



ISTA INDUSTRIEL MAAMOURA KENITRA

# ***REPPORT DE STAGE***

## ***DE FIN DE FORMATION***



***Réalise par : El BIDI Zakaria***

***Encadrée par : Mme. CHADLI Hanane***

***Filière : TCVVPR***

***Groupe : 202***

***Période du stage : Du 03/04/2023 Au 14/05/2023***

***ANNEE DE FORMATION***  
***2021/2023***

## REMERCIEMENTS

Avant tout développement sur cette expérience professionnelle, il apparait opportun de commencer ce rapport par des remerciements en particulier à **Mme CHADLI HANANE**, l'encadrante pédagogique pour son encadrement, ses suggestions et ses conseils.

Je remercie tous nos formateurs pour ses efforts, **Mme HASSNA BOUHAMID** le directrice de l'ISTA Industriel Maamora Kénitra, et toute l'équipe administrative.

Et aussi tout les formateur **Mr. LACHGAR ABDELLAH** et **Mr TOUMI HICHAM**.

Tout d'abord, je tiens à remercier **Monsieur SLAOUI ZAKARIA**, Le directeur de la branche Global Engines à Kenitra, qui m'a permis de postuler pour ce stage, et qui m'a très bien accueilli durant ces 42 jours au sein du groupe.

Et bien évidemment à **Mr. EL HAIFOUF OUADIY**, responsable du service de comptabilité, qui a eu l'amabilité et la gentillesse de m'accueillir et de contribuer à ma formation.

Beaucoup de remerciements à **Mme. BOUKHRIS ASSMAA**, responsable du service administration des ventes pour la formation dispensée, les moyens qu'elle a mis à ma disposition pour la réussite de ce stage et la confiance qu'elle m'a accordée.

Je tiens à témoigner toute ma reconnaissance aux commerciaux du groupe **GLOBAL ENGINES** pour leur accueil, leurs explications, et le temps qu'ils m'ont accordé durant ce stage, particulièrement :

- **Mr. RHERRASS BAHY** : Sales Advisor, qui m'a donné le courage depuis le 1er jour en répondant à toutes mes questions, j'apprécie aussi son soutien, son suivi et sa disponibilité qui m'ont permis d'acquérir de nombreuses connaissances sur les taches d'un conseiller commercial.
- **Mr. MOUFID OTMAN** : Sales Advisor, aux côtés du quel j'ai pu faire mes premiers pas dans le groupe, je suis aussi très reconnaissante pour tous ses efforts et ses conseils tout au long de la période de stage
- **Mr. ENNAJI MUSTAPHA**: Sales Advisor, qui lui aussi de sa part n'a pas cessé de me conseiller et de me présenter les taches d'un conseiller commercial et de me présenter les différents produits.
- **MR. ELALLAM MOHAMMED** : Sales Advisor, je vous suis très reconnaissant de votre propre aide et information qui m'ont été très bénéfique.
- **Mr. AFANI HAMZA**, Sales Advisor, aux côtés duquel j'ai pu faire mes premiers pas dans le groupe, je suis aussi très reconnaissante pour tous ses efforts et ses conseils tout au long de la période de stage.

J'adresse aussi mes remerciements pour tout le personnel du groupe Global Engines pour leur accueil chaleureux et leur assistance ce qui m'a permis de s'intégrer facilement.

## SOMMAIRE

<b>I.</b>	<b><i>Introduction</i></b> .....	<b>05</b>
<b>II.</b>	<b><i>Liste Acronymes Hyundai</i></b> .....	<b>06</b>
<b>III.</b>	<b><i>Les chapitres :</i></b>	
	<b><u>Chapitre I: Présentation de Global Engines - Hyundai -</u></b> .....	<b>07</b>
	1) <i>Présentation générale de Hyundai.</i> .....	08
	2) <i>Présentation du groupe Bugshan.</i> .....	09
	3) <i>Présentation du groupe Global Engines.</i> .....	10
	4) <i>Global Engines succursale de Hyundai Kenitra.</i> .....	11
	<b><u>Chapitre II: Les différents département de la succursale de Kenitra</u></b> .....	<b>12</b>
	1) <i>Département commercial.</i> .....	13
	a) <i>Présentation.</i> .....	13
	b) <i>Service commercial.</i> .....	15
	c) <i>Les différents types de véhicules.</i> .....	17
	2) <i>Département administratif.</i> .....	20
	a) <i>Service Administration des ventes.</i> .....	20
	b) <i>Service comptabilité.</i> .....	20
	<b><u>Chapitre III: Analyse de l'offre de Global Engines</u></b> .....	<b>21</b>
	1) <i>Présentation de l'offre Global Engine.</i> .....	22
	2) <i>Présentation de la situation du marché de Global Engines.</i> .....	27
<b>IV.</b>	<b><i>Les taches effectuées</i></b> .....	<b>31</b>
<b>V.</b>	<b><i>Conclusion</i></b> .....	<b>36</b>

## Introduction

J'ai choisi ce secteur du commerce automobile car j'étais obsédé par les voitures depuis l'enfance, et cette raison remonte au jeu le plus célèbre du monde de l'automobile, Need For Speed, auquel je jouais avec ma mère pendant une longue heure.

Et après avoir rejoint " **L'OFFICE DE LA FORMATION PROFESSIONNELLE ET DE LA PROMOTION DU TRAVAIL (OFFPT)** " J'ai choisi filière **TECHNICO-COMMERCIAL EN VENTE DE VEHICULES ET PIECES DE RECHANGE** et après j'ai bénéficié du stage dispensé lors de la formation, puis j'ai écrit les lignes de ma première histoire dans le monde automobile avec Hyundai, l'entreprise que je respecte et apprécie beaucoup, pendant ce court laps de temps En 6 semaines, nous sommes devenus une famille unie par la coopération, l'apprentissage et le respect.

La formation a débuté le 04/03/2023 et se termine le 15/05/2023 au domicile de la Hyundai GLOBAL ENGINES à Kénitra, spécialisée dans la vente de voitures et de véhicules de transport en établissant un lien avec un commercial dont le rôle principal est de persuader un consommateur.

