



## Comment développer l'activité commerciale d'un client de Novaggio, la société nantaise Cogely ?

Entreprise : **Novaggio**  
Maître de stage : **Nelly SUZINEAU**  
Professeur tuteur : **Monsieur MANAUTE**  
Dates de stage : **10/04/2017 au 02/06/2017**

Arnaud MILITON  
2016-2017  
TC2





## Tables des matières

<b>Introduction .....</b>	<b>1</b>
<b>Présentation des entreprises .....</b>	<b>2</b>
<b>Diagnostic de l'entreprise .....</b>	<b>5</b>
A.    Diagnostic interne .....	5
B.    Diagnostic externe .....	5
C.    Etude des autres opportunités et menaces de l'environnement externe..	7
<b>Problématique .....</b>	<b>8</b>
<b>Présentation du stage.....</b>	<b>9</b>
A.    Réunions stratégiques.....	9
B.    Etudes de marché .....	9
1)    Etude de marché « Prétexte » .....	9
2)    Etude de marché « attentes clients quali » .....	10
C.    Campagne de mailing, création d'une base de données.....	11
D.    Travail avec des prescripteurs.....	12
1)    Création du fichier experts comptables.....	12
2)    Recherche de prescripteurs.....	13
E.    Prise de rendez-vous commercial .....	14
F.    Animation du réseau LinkedIn .....	15
<b>Analyse du stage et réponse à la problématique.....</b>	<b>17</b>
<b>Conclusion .....</b>	<b>20</b>
<b>Annexes.....</b>	<b>23</b>
Annexe 1 : Clients de Novaggio .....	23
Annexe 2 : Description de la stratégie commercial .....	23
Annexe 3 : Mail expliquant le questionnaire.....	25
Annexe 4 : Base de données mairies .....	26
Annexe 5 : Mail destiné aux mairies .....	27
Annexe 6 : Base de données experts comptables .....	27
Annexe 7 : Tableau synthétique des missions réalisées.....	28

## Remerciements

Je tiens tout d'abord à remercier grandement Nelly SUZINEAU, consultante en développement commercial, de m'avoir accueilli pour un stage de 8 semaines au sein de sa société. Elle m'a accordé une grande disponibilité et m'a apporté beaucoup de connaissances en lien direct avec ma mission ou pour mon projet professionnel. Nelly a tout fait pour rendre mon stage motivant et enrichissant et lui en suis très reconnaissant.

Je voudrais remercier Monsieur MANAUTE, professeur de Comptabilité et Gestion, qui s'est soucié du bon déroulement de mon stage et s'est rendu disponible en cas de besoin. Il s'est déplacé en entreprise afin de m'accompagner et de répondre à toutes mes questions.

Je remercie également Vincent FAURIE, consultant en stratégie commerciale, pour m'avoir conseillé tout au long de mon stage et pour avoir été à l'écoute de toutes mes questions. Il m'a également accueilli dans son bureau à Angers, cela m'a permis de travailler dans un environnement confortable et adapté à ma mission.

Je remercie aussi toute l'équipe de Cogely, cabinet de consultants en gestion du parc logiciel, pour m'avoir accompagné durant ces 2 mois. Emilie BONNIN, Patrice DEGUETTE et Lionel PERRADIN m'ont apporté tous les outils et connaissances nécessaires à mon travail. Ils se sont intéressés à ma mission mais aussi à ma personne. Ils m'ont beaucoup valorisé et se sont souciés de mon bien être durant le stage.

Je suis très reconnaissant envers l'IUT d'Angers pour m'avoir permis de réaliser un stage qui m'a permis d'acquérir de réelles compétences et qui m'a aidé dans mon projet professionnel.

Je remercie enfin toutes les autres personnes que j'ai rencontrées durant ma mission qui m'ont accordé du temps et qui m'ont conseillé sur ma problématique.

## Introduction

Nous avons la chance de pouvoir effectuer un stage de 2 mois en deuxième année de DUT Techniques de commercialisations à l'IUT d'Angers, ce qui est pour moi un point fort de cette formation.

C'est l'occasion pour nous, étudiants, de mettre en pratique 2 années d'apprentissage, d'évaluer nos compétences et d'avancer dans notre projet professionnel.

J'ai voulu profiter au mieux de cette période et je n'ai pas choisi mon entreprise au hasard. Ma volonté était claire : apprendre le métier de commercial, au moins la prospection, et me créer un réseau.

Ces attentes sont en lien avec mes ambitions. En effet j'aimerais devenir directeur commercial ou développer l'activité commerciale d'une entreprise. Mon objectif final étant d'être entrepreneur. Je pense qu'il est important de commencer par la base avant de diriger une entreprise, il faut savoir vendre ses produits et services.

J'ai alors postulé à différentes offres de stages, orientant mes choix vers de la vente B to B que je voulais découvrir. J'ai passé 2 entretiens qui ont été positifs puisque les 2 entreprises étaient intéressées par mon profil à la suite de l'échange.

