

Papeterie et articles de bureau

Données sur la Branche

En Israël opèrent actuellement quelque 580 affaires de papeterie et d'articles de bureau. Dans cette branche opèrent plusieurs chaînes: le réseau d'Office Depot avec 27 succursales, le réseau de Kravitz avec 40 succursales et ARTA avec 15 succursales.

Division secondaire de la branche

Les types de commerce qui existent sont:

Les magasins d'articles de papeterie, de meubles de bureau, ces affaires sont situées, en général, dans les centres urbains, dans les centres commerciaux et aussi dans les zones où il y a des bureaux, comme par exemple les zones industrielles et commerciales. Magasins d'articles différenciés: papeterie et beaucoup d'autres comme: livres de classe, jouets, cadeaux, etc.... Ces magasins se trouvent en général dans des régions habitées et se basent sur la clientèle privée.

Caractéristiques du marché

Cette branche se caractérise par un commerce de saison, ce qui apporte un grand changement dans les ventes, en particulier dans les magasins qui vendent des livres de classe et du matériel pour les écoles. Dans les magasins qui touchent le domaine commercial, il y a une augmentation de vente venant des institutions vers la fin de décembre.

Les chaînes comme Office Depot, Grafity, Kravitz et autres sont très actives.

Clientèle

Le Marché ciblé touche toute la population du pays, dans des secteurs selon les critères suivants :

Clients commerciaux – ces dernières années la clientèle du domaine commercial a tendance à faire ses achats d'une manière groupée chez un seul fournisseur.

Clientèle privée – les clients qui achètent de l'équipement et de la papeterie pour leurs propres besoins.

Concurrence

Les grandes chaînes de distribution comme par exemple Office Depot, Grafit, Kravitz.

Les magasins de papeterie et d'articles de bureau destinés aux secteurs privé et commercial.

Les chaînes de marketing d'alimentation vendent aussi de la papeterie, en particulier à la rentrée des classes.

Internet - les grands réseaux et les fournisseurs du secteur commercial offrent diverses possibilités d'achats par Internet

Fournisseurs

Dans cette branche opèrent beaucoup de fournisseurs, avec une grande variété de produits, de qualités et de prix. Les fournisseurs dans cette branche sont des producteurs locaux ou des importateurs. Ces dernières années, a augmenté l'importation des pays de main d'oeuvre bon marché, spécialement l'Asie de l'Est et la Turquie

Moyens de marketing

On peut répartir la commercialisation par rapport aux secteurs de types de clients :

Le secteur privé:

L'emplacement du magasin est d'une grande importance, offres d'articles à prix réduit, publicité dans des journaux locaux ou nationaux, publicité locale au moyen de distribution de prospectus. Les affaires qui vendent des produits de marques connues profitent de la publicité que le producteur fait par d'autres voies. Les affaires qui appartiennent à des chaînes profitent de la publicité commune à toutes les succursales.

Le secteur commercial:

Utilisation de catalogues, sites Internet pour les commandes "en ligne", courrier postal ou courrier électronique

Facteurs de réussite

Emplacement du magasin et densité des concurrents dans la région.

Originalité et choix.

Pour le marché des institutions – articles supplémentaires comme meubles et Produits alimentaires pour bureaux.

Personnel

En général, le personnel n'est pas professionnel, mais il est préférable que le directeur (la directrice) et les vendeurs aient déjà une certaine expérience.

Équipement nécessaire

Mobilier – y compris des étagères (pour le magasin et pour la réserve)

Étagères de présentation.

Caisse enregistreuse (ou ordinateur – y compris administration du stock) téléphone et fax.

Investissement requis

Rénovation du local – dans la répartition: zone de vente, de présentation et de réserve à l'arrière.

Premier stock – investissement important dans le stock, dans le but de présenter un grand choix. On a besoin de plusieurs modèles pour chaque article.

Chiffre d'affaires et profit dans la branche

Le volume annuel par employé et le pourcentage de profit dépend du caractère de l'affaire, de son emplacement, de la réputation, du niveau des prix et de la qualité des articles.

Pourcentage de marge brute:

Dans les magasins de papeterie et d'équipement pour bureaux dont la vente principale est basée sur les entreprises commerciales ou les institutions : 20-25%

Dans les magasins de papeterie et d'équipement pour bureaux, dont la vente principale est basée sur les clients privés : 31-35%.

Dans les papeterie, 34-38%.

Conditions de paiement d'usage

Clientèle privée – la vente se fait en espèce, par chèque ou par carte de crédit, quelquefois on permet un paiement par chèque postdaté ou plusieurs paiements.

Clientèle commerciale - les conditions de crédit formelles: mois courant + 30 à 60 jours, mais en réalité, vu la grande concurrence, on offre de meilleures conditions de crédit.

Assurances

Assurance de l'affaire (contenu et stock) et assurance d'un tierce personne, assurance de responsabilité professionnelle, assurance de responsabilité civile de l'employeur, assurance sur la perte de revenus. En dehors de ce qui a été signalé ci-dessus, il est recommandé de consulter l'agent pour savoir s'il y a nécessité d'autres assurances