Dès l'achat du produit un bon accueil et une visite guidée du produit, qui déterminera l'intérêt du client pour le produit et sa capacité financière à l'acheter.

## Liste Acronymes Hyundai

<i>CA</i>	<i>Chiffre d'affaire</i>
<i>SARL</i>	<i>Société A Responsabilité Limite</i>
<i>HMC</i>	<i>Hyundai Motor Company</i>
<i>GE</i>	<i>Global Engines</i>
<i>SAV</i>	<i>Services Après Vente</i>
<i>PR</i>	<i>Pièce de Rechange</i>
<i>ICE</i>	<i>Identité Commun d'entreprise</i>
<i>SUV</i>	<i>Sport Utility Véhicule</i>
<i>ADV</i>	<i>Administration De Vente</i>
<i>VP</i>	<i>Véhicule Particulier</i>
<i>VU</i>	<i>Véhicule Utilitaire</i>
<i>HEV</i>	<i>Hybrid Electric Vehicules</i>

# *Chapitre I:*

## *Présentation de Global Engines Hyundai*

## 1. *Presentation general de Hyundai*

- *Hyundai Motor Company :*

Fondée en Corée du sud en 1947 sous le nom de Hyundai Engineering and Construction Co., le Groupe Hyundai devient en décembre 1967 Hyundai Motor Company par Chung Ju-Yung, né en 1915 à Tongchon, dans l'actuelle Corée du Nord. La première usine Hyundai ouvre à Ulsan en 1968. En l'espace d'une quarantaine d'année, le groupe Hyundai ( Hyundai signifie "modernité" en coréen ) s'est hissé parmi les dix premiers meilleurs constructeurs automobiles mondiaux.

Le constructeur est alors un simple assembleur, fabriquant des Ford Cortina de conception américaine. L'entreprise produira la première voiture 100 % coréenne dès 1973, la Hyundai Pony. Chung Ju-Yung comprend immédiatement l'importance économique des travaux publics et de la construction au Moyen-Orient, d'où la Corée importe du Sud l'essentiel de sa consommation d'hydrocarbures. Hyundai sera alors choisie plusieurs fois pour réaliser des grands projets d'infrastructure au Moyen-Orient, notamment le port industriel de Dubail. En 1983, Hyundai Electronics est créé dans une optique de diversification. Son activité se développe en priorité sur les marchés de la mécanique de précision, de la pétrochimie et de la robotique. Le groupe a aussi créé une filiale, Hyundai Asan spécialisée dans les projets de coopération entre la Corée du Sud et la Corée du Nord. La marque coréenne s'implante en France en 1992. Après avoir racheté la marque Kia en 1998, Hyundai Motor est aujourd'hui le 4e constructeur automobile, avec 3.7 millions de véhicules vendus dans le monde.

Premier constructeur coréen de voitures, Hyundai est devenu le premier employeur du pays avec travailleurs, et deuxième derrière Samsung pour le chiffre d'affaires.

## 2. *Presentation du groupe Bugshan*

- ***Bugshan Groupe:***

Fondé en 1925 et basé à Djedda en Arabie Saoudite, Bugshan est l'un des plus grands groupes du Moyen-Orient. Avec des filiales au Maroc, en Algérie, au Yémen, en Egypte et aux Emirats Arabes Unis, le Groupe Bugshan opère dans des secteurs variés, tels que l'automobile, les parfums et produits cosmétiques de luxe, l'électronique, l'immobilier, la gestion touristique, l'équipement de construction et les pneumatiques.

Le Groupe Bugshan est resté, tout au long de son histoire, une entreprise familiale mettant les valeurs humaines au centre de sa vision. Cela a favorisé son adaptation à la croissance rapide qu'a connue la région Moyen-Orient et Afrique du Nord ces dernières décennies. En établissant des partenariats stratégiques et des alliances durables avec quelques-unes des plus grandes marques mondiales, le Groupe Bugshan a su gagner la confiance de nombreux clients. Ce succès est le fruit d'un engagement constant à garantir la plus grande qualité de service et d'une stratégie mettant le client au centre des préoccupations quotidiennes du Groupe.

- ***Investir le Groupe Bugshan au Maroc :***

- Global Engines : Importateur Exclusif de Hyundai
- Global British Motors : Importateur Exclusif d'Aston Martin
- Global Lease : Locations des voitures, LLD & LCD
- Global Occaz : Véhicules d'occasion
- Electronia : Distributeur exclusif de TCL & Sony
- Global Assets : Immobilier.
- Global Display : Impression & affichage publicitaire
- Global Chinese Motors : Importateur Exclusif de DONG FONG
- Global International Motors : Importateur Exclusif de TATA

### 3. *Presentation du groupe Glabal Enigines*

- *Global Engines – Hyundai maroc:*

Etant une filiale marocaine du groupe Bugshan depuis 2000, Global Engines est l'importateur et le distributeur exclusif de la marque Hyundai au Maroc. Avec ses 28 showrooms et 30 services après-vente, Global Engines a connu un développement accéléré grâce au succès de la marque Hyundai qui se place depuis des années dans le Top 5 des marques automobiles les plus vendue dans le Royaume. Dans le marché de l'automobile au Maroc, le groupe Global Engines est connu par la bonne qualité de ses prestations ainsi que l'intérêt majeur accordé à ses clients