J'avais donc le choix entre ces 2 stages tout aussi riches l'un que l'autre. J'ai finalement accepté de travailler pour Novaggio, conseils en développement commercial, car j'y voyais un intérêt professionnel plus important. En effet cette société me proposait non seulement une mission de commercial B to B et de communication mais elle me permettait aussi de me créer un réseau important et de réfléchir avec des experts sur une stratégie commerciale complexe.

J'ai effectué mon stage chez Novaggio avec Nelly SUZINEAU qui est consultante en développement commercial et été missionné uniquement pour un de ses clients, Cogely, qui est un cabinet de consultants en gestion des logiciels informatiques.

Le DUT est un diplôme professionnalisa<sup>n</sup>t, c'est pourquoi le stage représente un coefficient important dans la validation de celui-ci.

Ce rapport doit nous permettre d'analyser nos missions afin de proposer une solution à la problématique de l'entreprise qui nous reçoit en stage. Il fera également l'objet d'une soutenance orale en français et d'une en langue étrangère.



## Présentation des entreprises



Nelly SUZINEAU est autoentrepreneur et a créé sa société, Novaggio, spécialisée dans le développement commercial. Elle est une consultante qui a pour principale mission de mettre en relation ses clients avec ses contacts (dirigeants ou salariés d'entreprises de toutes tailles et de différents secteurs d'activité) afin de développer leur activité commerciale. Ses clients sont des TPE et PME car les plus grandes entreprises ont souvent un service dédié au développement commercial. Elle développe principalement son activité dans la région de Cholet.

Le statut de l'entreprise a été signé le 22 janvier 2017. Bien que ce soit une jeune entreprise, elle ne manque pas d'expérience puisque Nelly n'a pas moins de 15 ans d'expériences dans le commerce et la relation client, garantissant des rendez-vous ciblés et de qualité !

Ce qui fait d'elle une consultante indispensable est l'étendue et la qualité de son réseau. Elle compte parmi ses centaines de contacts de nombreux dirigeants d'entreprise dans différents secteurs d'activité avec qui elle entretient de bonnes relations.

Avec Novaggio, le client est certain d'obtenir une proposition sur mesure. En effet, Nelly effectue une immersion en entreprise de quelques jours afin de bien connaître les produits et services proposés ainsi que les valeurs défendues par ses clients.

Son expérience lui permet également de traiter un fichier de prospects afin de le rendre de meilleure qualité. Elle peut l'enrichir, le nettoyer, améliorer sa structure, etc. Un fichier de qualité permet un excellent ciblage.

Elle maîtrise par ailleurs parfaitement les différentes méthodes de prise de rendez-vous B to B (prospection à partir d'un fichier, phoning, salon, etc.).

Afin de rassurer ses clients, elle s'engage à faire un retour régulier sur la prospection, la mise en relation et son travail fourni.

Après cette présentation un peu générale j'aimerais vous expliquer les autres forces de Novaggio que j'ai découverts en accompagnant Nelly en rendez-vous et en observant son travail.

En effet, elle développe une relation de proximité avec ces derniers et créer un réel climat de confiance. Elle s'investit dans la réussite des entreprises clientes autant que leur dirigeant et s'engage à atteindre les objectifs. C'est une personne très à l'écoute qui ne laisse passer aucun détail. Sa disponibilité lui permet de réagir rapidement face aux imprévus.

J'ai été missionné pour Cogely mais Nelly travaille en même temps avec d'autres clients qui sont des entreprises industrielles ou encore des consultants.

**Voir Annexe 1 : Clients de Novaaggio**



Cogely est un cabinet composé de 3 consultants et associés, basé à Nantes, spécialisés dans la gestion et l'optimisation du parc logiciels des entreprises. Cette activité regroupe l'accompagnement, la formation et l'optimisation des coûts. Le licensing, les contrats de renouvellement logiciel, les processus d'achats, l'accompagnement lors d'audits des éditeurs ou encore de la formation.

Cette société a été créée en janvier 2016 par Lionel PERRADIN. Les 2 autres consultant sont Emilie BONNIN et Patrice DEGUETTE. Elle présente tout de même beaucoup d'expérience puisque les 3 associés ont travaillé chacun plus de 10 ans, voire 20 ans, dans ce domaine. Cette société a une perspective nationale puisqu'elle est actuellement présente sur la région de Lyon et de Nantes. Ses clients sont des entreprises de n'importe quel secteur d'activité ayant un effectif de 100 à 2000 salariés.

Leurs missions peuvent être ponctuelles ou récurrentes : ils proposent des conseils en gestion des logiciels, un accompagnement lors des changements d'architecture, de la formation, un portail support en ligne, une analyse des contrats de licences, un diagnostic du parc logiciel, une optimisation financière lors des renouvellements de contrats etc.

Ces prestations permettent d'apporter une réelle valeur aux entreprises, nous pouvons noter 3 principaux bénéfices :

- Des gains financiers,
- Une stratégie informatique,
- Un contrôle des risques légaux et une bonne image.

