

Magasins de matériaux de construction

Caractéristiques du marché

- ◄ Magasins de grandes chaînes: les grandes chaînes HOME CENTER, ACE, détiennent des grands magasins 750-2000 m² dans des centres stratégiques
- ◄ Chaînes privées - petites/moyennes: magasins moyens de 600-1000 m², se situent à une distance relativement réduite. Ils possèdent un stock moyen de qualité relativement supérieure, se distinguent par le bon service qu'ils donnent et ont une section développée d'entrepreneurs (réfection et petits travaux)
- ◄ Terrains de matériaux de construction: se spécialisent principalement dans les matériaux de construction lourds comme: le fer pour la construction, le sable, le ciment, les blocs, etc. Dans les terrains, on peut en général louer de l'équipement pour le travail. Les terrains se trouvent en général dans les zones industrielles et à l'entrée des villes.
- ◄ Il y a un secteur de magasins qui se spécialise dans un type particulier de matériaux et qui vendent à des entrepreneurs, à des grossistes et à des particuliers. On peut noter le domaine dans lesquels les magasins travaillent partiellement: fer forgé, bois brut, planches de plâtre et dérivés, échelles et accessoires d'élévation, profils de fer, d'aluminium et dérivé, etc.
- ◄ "Tambour" (quincaillerie) et matériaux de construction: petits magasins de 50-100 m², se situent en général dans les centres commerciaux de quartier, tiennent un stock limité et en petites quantités qui suffit aux besoins des habitants de la zone proche.

Clientèle: la détermination du marché ciblé, son volume, segmentation

La clientèle ciblée est en fait toute la population.

En général on vend des articles divers à l'unité à des clients privés. Quelquefois les écoles et d'autres institutions font des achats groupés

Concurrents

Dans cette branche il y a trois types de concurrents – les grandes chaînes, les grossistes et les détaillants. Les différences principales entre eux sont dans le choix de marchandises, dans le niveau du service et dans les prix. Il n'y a presque pas d'achat occasionnel dans les chaînes. Chez les grossistes il y a de tout. Il y a une spécialisation dans les prix moyens. Les détaillants ont un stock réduit et étudié spécifiquement pour la population qui vit dans la région où ils se trouvent

Fournisseurs

Les fournisseurs qui travaillent dans cette branche sont des importateurs et des producteurs locaux. La plupart des matériaux sont importés.

Les producteurs locaux travaillent dans des domaines spécifiques et même là ils subissent la concurrence des importateurs (pour les couleurs par exemple)

Une partie des fournisseurs ne sont pas prêts à travailler avec les grandes chaînes à cause des délais de paiement et du prix qu'elles veulent payer. Ces fournisseurs préfèrent nettement les grossistes et les détaillants.

Moyens de marketing

Dernièrement les "tambours" ont commencé à se faire connaître. La publicité dans cette branche se fait par les grandes chaînes et les autres grands magasins. Les grandes chaînes ont l'habitude de publier en fin de semaine dans "Maariv" et "Yediot Aharonot" et autres

Facteurs influençant la réussite

- ◄ Emplacement et proximité des concurrents, en particulier par rapport aux grands.
- ◄ Professionnalisme du patron et des vendeurs, niveau du service et choix de produits.
Taille de l'affaire et type de vente: self-service ou avec vendeurs.
- ◄ Spécialisations diverses (comme plomberie, soudure, outils, etc.)
- ◄ Heures et jours d'ouverture.
- ◄ Ampleur de l'affaire et sa décoration intérieure.

Obstacles à l'entrée dans la branche

Cette branche demande un grand investissement, principalement dans le premier stock, le service et l'adaptation du bâtiment, dans les étagères et le mobilier.

Stock en moyenne:

Dans un petit ou moyen magasin de matériaux de construction (en dehors des grandes chaînes) le stock oscille entre 80.000 et 400.000 shekels. Le stock en moyenne pour les grossistes est de 2 millions de shekels

Personnel

Plus l'affaire est grande, plus elle demande de personnel. Dans cette branche le personnel doit être professionnel et bien connaître les matériaux et leur emploi. La qualité, les prix, la rapidité et les solutions des problèmes apportées aux clients sont les outils les plus importants pour le marketing de l'affaire. Le système de commandes et la vérification du stock doivent être gérés d'une façon très professionnelle. Dans les affaires où il y a plus de trois employés, l'un d'eux doit s'occuper spécifiquement de ces deux sujets.

Investissement requis

L'étude se fera sur les affaires de détail, les types d'affaires.

- ◄ Premier type – affaire se trouvant dans un centre commercial ou dans une artère principale de la ville, le magasin a une surface allant de 40-50 m² et plus. Ce magasin n'a pas un grand choix d'articles: outils électriques, articles en plastique, robinets, etc. Quelquefois on y vend des outils pour jardinage, des désinfectants et des fertilisants. Le magasin est dirigé par un patron avec un employé ou plus.
- ◄ Deuxième type- l'affaire se trouve en général dans une zone habitée, a une surface de 30-50 m². Dans ces magasins, le choix des matériaux n'est pas grand. On y trouve principalement des outils, des accessoires en fer forgé et de la peinture. On n'y trouve pratiquement pas d'outils électriques, de robinets pour les cuisines et pour les salles de bain. Le patron dirige l'affaire, quelquefois avec l'aide de sa famille.
- ◄ Autre type – les affaires de quartier qui ouvrent le matin seulement de 08:00 à 14:00. ce type est dirigé par une personne âgée. En général, la surface est de 20-30 m²
Chiffre d'affaires, par employé dans ce type: 60% du chiffre d'affaires donné.
Chiffre d'affaires, par employé (en shekels)

Année	Chiffre d'affaires pour le premier type	Chiffre d'affaires pour le deuxième type
2002	675.230 – 825.360	449.230 – 540.680
2003	716.420 – 875.710	476.630 - 573.660

Conditions de paiement d'usage

- ◄ Fournisseurs: courant + 60-90 jours.
- ◄ Clients privés: comptant, carte de crédit, clients habitués chèques aussi.
- ◄ Clients commerciaux: mois courant + 60 jours.

Licences et permis

L'ouverture d'un magasin de matériaux de constructions ne demande pas un permis professionnel en dehors du permis de commerce délivré par l'autorité locale

Assurances

- ◄ Assurance du locale et du contenu.
- ◄ Assurance pour dégâts causés à un tiers.
- ◄ Assurance du stock
- ◄ Assurance de responsabilité civile de l'employeur
- ◄ Assurance de la marchandise en transit.
- ◄ Assurance sur la perte de revenus

En dehors de ce qui a été signalé ci-dessus, il est recommandé de consulter l'agent pour vérifier ou améliorer une assurance spécifique.

.

Recommandations

A cause du grand investissement il faut vérifier:

- ◄ La proximité des concurrents
- ◄ La possibilité d'accès de véhicules commerciaux et le parking pour les clients
- ◄ Le sens de trafic: (sens unique, croisement des chemins, place, etc.)
- ◄ Avantages relatifs (représentation exclusive, matériaux spéciaux, etc.)
- ◄ On doit absolument préparer un programme commercial réel
- ◄ Il est fermement recommandé de recourir à l'assistance du centre MATI local (Centre de Développement des Petites Entreprises)