*Avec ses 28 showroom et 30 Servies après-vente*

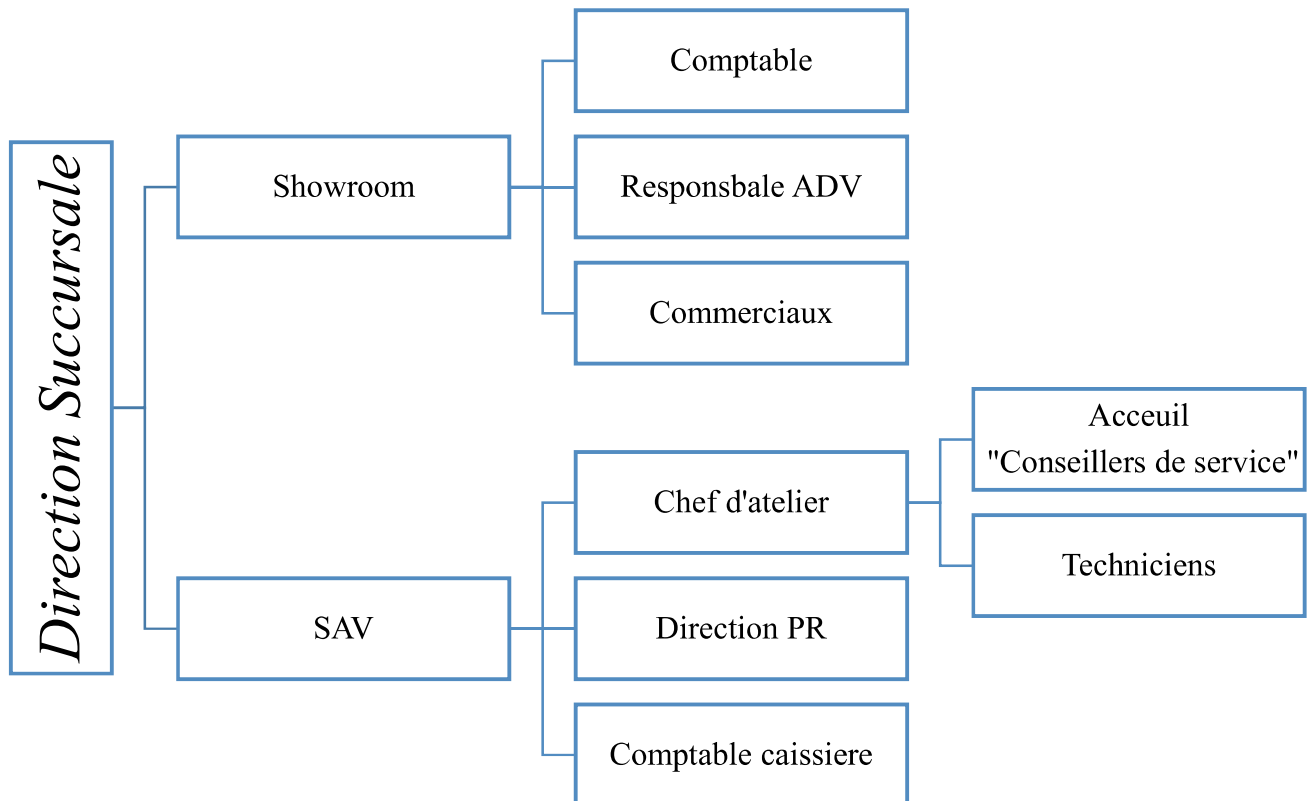
#### 4. Global Engines succursale de Hyundai Kenitra :

- *Succursale de kenitra:*

Toujours à l'écoute de la clientèle et pour être tout prêt, Global Engines/Hyundai Maroc depuis sa création pratique une politique d'extension sur tous le territoire national.

La succursale de kenitra a été créée au 2015, son Showroom sis: 81, Rue Mohamed El Amraoui Et Moulay Abdellah, la commercialisation (un showroom) et le service après vente (un atelier)

- *Organigramme de la succursale de kenitra:*



## **Chapitre II:**

# ***Les différents département de la succursale de Kenitra***

## 1. Département commercial

### a. Présentation

**Département commercial** est subdivisé en deux services, service indoor, qui est composé de conseillers commerciaux chargés des clients particuliers, et service outdoor, qui est composé de conseillers commerciaux chargés des clients professionnels et particulièrement ceux qui sont spécialisés dans la location de voitures. Concernant le service commercial indoor.

*Le conseiller commercial doit passer par les étapes suivantes :*

**Département commercial** est subdivisé en deux services, service indoor, qui est composé de conseillers commerciaux chargés des clients particuliers, et service outdoor, qui est composé de conseillers commerciaux chargés des clients professionnels et particulièrement ceux qui sont spécialisés dans la location de voitures. Concernant le service commercial indoor.

*Après l'étape de l'accueil de la clientèle, le conseiller commercial doit déterminer le besoin de son client, et à partir de là, différentes situations peuvent se présenter :*

- **Le client a déjà une idée sur le modèle qui l'intéresse :** dans ce cas, le conseiller commercial doit lui présenter tous les avantages qu'offre le modèle par rapport à ses concurrents. De ce fait, avant la rencontre du client, le conseiller commercial doit passer par une phase de préparation, dans laquelle il doit préparer un argumentaire mettant en valeur le produit, ses avantages et ses inconvénients, les produits des concurrents, comment se porte le produit par rapport à la concurrence, et en anticipant les objections.
- **Le client n'a pas une idée sur le modèle qui l'intéresse :** dans ce cas, le conseiller commercial doit analyser le besoin de son client, et lui proposer le produit qui correspond à ses besoins (cela se passe en utilisant la technique d'analyse des besoins « SONCAS » (Sécurité, Orgueil, Nouveauté, Confort, Argent, Sympathie)). Dans ce cas, le conseiller a une marge de créer le besoin pour son client, en lui proposant d'autres modèles qui pourraient l'intéresser.

**Après avoir eu contact avec le client et lui ayant proposé le produit**, ce client pourra avoir des objections que le conseiller commercial doit anticiper et essayer de les transformer en avantages ayant pour but de convaincre le client pour passer à l'acte d'achat.

**Lorsque le client prend la décision d'achat**, le conseiller passe à l'étape suivante qui consiste à fixer le choix de la couleur et de la version et vérifier si la couleur et le modèle choisis par le client sont disponibles dans le stock. Le commercial doit toujours avoir une idée sur le stock de crainte de proposer au client un produit indisponible.

**Ensuite, pour passer à l'acte d'achat**, le commercial donne toutes les explications relatives aux modes de paiements et de financements (simulations de crédits, établissement de crédits conventionnés...), et aux conditions et délais de livraison. En cas où l'achat est au comptant, le commercial passe directement à la constitution du dossier client.