Il faut savoir qu'une mauvaise gestion des licences peut apporter de nombreux risques. La non-conformité entraîne un risque financier lors des audits des éditeurs de logiciel mais aussi un risque légal. Le dirigeant est tenu responsable du respect des contrats de son entreprise. Que va penser un client, un fournisseur ou un partenaire de l'entreprise s'il apprend qu'elle n'a pas acheté ce qu'elle utilise ? Pourtant de nombreuses entreprises ne se doutent même pas qu'elles sont en tort...

Au contraire une entreprise qui paie plus de licences qu'elle n'en utilise va perdre en performance. Les charges liées aux logiciels informatiques sont parfois très élevées.

Cogely défend aussi des valeurs que toute l'équipe partage. Ce cabinet de consultants est indépendant des éditeurs de logiciels, c'est un avantage pour eux car ils vont conseiller uniquement sur ce dont ont besoin les clients. Ils ne vendent pas de licences et restent ainsi objectifs dans leurs préconisations. Leur flexibilité leur permet de s'adapter aux stratégies et aux calendriers très différents des clients. Enfin, la valeur humaine se ressent dans la société. Les 3 experts maintiennent de très bonnes relations avec leurs clients et s'approprient leurs valeurs dès les premiers rendez-vous. Prendre le temps de s'intéresser à leurs interlocuteurs est primordial pour cette équipe afin de proposer une prestation de qualité.

De nombreux partenaires leur font d'ailleurs confiance et les accompagnent au quotidien. Voici quelques partenaires :



## Diagnostic de l'entreprise

J'ai été missionné pour Cogely afin de leur trouver des clients et d'améliorer leur prestation. Dès le début de mon stage j'ai alors réalisé un diagnostic interne et externe que j'ai complété durant les 2 mois, afin de trouver une problématique à ma mission et d'y répondre.

### A. Diagnostic interne

Pour le diagnostic interne, j'ai dressé un tableau comparant les forces et les faiblesses de la société afin de comprendre rapidement les axes à améliorer et les ressources sur lesquelles les 3 associés peuvent s'appuyer.

Voici le tableau recapitulant les forces et les faiblesses de Cogely.

Forces	Faiblesses
<ul style="list-style-type: none"><li>- Des consultants confirmés ayant chacun plus de 10 ans d'expérience dans le domaine de la gestion des logiciels.</li><li>- Un réseau de partenaires importantes.</li><li>- Peu de charges financières (aucun emprunt effectué, seulement des frais de fonctionnement assez minimes)</li><li>- Une large couverture géographique (régions de Nantes et Lyon).</li><li>- Des consultants indépendants des éditeurs de logiciels, ce qui traduit une objectivité et honnêteté totale.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Seulement 3 consultants, le nombre d'entreprises à proscrire est élevé et la société doit rapidement trouver des clients pour rentrer de la trésorerie.</li><li>- L'écart géographique entre les associés rend les réunions compliquées et ne permet pas un travail coordonné sur le secteur.</li><li>- Il manque une compétence technique (un technicien) qui permettrait d'installer les logiciels d'inventaire lors des diagnostics, pour le moment Cogely profite des compétences de ses clients.</li></ul>

### B. Diagnostic externe

Pour le diagnostic externe, j'ai utilisé comme outil les 5 forces concurrentielles de PORTER.

Voici l'analyse des 5 forces de Porter pour le secteur de la gouvernance logicielle (gestion et optimisation du parc de licences logiciels).

#### 1. L'intensité de la concurrence entre les entreprises existantes

➤ Il y a d'abord les sociétés qui vendent des licences (Comsoft, Comparex, etc.) et qui se sont diversifiées en ajoutant à leur offre une prestation de gestion. Mais les clients savent que leurs conseils ne sont pas toujours objectifs puisqu'ils essaient de vendre leurs licences. Les commerciaux sont d'ailleurs rémunérés sur les ventes de licences et n'ont pas un réel esprit de prestation de service. Ce service ne représente pas une activité importante chez ce type de concurrents.

- Sur le secteur géographique de Cogely il n'y a pas de concurrent direct, de société indépendante des éditeurs de logiciels et qui exerce la même activité.

**L'intensité concurrentielle est en fait trop faible**, c'est un marché émergent et il manque un (gros) concurrent qui permettrait de créer le marché et d'augmenter la demande.

## 2. La menace des nouveaux entrants

- Ce marché ne nécessite pas d'investissements importants à l'entrée, c'est une prestation intellectuelle. Il suffit d'être formé à la gestion des licences. Ce sont des compétences que peuvent avoir des acheteurs en logiciels informatiques ou encore des responsables du système d'information.
- Il n'y a pas de contrainte légale dans ce métier si ce n'est les droits d'auteurs à respecter en utilisant des logiciels d'inventaire et de travail.
- La différenciation n'est pas perçue par le client, à par l'indépendance aux éditeurs de logiciels qui permet une certaine confiance.

La **menace des nouveaux entrants est élevée**, il n'y a pas de barrière à l'entrée. Néanmoins, la demande n'est pas élevée, le marché n'est pas attractif pour le moment.

