étaient un véritable défi pour moi car je n'en avais jamais réalisées auparavant.

Actuellement, les projets de communications sur internet se multiplient au sein des services.

Stäubli étudie plusieurs pistes pour utiliser les documentations en format PDF sur des IPAD. Plus pratique pour les commerciaux, ce système serait aussi une véritable démarche de communication innovation.

Préconisation :

La charte graphique de la communication générale de Stäubli n'est pas adaptée aux nouveaux supports tels que le web, la vidéo, les tablettes et appareils mobiles. Il faudrait donc créer un pôle pour uniformiser la communication du groupe.

Conclusion :

Cette année d'alternance fut une expérience enrichissante et pleine de défis. Elle m'a permis d'avoir une vision plus précise du monde de la communication industrielle et d'acquérir une expérience unique d'une société multinationale. Cette mission m'a permis travailler avec plusieurs services, du marketing aux ressources humaines en passant par le service comptable. D'un point de vue technique, j'ai consolidé mes acquis des logiciels de la suite adobe creative suite 6. J'ai aussi abordé de nouvelles problématiques telles que la réalisation d'animation.

Au-delà de la technique, j'ai pu prendre du recul sur le déroulement d'un projet et développer ainsi une nouvelle vision. J'ai mené des projets motivant aboutissant à de bons résultats. J'ai notamment pu assister et participer à des réunions avec les responsables des différents services. Ce fut bénéfique pour mon expérience professionnelle, me permettant ainsi d'élargir mes capacités pour la concertation et la gestion de projet.

Mais au delà, cette expérience m'a permis d'acquérir une plus grande autonomie et à travailler en équipe. J'ai aussi appris à élaborer un brief et à prendre confiance dans mes propositions. Cela n'aurait pas été possible sans l'aide de l'équipe du service communication des connecteurs de Stäubli Faverges que je remercie une nouvelle fois pour sa disponibilité et son accueil.

En ce qui concerne l'alternance, j'ai apprécié le rythme des semaines accordées au cours et à l'entreprise. On obtient ainsi des périodes suffisantes pour pouvoir se consacrer entièrement à l'un ou l'autre.

Pour conclure et d'un point de vue personnel, après ma licence en marketing communication, je souhaite poursuivre mes études avec un Master International en Mobile Communications.

ANNEXES :