**Par contre, a l'acte d'achat, un dossier de vente et comptable sont créés.**

***Pour le dossier vente, on trouve:***

- *Copie CIN (pour personne physique) ;*
- *Registre de commerce (pour personne morale) ;*
- *Chèque des frais d'immatriculation ;*
- *Bon de commande ;*
- *Chèque d'achat (si le véhicule est acheté au comptant) ;*
- *Dossier de crédit (si le véhicule est acheté à crédit) ;*

***Pour le dossier comptable, on trouve :***

- *Copie de règlements ;*
- *Bon de commande ;*
- *Registre de commerce ;*
- *Identification fiscal ;*

**Concernant le service commercial outdoor**, il a été créé vu l'importance que représente les professionnels (loueurs de voitures) pour Global Engines. Ces professionnels achètent un volume important de véhicules dans un laps de temps relativement réduit de celui des clients particuliers. De ce fait, ils doivent avoir un traitement spécial : le conseiller commercial doit développer le contact avec ce type de clients en assurant un suivi rigoureux pour les fidéliser, et maximiser le volume des ventes, permettant ainsi à la marque Hyundai d'avoir une forte présence dans leur parc automobile.

### ***b. Service commercial***

- **Le rôle d'un conseiller commercial :**

Le rôle d'un commercial est de générer et développer les ventes d'une société, grâce à des méthodes de prospection et au développement de son portefeuille clients. Le commercial est également connu sous le nom de vendeur, représentant ou placier (VPR) ou technico-commercial.

- **Les fonctions d'un commercial :**

L'une des premières fonctions d'un commercial est de représenter l'image de la marque pour laquelle il travaille, afin de recevoir de nouveaux contrats. Son objectif primordiale est la vente, qu'il doit s'agir des véhicules neufs, d'occasions ou de produits associés (assurances, pièces détachées). Il doit donc, pour atteindre cet objectif, attirer de nouveaux clients et les fidéliser. De plus il faut connaître les offres de son entreprise par détails, il doit être capable d'analyser les besoins spécifiques de chaque client et d'y répondre de façon adaptée.

- **Les principales qualités requises d'un commercial :**

Parmi les principales qualités requises d'un commercial pour exercer ce métier dans le secteur de l'automobile il faut:

- Un solide sens du relationnel avec le client qui est indispensable. Il permettra
- D'établir une relation de confiance, tout en renforçant la relation durable avec le client.
- Une bonne maîtrise des techniques de vente spécifiques au domaine automobile est très importante.
- La réactivité, une bonne expression orale ainsi qu'une excellente présentation du produit sont des méthodes indispensables pour le poste de commercial .
- Une connaissance de détails techniques dans le domaine de la motorisation.

- **Les techniques de ventes:**

Le commercial en automobile doit être capable d'effectuer les activités suivantes:

- ❖ **Réaliser une démarche commerciale globale:**

- Accueillir et informer la clientèle.
- Présenter les caractéristiques des différents modèles.
- Apporter des solutions techniques répondant aux besoins sur impératifs du client.
- Conseiller le client sur le choix des options et équipements.
- Présenter les avantages clients des produits et services périphériques.
- Estimer un véhicule d'occasion et négocier la valeur de sa reprise en vue de l'optimiser.
- Déterminer et présenter le mode de financement adapté aux besoins du client
- Présenter l'offre commerciale globale au client.

- ❖ **Prospecter et animer un réseau secondaire :**

- Mettre en œuvre le plan d'action commerciale de l'Entreprise .
- Prospecter et développer une clientèle (particuliers, grands comptes, etc.).
- Organiser sa prospection en fonction des objectifs qualitatifs et quantitatifs .
- Déterminés par la hiérarchie (phoning, mailing, déplacements physiques...).
- Suivre et utiliser efficacement un réseau secondaire ou intermédiaire.
- Mener des actions commerciales ou de marketing direct dans le cadre de manifestations évènementielles sur le secteur.
- Assurer le suivi commercial du parc de véhicules de son secteur.

- ❖ **Conseiller et Fidéliser la Clientèle :**

- Démontrer les avantages et inconvénients relatifs à une solution technique donnée.
- Suivre le traitement d'une commande globale, incluant les prestations extérieures éventuelles et proposer des solutions de repli en cas d'aléas.
- Renseigner les supports de suivi d'activité et échanger des informations avec ses Collègues.
- Répondre à des appels d'offres émanant des entreprises et administrations.
- Prendre en compte les contraintes de gestion comptable et fiscale de l'entreprise.
- Évaluer la rentabilité d'une opération commerciale.
- Appliquer des procédures qualité en vigueur dans l'entreprise.
- Animer son portefeuille clients.

- ❖ **le crédit :**

En cas de crédit le commercial devra présenter a son client les formules de la simulation crédit par lui montrer des exemples qui dépendra de la capacité d'achat du client et son budget actuel en offrant des solutions de crédit adapter au client afin de le fidéliser.

*c. les différents types de véhicules*

*Particuliers Véhicules*

**I10**

Essence  
6 à 7 cv, 67 à 84 ch  
132.000 - 168.000 <sup>DH</sup>



**I20**

Essence  
8 cv, 67 à 100 ch  
169.000 - 211.000 <sup>DH</sup>



**ACCENT**

Diesel  
6 cv, 115 ch  
189.000 - 252.000 <sup>DH</sup>



**I30**

Diesel  
6 cv, 134 ch  
274.000 <sup>DH</sup>



**ELANTRA HEV**



Hybrid  
9 cv, 139 ch  
303.000 - 324.000 <sup>DH</sup>



**SONATA HEV**



Hybrid  
11 cv, 195 ch  
380.000 - 422.000 <sup>DH</sup>



## SUV Véhicules

### CRETA

Diesel  
6 cv, 115 ch  
253.000 - 296.000 DH



### KONA HEV



Hybrid  
9 cv, 141 ch  
306.000 - 327.000 DH



### TUCSON

Diesel  
6 cv, 136 ch  
328.000 - 422.000 DH



### TUCSON HEV



Hybrid  
240 ch  
380.000 - 444.000 DH



### SANTA FE

Diesel  
9 cv, 202 ch  
432.000 - 555.000 DH



## Électrique véhicule

### IONIQ 5

Électrique  
170 à 305 ch  
579.000 - 689.000 DH



## Utilitaires Véhicules

### H100

Diesel  
10 cv, 125 ch



### HD35L

Diesel  
10 cv, 130 ch



### HD78

Diesel  
10 cv, 160 ch



### H350

Diesel  
10 cv, 170 ch



Contrairement aux autres véhicules, la commercialisation des véhicules utilitaires est faite généralement par la prospection. De ce fait, le commercial doit avoir un agenda riche en contacts utiles. Pour vendre un véhicule utilitaire, l'analyse du besoin est une étape extrêmement importante pour le conseiller. Dans cette étape, le conseiller doit bien comprendre et traiter le besoin de son client afin de lui proposer un modèle convenable en termes d'utilisation (choix du modèle) et de stockage en calculant la surface de charge pour proposer la cabine convenable. Il existe un grand nombre de cabines, chacune est spécifique à un besoin déterminé.