## 3. La menace des produits et services de substitution

- Certaines entreprises ont un service d'optimisation du parc logiciels en interne performant avec des acheteurs, des conseillers, un risk manager et une équipe travaillant ensemble et connaissant les besoins de l'entreprises.
- Il existe des outils qui peuvent être perçus comme un produit substituable à ce marché. Ce sont des outils d'inventaire logiciel qui permettent une certaine visibilité sur le parc logiciels et une optimisation du nombre de licences à acheter. Mais ces outils ne permettent pas de comparer les logiciels entre eux, de connaître les conditions d'utilisation ou encore les droits à des extensions dans les contrats.
- Il existe également l'offre Cloud qui est un service de substitution important. En effet le Cloud permet de ne payer que ce que l'entreprise utilise. Elles n'achètent plus du matériel (serveurs physiques, etc.) et des licences mais un service par utilisateur. Si l'entreprise ne souscrit plus l'utilisation d'une licence et ne la paie plus, elle n'a plus accès à l'utilisation des logiciels. Cela lui permet de contrôler et de n'utiliser que ce qu'elle utilise. L'entreprise n'a plus à faire le diagnostic de son parc ou encore à étudier des contrats d'utilisation complexes.

**Ces produits et services de substitutions représentent une menace** pour le marché qui doit s'adapter et proposer un service personnalisé et plus large que ceux-ci.

#### 4. Le pouvoir de négociation des fournisseurs

**Il n'y a pas de fournisseurs stratégiques** pour le secteur de la gouvernance logicielle. Il s'agit d'une prestation intellectuelle.

#### 5. Le pouvoir de négociation des clients.

- Les clients n'ont pas de choix puisqu'il n'y a pas de concurrents directs sur la zone géographique.
- Ils n'ont pas non plus de référentiel pour comparer les tarifs puisque les consultants se rémunèrent sur les économies réalisées et qu'il n'y a pas de concurrents proposant exclusivement les mêmes services.
- Le seul point de comparaison est le coût au jour du consultant lorsqu'il s'agit de réaliser un diagnostic ou une formation.

**Les clients n'ont pas de pouvoir de négociation** puisqu'il n'y a pas assez d'offre pour pouvoir miser sur la concurrence. Ils acceptent ou non la prestation en fonction de leur budget disponible principalement. Le positionnement d'experts des consultants leur permet d'obtenir la confiance des clients. Ils font par ailleurs souvent appels aux cabinets spécialisés dans la gouvernance logiciel lorsqu'ils sont audités par un éditeur de logiciel et qu'ils sont en fraude : ils n'ont alors aucun pouvoir de négociation.

### C. Etude des autres opportunités et menaces de l'environnement externe

Par ailleurs, j'ai étudié d'autres aspects du marché qui me semblaient important afin de connaître la problématique de Cogely. Voici un tableau résumant les principales opportunités et menaces du marché.

Opportunités	Menaces
<ul style="list-style-type: none"><li>- Les éditeurs de logiciels promis qu'ils allaient dorénavant auditer tous leurs clients tous les 3 ans.</li><li>- C'est un marché en croissance qui devrait se développer.</li><li>- Les lois contre la fraude évoluent et les contrôles augmentent (doucement).</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- C'est un marché émergent, immature, sur lequel il est difficile de vendre une offre puisqu'il n'y a qu'une faible demande.</li><li>- Ce marché émergent est instable, nous ne savons pas s'il va se développer ou disparaître.</li><li>- La croissance des entreprises a diminué depuis la crise économique de 2008, elles investissent difficilement dans des projets qui ne rapportent pas de trésorerie rapidement.</li></ul>

## Problématique

Ce diagnostic interne et externe m'a permis de formuler une problématique pour mon maître de stage et moi à laquelle nous avons essayé de répondre en mettant en place une stratégie commerciale.

La société Cogely doit obtenir en moyenne 30 clients par ans pour assurer sa pérennité, soit 10 clients par consultant. Aujourd'hui elle n'arrive pas à atteindre cet objectif alors qu'elle dispose de nombreuses forces et que le marché présente des opportunités.

L'un des problèmes majeurs est le manque de demande. Celui-ci est dû principalement au manque de concurrents mais aussi à un manque de sensibilisation sur le sujet. Les responsables des systèmes d'informations ne sont pas assez informés ni formés sur le sujet de la gouvernance logicielle.

Cogely doit obtenir rapidement la trésorerie nécessaire à son activité, c'est pourquoi j'ai été missionné. Mes observations et les premières réunions m'ont permis de formuler la problématique sur laquelle j'allais travailler afin d'aider la société. J'ai alors effectué des actions afin de répondre à la problématique suivante :

### **Comment développer l'activité commerciale d'un client de Novaggio, la société nantaise Cogely ?**

Les différentes actions que j'ai menées m'ont permis petit à petit de répondre à cette question et de proposer un réel plan d'action à la société.

## Présentation du stage

Mon rôle chez Novaggio n'était de travailler que pour un de ses clients. Afin de répondre à la problématique, j'ai mené des actions dans un ordre logique et réfléchi avec mon maître de stage, les consultants de Cogely et un consultant en stratégie commerciale, Vincent FAURIE.