***Parmi les types de cabines on cite quelques-unes :***

- Plateau simple ;
- Plateau ridelle ;
- Fourgon simple (caisse) ;
- Citerne ;

### **3. Département administratif**

#### **a. Service administration des ventes**

Ce service s'occupe de la livraison et de l'enregistrement administratif des ventes. Une fois le véhicule livré, le conseiller commercial adresse le dossier client au responsable du service de l'administration des ventes afin de constituer le dossier d'immatriculation qui se compose de:

- CIN (pour les personnes physiques) ;
- Registre de commerce (pour les personnes morales) ;
- Homologation ;
- Ertification de conformité ;
- La fiche « ww 18 » ;
- Le contrat de crédit ;
- La carte grise provisoire (qui contient le nom du client, n° du châssis du véhicule, adresse, date de livraison et type de carburant).

Une fois le dossier d'immatriculation est constitué, il est déposé au service des mines afin de recevoir le récépissé du dépôt de dossier valable 30 jours. Ce récépissé joue le rôle de carte grise provisoire, et après 30 jours, le client doit déposer ce récépissé au service des mines pour recevoir sa carte grise définitive.

#### **b. Service comptabilité :**

Ce service a pour mission la prise en charge des enregistrements comptables des ventes. En premier lieu, le comptable reçoit le dossier client de la part du commercial. Ce dossier doit suivre un contrôle rigoureux des pièces de dossier. Cette étape est très importante pour le comptable avant la sortie du véhicule, car après sa sortie le dossier ne peut pas être modifié. Par la suite, le comptable passe à la facturation, en vérifiant les moyens de paiement (chèque, dossier de crédit...). Et en fin de compte, il y a l'élaboration du bon de livraison pour libérer le véhicule au client.

## **Chapitre III:**

# ***Analyse de l'offre de Global Engines***

## 1. Présentation de l'offre Global Engine

- Hyundai i10:



Voiture citadine avec un intérieur et un niveau de confort amélioré, la cible de cette dernière peut être les femmes (attirée par son design). Ce qui caractérise ce modèle est la couleur intérieure qui est similaire à la couleur extérieure, ce qui pourra séduire la cible du modèle, vu que les femmes accordent une grande importance au design, couleurs, décorations

*Les principaux concurrents de ce modèle sont :*

Kia Picanto



Opel Adam



Fiat 500



Toyota Aygo



- Hyundai i20



Considérée comme une citadine compacte, la Hyundai i20 possède la meilleure gamme d'équipements de sécurité de sa catégorie. Dynamique, distinctif et sensuellement sportif : avec son design révolutionnaire, Hyundai i20 établit de nouvelles références sur le segment.

*Les principaux concurrents de ce modèle sont :*

*Opel Corsa*



*Ford Fiesta*



*Renault Clio*



*Peugeot 208*



- *Hyundai i30*



Ce modèle appartient au segment des voitures compactes, et est destiné généralement aux jeunes actifs dont les principaux critères d'achat sont le design, le confort et les performances. Par rapport à son prédécesseur, la Hyundai i30 a connu des améliorations en termes de design et de motorisation. A travers ces améliorations Hyundai cherche à se repositionner sur le marché automobile afin de favoriser son image, après qu'elle soit réputée comme une marque de véhicules « low cost ».

*Les principaux concurrents de ce modèle sont :*

*Ford Focus*



*Kia Ceed*



*Peugeot 308*



*Renault Megane*



- **Hyundai Accent**



Considérée comme une « citadine sedan », cette voiture est recommandée pour un usage familial (avec le volume de son coffre) et destinée aux consommateurs qui recherchent un bon niveau de performances à un prix compétitif.

*Les principaux concurrents de ce modèle sont :*

**Fiat Tipo**



**Renault Megane Sedan**



**Citroen C-Elysée**



**Peugeot 301**



- **Hyundai Creta**



Le petit SUV de la marque, ce dernier a connu un grand succès depuis son lancement vu qu'il est adéquat aux attentes et préférences d'une grande partie des consommateurs (qui préfèrent acquérir des 4x4 au prix d'une voiture compacte). Malgré ces petites dimensions, ce SUV bénéficie d'un grand espace au niveau de l'intérieur. En plus de l'espace, ce SUV représente un autre avantage à savoir le prix, qui est compris entre 256.000 et 296.000dh, prix d'une voiture compacte

*Les principaux concurrents de ce modèle sont :*

*Kia Seltos*



*Nissan Juke*



*Renault Captur*



*Opel Mokka*



- *Hyundai Tucson*



Modèle appartenant au segment des SUV, destinée généralement aux consommateurs qui désirent se procurer le plaisir et le confort du 4x4. Le nouveau Tucson est devenu une référence incontournable dans son segment grâce à son design audacieux, sa dotation technologique, ses performances de conduite ainsi que son niveau irréprochable de confort

*Les principaux concurrents de ce modèle sont :*

*Opel Grandland*



*Kia Sportage*



*Nissan Qashqai*



*Ford Kuga*



- **Hyundai Elantra HEV**

Hybrid  
9 cv, 139 ch

303.000 - 324.000 <sup>DH</sup>



La toute nouvelle Elantra hybride change votre vision des véhicules hybrides, à commencer par l'image d'un superbe coupé sport. En tête de liste des innovations du système hybride, on retrouve l'autonomie totale et la transmission automatique à six rapports DCT (Dual- Clutch Transmission). Également connue sous le nom de transmission semi-automatique, ce type de technologie était populaire dans les milieux de la course moto, mais devient une caractéristique de plus en plus émergente sur les modèles de production à grande échelle. cette technologie améliore l'efficacité de la transmission, améliore la dynamique de conduite et augmente l'économie de carburant.

### **Pourquoi le système hybride ?**

Les véhicules électriques hybrides sont propulsés par un moteur à combustion interne et un ou plusieurs moteurs électriques, qui utilisent l'énergie stockée dans des batteries. Un véhicule électrique hybride ne peut pas être branché pour charger la batterie. Au lieu de cela, la batterie est chargée par le freinage régénératif et par le moteur à combustion interne.

### ***Les principaux concurrents de ce modèle sont :***

#### **Toyota Corrolla Prestige**

Hybrid  
8 cv, 122 ch

272.200 - 311.700 <sup>DH</sup>



#### **Ford Fusion**

Hybrid  
11 cv, 187 ch

328.000 - 378.000 <sup>DH</sup>



## 2. Présentation de la situation du marché de Global Engines

- la situation du marché de Global Engines en 2023 :

En dépit de la morosité du marché automobile national en ce début d'année et des variabilités qui pèsent sur l'industrie automobile en général, Hyundai Maroc a réalisé une progression de 3% et une part de marché record de plus de 14%.

Hyundai Maroc cartonne en ce début d'année. La marque sud-coréenne a enregistré un autre record mensuel en commercialisant plus de 1.600 voitures en janvier dernier, confirmant ainsi ses résultats exceptionnels réalisés en 2022. En dépit de la morosité du marché automobile national en ce début d'année et des variabilités qui pèsent sur l'industrie automobile en général, Hyundai Maroc a réalisé une progression de 3% et a accaparé une part de marché record de plus de 14%. Selon les responsables de la marque, ce succès est porté par une gamme diversifiée avec une technologie novatrice et des designs futuristes proposés pour répondre aux attentes de toute sa clientèle. Une clientèle qui permet à Hyundai de maintenir sa troisième position de marque la plus vendue sur le marché automobile marocain.

« Nos performances en 2022 étaient exceptionnelles au regard des chiffres records enregistrés, malgré les difficultés rencontrées par le secteur automobile. Les incertitudes sont nombreuses pour cette année, néanmoins en vue des résultats positifs réalisés pendant le mois de janvier 2023, nous restons optimistes et appréhenderons sereinement cette nouvelle année »,

avance **Oussama Berrada Gouzi, DG** de Global Engines.

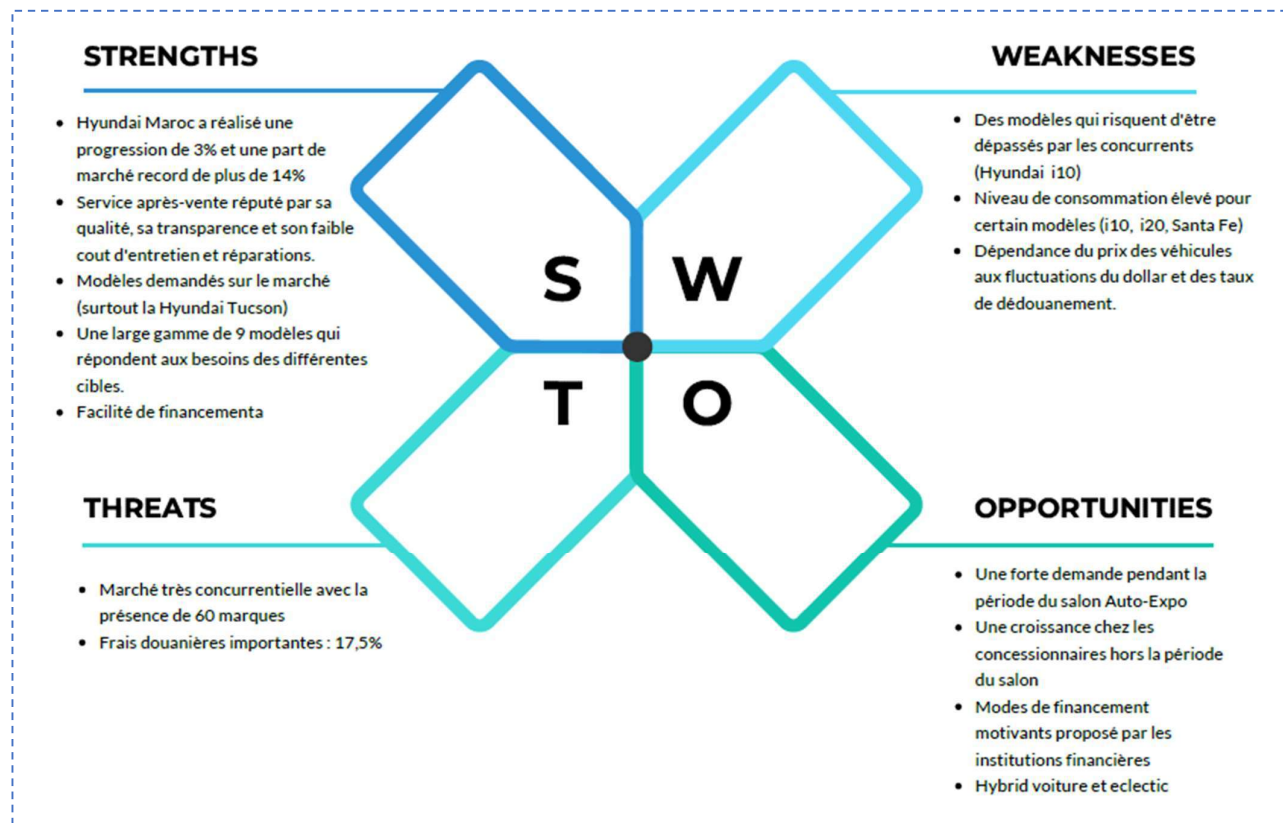
Et d'ajouter : « Nous veillerons à conserver notre position de leader sur le segment des SUV au Maroc à travers une gamme fiable et une offre diversifiée et de préserver la confiance des Marocains en notre marque pour consolider notre position de marque préférée des automobilistes marocains ».