### A. Réunions stratégiques

J'ai assisté et participé dès le premier jour un des réunions de stratégie commerciale durant lesquelles on m'a confié des actions et des objectifs à réaliser. Toutes les actions étaient écrites sur de grandes feuilles accrochées sur les murs du bureau de Cogely.

[\*\*Voir annexe 2 : Description de la stratégie commerciale\*\*](#)

J'ai réalisé des comptes rendus et commencé à réfléchir à d'éventuelles amélioration de la stratégie commerciale.

Nous nous rendions à Nantes avec mon maître de stage une fois toutes les 2 semaines pour faire un point avec Cogely et observer les résultats, pour modifier ou non la stratégie adoptée. Dans nos dernières réunions j'ai pu expliquer mes préconisations et apporter un nouveau regard extérieur, plus jeune à la société qui est resté à l'écoute de toutes mes suggestions.

### B. Etudes de marché

#### **1) Etude de marché « Prétexte »**

##### **Contenu de la mission :**

Ma première action a été de réaliser une étude de marché en deux étapes afin de mieux comprendre les attentes et besoins des clients. Nous avons nommé la première partie « étude de marché prétexte » car je les ai contactées afin de répondre à un questionnaire, mais c'était aussi un prétexte afin d'avoir un contact dans l'entreprise et de connaître leurs besoins.

##### **Objectifs :**

Cette étude devait permettre de mieux adapter l'offre à la demande et de connaître l'intérêt des entreprises pour l'optimisation de leur parc logiciels.

##### **Résultats :**

J'ai alors réalisé un questionnaire qui a évolué après plusieurs réponses. Il a été validé par Cogely qui avait besoin de réponses sur des sujets précis. Ma mission

était d'obtenir un entretien téléphonique avec les responsables du service informatique afin qu'ils répondent à mon questionnaire par téléphone. J'ai également partagé mes questions sur LinkedIn en créant un questionnaire sur Google Form. Mes questions portaient principalement sur l'intérêt que portent les entreprises sur la gestion de leurs licences et sur leurs connaissances dans ce domaine ainsi que quelques informations clients comme le nombre de serveurs dont disposent les entreprises.

Pour les responsables informatiques ne souhaitant pas me répondre, j'ai tout de même gardé leurs coordonnées afin de qualifier ma base de données.

Pour les personnes que je n'ai pas réussi à joindre, je leur ai envoyé un mail avec un lien vers mon questionnaire et une présentation de Cogely.

#### **Voir annexe 3 : Mail expliquant le questionnaire**

**Le questionnaire, les réponses et les analyses seront expliqués lors de ma soutenance orale, c'est pourquoi je ne développe pas plus cette action dans mon rapport de stage écrit.**

## **2) Etude de marché « attentes clients quali »**

### **Contenu de la mission :**

La deuxième partie de l'étude de marché était beaucoup plus qualitative. Elle devait nous permettre de connaître avec le plus de précisions possibles les attentes des clients. C'est pourquoi nous l'avons nommé « Etude attentes clients quali ».

### **Objectifs :**

Nous devions obtenir 10 rendez-vous de 30 minutes/1 heure avec des entreprises acceptant de nous aider à améliorer la prestation de Cogely. Un des consultant se déplace alors dans les locaux de l'entreprise pour rencontrer le responsable informatique afin de discuter autour de l'activité de gouvernance logicielle et des besoins des entreprises. Il ne s'agissait pas de rendez-vous commercial.

Pour cela, nous avons utilisé une base de données, plus ou moins qualifiée, partagée par Cogely. Les contacts présents dans la base avaient reçu une invitation de la société sur LinkedIn ainsi qu'un message d'un des consultants. Ils sont aussi des clients d'un partenaire de la société, Iliane (informatique d'entreprise et hébergement).

Nous avons alors appelé les 23 contacts qualifiés afin d'obtenir 10 rendez-vous, la marge de refus était faible. Cela a été difficile car les responsables informatiques ne sont que rarement disponibles et ne répondent à aucun appel d'un nouveau contact.

### **Résultats :**

Des rendez-vous ont tout de même été pris mais ils n'ont pas encore eu lieu puisqu'ils ont été convenus sur le mois de juin principalement, en fonction des disponibilités. Dès qu'un rendez-vous était obtenu, nous avons envoyé un mail type avec une invitation sur le calendrier via Outlook, afin que le consultant et le responsable informatique confirment de leur présence et se mettent en relation.

Pour les personnes ne souhaitant pas prendre l'appel, nous leur avons envoyé un mail avec une présentation de l'activité de Cogely et nous avons pris soin de garder leurs coordonnées afin de qualifier les bases de données.

Les rendez-vous étant effectués par les consultants leur permettront directement de mieux connaître le marché, ils feront l'analyse de cette étude eux-mêmes. J'aurais tout de même aimé assister à un rendez-vous mais les questions abordées sont très techniques, je ne pouvais pas y aller seul.

### **Difficultés rencontrées :**

Cette première prospection téléphonique nous a permis de nous rendre compte de la difficulté d'obtenir le responsable informatique au téléphone. Il est très souvent en déplacement sur les sites ou en réunion et ne prend plus le temps de répondre à de nouveaux contacts. Le standard nous a conseillé 4 fois sur 5 de lui envoyer d'abord un mail. Mais dès que nous avons réussi à leur parler aux téléphones, ils n'ont pas refusé de rencontrer les consultants de Cogely.

Suite à ces deux premières actions effectuées nous avons fait d'autres réunions stratégiques durant lesquelles nous avons décidé de mettre en avant la formation car les prospects ne semblent pas sensibilisés et formés au sujet de l'optimisation des licences informatiques.

## **C. Campagne de mailing, création d'une base de données**

### **Contenu de la mission :**

Nous avons décidé de mener une campagne de mailing auprès des mairies leur proposant une formation afin d'apporter de la trésorerie à Cogely.

### **Objectifs :**

Nous voulions cibler les mairies proches géographiquement de Nantes : celles de Pays de la Loire, de Bretagne et de la région Centre. Le problème est que nous ne possédions pas de fichiers concernant les mairies.

## **Résultats :**

J'ai alors cherché sur internet toutes les villes supérieures à 10 000 habitants de ces 3 régions. Les villes plus petites ne représentaient pas un chiffre d'affaires potentiel assez important pour l'énergie investi et le déplacement.

Cela m'a permis de créer ma base de données avec quelques premières informations (nom de la ville, région, nombre d'habitants, rang national). Il y a environ 33 villes de plus 10 000 habitants dans chaque région. J'ai ensuite cherché sur internet le numéro de téléphone de ces 100 mairies pour pouvoir ensuite les appeler.

### **Voir annexe 4 : Base de données mairies**

Une fois tous les numéros obtenus j'ai commencé mes appels pour obtenir le nom d'un contact, sa fonction (Responsable du système d'information, Directeur du système d'information ou encore Responsable des achats informatiques) ainsi que son adresse mail et son numéro de téléphone. J'ai obtenu les coordonnées d'un contact dans presque toutes les mairies. Il en manquait 7/100, le standard n'a jamais répondu.

Patrice a ensuite envoyé des mails aux contacts obtenus afin de leur proposer une formation en gouvernance logicielle et en optimisation financière du parc logiciels.

### **Voir annexe 5 : Mail destiné aux mairies**

## **Difficultés rencontrées :**

Nous ne possédions pas de fichier qualifié concernant les mairies. Le phoning est une activité qui est très chronophage et la création d'un fichier est aussi très long. C'est important d'avoir un fichier qualifié pour réaliser une action commerciale de qualité.

Au début, je ne savais pas trop par où commencer puis j'ai trouvé sur internet la liste des villes de chaque région. Cela m'a permis de créer ma base de données puis j'ai avancé rapidement dans la qualification.

## **D.Travail avec des prescripteurs**

### **1) Crédit du fichier experts comptables**

#### **Contenu de la mission :**

Nous avons décidé d'envoyer des mails à de nombreux experts comptables de Pays de la Loire, Bretagne et région Centre afin de les sensibiliser sur le risque financier d'une mauvaise gestion du parc des licences informatiques.

En effet les experts comptables sont les plus proches conseillers extérieurs des dirigeants, ils ont un regard global sur l'entreprise et connaissent toutes leurs stratégies. Ils une parfaite maîtrise des informations financières, c'est pourquoi les chefs d'entreprise leur font confiance.

### **Objectifs :**

Si des experts comptables avertissent leurs clients de ce risquent et conseillent Cogely en cas de besoin, cela générera de l'activité pour la société.

L'objectif était donc de récupérer le plus d'adresses mails possible d'experts comptables et de cabinets d'experts comptables.

### **Résultats :**

Les experts comptables sont répertoriés par départements sur l'ordre des experts comptables en ligne sur internet. J'ai ainsi pu obtenir plus de 1000 experts comptables et cabinets avec les noms, les fonctions, les adresses mails, etc.

**Voir annexe 6 : Base de données experts comptables**

Les mails ont été ensuite envoyé par l'équipe de Cogely qui les avaient préparés. Ils ont utilisé un logiciel spécialisé dans l'envoie de masse de mails avoir un retour sur les cliqueurs (ceux qui ont ouverts le mails en cliquant dessus).

### **Difficultés rencontrées :**

Nous n'avions pas de base de données et en créer une prend beaucoup de temps, il faut vérifier l'exactitude des informations. Les listes d'experts comptables que j'ai trouvées étaient au format PDF, j'ai dû trouver le moyen d'exporter ces fichiers sous format Excel afin de qualifier le fichier et d'automatiser l'envoi de mails. J'ai téléchargé une version d'essai d'Adobe Acrobat afin de convertir le PDF en format Excel.

## **2) Recherche de prescripteurs**

Cogely cherche à développer son activité commerciale, notamment grâce à ses prescripteurs. Mon maître de stage a eu l'idée de les faire connaître auprès des experts comptables mais aussi des avocats concernant le risque légal de la non-conformité.