Les résultats de Hyundai Maroc au mois de janvier viennent renforcer la position de la marque en tant que leader sur le segment des SUV. Et ce grâce notamment à son modèle emblématique Tucson qui trône sur la première place des ventes de son segment à l'échelle nationale, suivi du Creta qui a connu également une progression exceptionnelle de 80% par rapport à janvier 2022, ainsi que le Kona et le Santa Fe, également bien positionnés sur leurs segments respectifs.

Côté véhicules électriques, **Ioniq 5** a enregistré des résultats satisfaisants, selon les dires de Hyundai Maroc. Par ailleurs, en 2023, la marque prévoit l'introduction de deux nouveaux modèles électriques à savoir la Ioniq 6 et Ioniq 7 afin de proposer une offre élargie en termes de véhicules électriques. En harmonie avec les enjeux environnementaux actuels, et afin d'accompagner les mutations d'habitudes de consommations des Marocains qui sont de plus en plus responsables et à la recherche d'économie et de fiabilité, Hyundai propose une gamme Hybride renouvelée et élargie qui a enregistré une évolution de 600% par rapport au même mois de l'année dernière.

- **Analyse SWOT**

Après avoir présenté la situation du marché de **GLOBAL ENGINES** en 2023, il convient de mener une analyse **SWOT** afin d'énumérer les forces et les faiblesses de Global Engines dans le but de déterminer son avantage concurrentiel, ainsi que ses opportunités et les menaces afin de déterminer les facteurs clé de succès.



L'objectif de l'analyse **SWOT** est de déterminer son avantage concurrentiel à travers l'analyse interne de Global Engines (Forces et Faiblesses), et les facteurs clé de succès à travers l'analyse externe (Opportunités et Menaces). L'avantage concurrentiel de Global Engines qui lui permet de se démarquer sur le marché automobile est sa large gamme de 9 modèles qui permettent à la marque Hyundai d'avoir une présence sur le marché automobile au niveau de tous les segments, ses modèles très demandés sur le marché, ses facilités de financement offertes à ses clients qui lui permettent de cibler une clientèle n'ayant pas de projet d'achat vu qu'ils ont des difficultés de paiement d'apport. Les facteurs clé de succès que Global Engines doit exploiter pour maintenir sa position sur le marché sont la forte demande qu'a connu le marché automobile ces dernières années, ainsi que les facilités de financements offertes par les établissements financiers qui motive d'avantage les consommateurs pour l'achat.

- Analyse PORTER

Après avoir mené une analyse interne (forces et faiblesses) et externe (opportunités et menaces) de Global Engines, il convient de mener une analyse sur le marché automobile, en optant pour une analyse PORTER qui nous permet d'évaluer l'intensité concurrentielle, le pouvoir de négociation des clients et des fournisseurs, les menaces des nouveaux entrants et les produits de substitution

### Entrants potentiels

Existence de nombreuses barrières à l'entrée au marché marocain parmi lesquels on cite les droits de douane sur les véhicules importés, la TVA et la taxe parafiscale.

Suppression des droits de douane sur les véhicules importés de l'Union Européenne, ce qui constitue une menace pour l'activité des marques provenant des autres pays, par exemple asiatiques, comme Hyundai, Toyota, Kia, Honda et autres.

#### Pouvoir de négociation des fournisseurs

Pouvoir de négociation des fournisseurs relativement élevé à cause de la forte dépendance des fournisseurs et des coûts de transferts élevés.

Possibilité d'affaiblissement du pouvoir de négociation des fournisseurs en cas de regroupement d'achat de certains groupes (PSA, Renault-Nissan) vu qu'ils représentent une part importante de leur chiffre d'affaires.

### Intensité concurrentielle

Agressivité des firmes multinationales (Renault-Dacia, Hyundai, Peugeot...) sur le marché automobile marocain, en partageant les plus grandes parts de marché en 2023.

Pouvoir de négociation assez élevée en raison de la présence de plusieurs marques qui proposent des produits similaires à ceux des concurrents, et qui peuvent adopter une stratégie d'alignement par rapport à ces derniers.

Consommateur marocain qui est un très bon négociateur, toujours à la recherche de la meilleure offre et au moindre coût, c'est-à-dire du meilleur rapport qualité/prix, surtout quand il s'agit d'un achat occasionnel.

#### Pouvoir de négociation des clients

Faible risque des produits de substitution, surtout que l'utilisation d'une voiture à n'importe quel moment et à n'importe quel endroit, de transporter n'importe quels objets et personnes fait de l'automobile un produit difficilement substituable (les transports en commun ne peuvent pas jouer le même rôle et avoir les mêmes caractéristiques, les deux-roues non plus).

### Produits de substitution

## Les Taches Effectuées

Durant ces 6 semaines de stage, j'ai pu profiter et assister à différentes situations, dans le thème du stage demandé d'observation, commençons par les observations les plus pertinentes et intéressantes que j'ai pu conclure au département commercial :

- La communication est la base d'être performant, j'ai constaté que quand le commercial négocie avec les clients, il utilise des méthodes qui sont convaincantes et qui mène dans la plupart du temps à avoir le maximum des accords avec les clients, et sans oublier en parallèle de la communication externe avec les clients, on trouve l'interne entre les employés.
- Il faut savoir se comporter en face de différentes situations avec les clients, comme on le sait tous, de nos jours, les clients demandent des critères bien précis, et parfois qui ne sont pas favorables pour l'entreprise, le secteur d'activité est bel et bien vaste et qui croit d'une façon vite, et les demandes se multiplient, donc il faut savoir se manifester et être performant face à tout obstacle.
- La maîtrise du produit est très importante pour le commercial, sans cette maîtrise le commercial ne pourra pas entamer une discussion convaincante avec le client. Pour arriver à bien convaincre le client il faut de préférence maîtriser aussi les produits concurrents.
- L'utilisation la matrice d'**EISENHOWER** qui est utilisé dans plusieurs démarches, mais de manière plus approfondie, les principes de management qui sont utilisés dans le terme de l'organisation et l'étude et l'analyse de plusieurs facteurs qui sont liées à l'entreprise, sans oublier l'élaboration des stratégies avant chaque pas et chaque démarche, tous cela a été vu et même pratiqué en réalité.