### **Présentation chez Strego :**



J'ai assisté à une présentation de Emilie BONNIN sur Cogely devant des experts comptables de Strego à Cholet. Ils étaient une dizaine dont l'un des 2 associés de l'entreprise.

L'objectif était de se faire connaître et d'apporter un conseil supplémentaire aux experts comptables en les sensibilisant sur les risques financiers d'une mauvaise gestion du parc logiciel.

La présentation s'est bien déroulé, certains ont posé des questions. Emilie a ensuite envoyé un mail présentant le compte rendu de la présentation. Cogely va ensuite envoyer des newsletters régulièrement à la Strego afin de garder un contact et de rappeler son activité. C'est grâce aux contacts de Nelly que la société a pu réaliser cette réunion directement dans les locaux du cabinet d'experts comptables.

### **Présentation chez Oratio :**



Nelly et moi avons rencontré un autre prescripteur qui dirige le cabinet d'avocats Oratio. L'objectif de notre rencontre était le même : apporter un conseil supplémentaire aux avocats en les sensibilisant sur les risques légaux d'une mauvaise gestion du parc logiciel et de la non-conformité.

J'ai pu participer à cette réunion en échangeant avec le dirigeant qui était très à l'écoute de notre présentation. Il a compris l'enjeu également pour le cabinet de proposer une prestation supplémentaire à leur service en conseillant également sur la gestion des licences.

C'est encore grâce aux contacts de Nelly que nous avons pu obtenir cet entretien.

Les prescripteurs sont des acteurs importants puisqu'ils vont permettre un travail sur le long terme et de générer de l'activité. La relation de confiance qu'ils partagent avec leurs clients permettra à ces derniers d'écouter les conseils de leur expert et de s'intéresser à la valeur apportée par Cogely.

## **E. Prise de rendez-vous commercial**

Durant la 6<sup>ème</sup> semaine de mon stage, Cogely a retravaillé son offre avec Vincent FAURIE, consultant en stratégie commercial, prenant en compte le retour de mon travail avec mon maître de stage.

Des actions ont été mises en place pour générer de l'activité sur le moyen et long terme. Il fallait à présent trouver des clients rapidement afin d'augmenter la trésorerie et d'assurer la pérennité de la société. En effet, l'activité assez faible des consultants les a amener à réfléchir sur le futur de l'entreprise.

### **Contenu de la mission :**

Il fallait redonner de la motivation à l'ensemble de l'équipe en obtenant des rendez-vous. Nous devions alors proposer une nouvelle offre à des prospects en les appelant. Nous leur proposions un entretien téléphonique avec un de nos

consultants afin de réaliser un premier diagnostic. Cet entretien ne les engageait en rien puisque les consultants se rémunèrent sur les économies réalisées à leurs clients.

#### **Objectifs :**

Notre nouvel objectif était d'appeler 400 prospects afin d'obtenir absolument du rendez-vous, en 2 semaines.

#### **Résultats :**

**Les résultats et les analyses seront expliqués lors de ma soutenance orale, c'est pourquoi je ne développe pas plus cette action dans mon rapport de stage écrit.**

Nelly a également réalisé de la prospection téléphonique. Mais son travail consistait surtout à mettre en relation Cogely avec son réseau, comprenant de nombreuses entreprises variées.

Elle a ainsi obtenu des rendez-vous avec le groupe Transporteur Antoine, Charal, Wesco (matériel et jeux pour crèche et vente par correspondance aux particuliers), Groupe Rouiller (production de nutriments et aliments pour plantes, animaux et hommes) ou encore AJS.

## **F. Animation du réseau LinkedIn**

#### **Contenu de la mission :**

Au début de mon stage, j'ai demandé aux associés de Cogely quel était leur implication sur le réseau LinkedIn. Ils sont présents sur le réseau à l'animant régulièrement mais ils pourraient encore plus l'exploiter.

J'ai alors décider de générer du contact entre les prospects et la société.

#### **Objectifs :**

Mon objectif a été d'augmenter leur réseau sur LinkedIn dans le but de générer de l'activité et d'améliorer leur notoriété.

#### **Résultats :**

J'ai tout d'abord partagé mon questionnaire sur le réseau afin d'avoir des retours et une interactivité avec des entreprises dans le besoin. Mon post a été partagé 5 fois et vu plus de 2000 fois. Les réponses au questionnaire ont, quant à elles, été faibles puisque je n'ai obtenu que 2 réponses via LinkedIn.





Arnaud Militon

Étudiant en IUT Techniques de Commercialisation

2 mois • Modifié

...

Un enjeu majeur pour la performance des entreprises : l'optimisation des coûts et la gestion des risques liés au parc logiciel. Savez-vous qu'une meilleure gestion vous permet d'améliorer le résultat de votre société ? Pensez-vous avoir installé le même nombre de logiciels que de licences achetées ?

J'aimerais connaître votre avis à ce sujet dans le cadre de mon stage de fin d'étude que j'effectue au sein de la société COGELY. Vos réponses aideront grandement cette entreprise nantaise à améliorer ses propositions de services.