*La matrice d'EISENHOWER :*



- L'accueil client est un élément très important pour la performance de l'image de la marque, les commerciaux utiliser quelques reflexe pour accueillir un client :
  - Saluer le client avec un sourire.
  - Arrêter ce qu'ils font (le client est prioritaire).
  - S'impliquer entièrement.
  - Anticipation sur les besoins du client.
  - Présentation très soigner.
- .C'est le commercial qui guide le client vers l'acte d'achat par le suivi de contact, essayer de rappeler le client de temps en temps pour lui attirer, pour que le client assure un produit de qualité et pense quel'entreprise met a sa disposition un SAV disponible et de bon service.

***Si le client accepte l'offre et veut acheter la voiture je lui demande de m'apporter :***

- Une photocopie de CIN
- 3 dernier relevés bancaires
- Et quittance eau ou electricité
- Spécimen de chèque ou le relevé d'identité bancaire

↪ ***Sociétés :***

- Copie du registre de commerce (modèle 7)
- Copie des statuts.
- Spécimen de chèque société.

↪ ***Fonctionnaire :***

- Etat d'engagement ou attestation de salaire

✓ ***AGRICULTEURE :***

- Attestation administrative (Office régional).

↩ **Commerçant :**

- Copie du registres de commerce (modèle 7)

↩ **Militaire :**

- Eat d'engagement ou attestation de salaire.
- Attestation de présence au corps.

↩ **Salarié :**

- Trois derniers bulletins de paie.
- Attestation de travail & de salaire

***Pour le dossier vente Les pièces qui les composent sont :***

- Copie CIN (pour personne physique).
- Registre de commerce (pour personne morale)
- Bon de commande
- Chèque des frais d'immatriculation
- Copie chèque.
- Chèque d'achat (si le véhicule est acheté au comptant) ;
- Dossier de crédit (si le véhicule est acheté à crédit) ;

***Pour le dossier comptable :***

- Copie de règlements.
  - Bon de commande.
  - Registre de commerce.
  - Identification fiscal.
- 
- J'ai aussi rempli les dossiers d'immatriculation. Il y'a deux types de dossiers d'immatriculation :
    - ✓ Dossier barré : dossier concernant les clients qui ont choisi le paiement par crédit.
    - ✓ Dossier non-barré : dossier concernant les clients qui ont choisi le paiement cash.

***Les organismes de crédits de financement on trouve:***

- WAFASALAF,
- SOFAC,
- VIVALIS,

***Trois types de crédit:***

- Crédit classique
  - Crédit gratuit
  - Le crédit-bail ou leasing
- 
- Classement des dossiers dans l'archive, du plus ancien au plus récent.
  - La vérification de stock pour voir les modèles disponibles et les modèles ne sont pas disponibles Et c'est sous forme de tableau

<b>Model</b>	<b>Numéro de châssis</b>	<b>Quantité</b>
I10	Je tape juste les six derniers chiffres	1
I20		1
Tucson Hybrid		2
Tuscon E6		1
Accent		2

- J'ai rempli les informations client sur le site officiel de Hyundai, « [www.hconnect.ma](http://www.hconnect.ma) » accessible uniquement aux employés de l'entreprise

J'ai rempli les informations suivantes :

- ✓ Nom,
- ✓ Numéro de téléphone,
- ✓ Date de visite,
- ✓ Modele du véhicule
- ✓ J'ai également fixé la date pour rappeler au client

- J'ai rempli le carnet de garantie qui est remis à la livraison de la voiture
- J'ai rempli le livre des numéros de véhicules « WW »
- J'examinais la fiche technique de la voiture et je m'assurais que les informations étaient correctes. Convient-il à la voiture et le prix est-il correct ? Cette tâche est très importante car s'il y a une divergence dans les informations, cela peut être un problème dans le processus de négociation entre le client et le commercial.
- Passons maintenant aux tâches effectuées au département administratif qui m'ont permis d'avoir une meilleure vision des étapes administratives avant et après la livraison du véhicule :
- Après que le commercial termine sa discussion avec le client et après qu'il est choisi le véhicule désiré, il pose le dossier au service administration des ventes pour commander le véhicule et le pose aussi au service de comptabilité pour la facturation. Une fois le véhicule sur place le service ADV (Administration Des Ventes) donne une attestation d'assurance au client pour pouvoir payer l'assurance, le service de comptabilité prépare le Bon de Livraison (BL) pour livrer le client. Dès que le client livré, on passe à l'étape d'enregistrement du dossier sur l'application « Simple enregistrement et timbre » et c'est cette étape que j'ai effectuée. Pour cette étape il faut que le dossier contienne :
  - CIN légalisée
  - WW légalisée
  - Certificat de Conformité (CC)
  - Certificat de Douane (CD)
  - Homologation
  - Contrat de Crédit (Si le client a choisi de payer en crédit)
- Après l'opération d'achat je dois être présent pendant l'étape de la livraison, pour vérifier si la voiture a un manque d'un objet, roue de secours, allume cigarette, tapis...etc, Et aussi je dois expliquer à mon client le fonctionnement des options pour lui faciliter l'utilisation du véhicule.

## Conclusion

Le stage que j'ai effectué au sein de la succursale de Global Engines de Kénitra a été mon premier stage, où j'ai testé les connaissances acquises tout au long de cette période de formation professionnelle et d'acquérir une bonne expérience pour ma future vie professionnelle.

Bien sûr, Non seulement elle constitue la transition d'une vie formatrice vers une vie professionnelle, mais aussi un moment de développement de mes savoirs faire et mes savoirs être. Il est certain que ce stage a été une bonne occasion d'apprendre, de concrétiser les acquis théoriques et d'avoir un important échange d'informations et d'opinions avec le personnel du Global Engines. On a également bénéficié de bonnes conditions de travail (assistance, sympathie,etc) qui ont rendu le stage agréable.

Un stage à Global Engines est une sorte d'apprentissage au sein d'une équipe dont il faut saisir le secret de fonctionnement qui se veut rentable et de haute qualité.