Merci de répondre au court questionnaire, qui devrait vous faire prendre conscience des enjeux de ce sujet, en cliquant sur le lien ci-dessous.

The screenshot shows a LinkedIn post from Arnaud Militon. The post includes a profile picture, the author's name, their status as a student, and the date it was modified. The main content is a message about software license management and a request for responses to a survey. Below the message is a thumbnail of a Google Doc titled "Etude de marché sur la gestion du parc logiciel". The thumbnail shows a computer monitor displaying a world map, a server rack, and a keyboard. The document title is "Etude de marché sur la gestion du parc logiciel" and the URL is "docs.google.com". The document content is a short text about the study and its purpose, followed by a question: "1 - Quel est le nombre d'employés dans votre entreprise ?". At the bottom of the thumbnail, there is a link to the document itself.

5 J'aime

J'ai également invité tous mes prospects à rejoindre Cogely sur le réseau professionnel afin d'être informés sur l'actualité et l'activité de la société. Je leur proposais alors par téléphone ou dans mes mails d'inviter un des consultants dans leurs relations.

Il a été difficile de mesurer l'impact de cette action car je n'ai pas accès aux relations des 3 associés de Cogely. Il aurait fallu croiser les noms de mes bases de données et retrouver ceux correspondant parmi des centaines de contacts.

## Analyse du stage et réponse à la problématique

Ma mission ne concernait qu'un des clients de Novaggio, j'ai réalisé toutes mes actions afin de répondre à la problématique de Cogely.

Comme nous l'avions énoncé après notre diagnostic, nous savons que la société Cogely doit augmenter ses ventes de services et de façon régulière afin de poursuivre son activité. **Nous nous sommes alors demandé comment augmenter leur activité commerciale alors que nous sommes des prestataires extérieurs à leur entreprise.**

Les actions que j'ai menées ont permis d'adopter et d'essayer une large stratégie commerciale au lieu de ne se focaliser que sur un axe de développement commercial. Grâce à cela, j'ai pu analyser toutes les possibilités et les résultats de notre travail afin de choisir le ou les axes les plus pertinents pour générer de l'activité.

L'étude de marché a d'abord montré que les responsables du système d'information étaient la mauvaise cible pour vendre les prestations de Cogely. En effet, ils sont les seuls dans l'entreprise à connaître leur domaine, l'informatique, et même les dirigeants, n'ayant aucune connaissance, leur font entièrement confiance. C'est le seul service disposant d'une telle autonomie. Le dirigeant peut s'y connaître en marketing, en vente, en achats mais il ne s'y connaît jamais en logiciels informatiques.

La campagne de mails auprès des mairies n'est pas encore terminée. La proposition de formation auprès des villes est intéressant car le personnel a souvent besoin de se former afin de réaliser des économies. Nous pouvons tout de même retenir qu'il est facile d'obtenir des contacts auprès des mairies et qu'ils sont à l'écoute de nos propositions.

La recherche de prescripteurs a été réussie puisque nous avons rencontré des personnes de différentes professions sensibles à l'activité de Cogely. Elles ont très bien compris leur intérêt professionnel et la valeur ajoutée que cela leur apporterait de sensibiliser leur client sur l'activité de la société nantaise et les risques d'une mauvaise gestion des licences.

Quant à la prise de rendez-vous commerciale, elle a été pour moi une réussite puisque j'ai obtenu 6 rendez-vous sur environ 200 appels passés. Pour un stagiaire, c'est un bon objectif atteint, mais pour les consultants de Cogely, c'est un travail qui prend beaucoup de temps pour peu de résultats. De plus, les rendez-vous n'aboutissent pas toujours à une prestation très rémunératrice.

J'ai essayé de prendre du recul sur l'activité de Cogely et d'apporter un regard constructif. Mon statut de jeune étudiant, extérieur à l'entreprise m'a permis non seulement de donner mon avis sur des idées de l'équipe concernant des axes de développement, mais aussi d'apporter de nouveaux conseils pertinents aux 3 associés.

Voici mes **préconisations** qui permettraient aux associés, selon moi et selon d'autres professionnels avec qui j'ai échangé durant le stage, de **développer leur activité commerciale**.

- Cogely doit s'adresser directement aux dirigeants, aux responsables achats ou aux risk managers. En effet ces personnes se soucient de la compétitivité de l'entreprise et des optimisations financières possibles. Leur rôle est de rendre plus performant l'entreprise en diminuant les charges mais aussi en choisissant des ressources optimisées. Ils seront plus concernés et à l'écoute de l'activité de la société et des enjeux des prestations proposées.

D'après l'étude de marché, nous savons que même les responsables informatiques ne connaissent pas toujours leur parc, leur fournisseur principal et ce qui est installé sur les postes ordinateurs des collaborateurs. C'est important de questionner le dirigeant à ce sujet, qui demandera à son tour à son spécialiste. Si ce dernier ne sait pas répondre, le dirigeant ne pourrait qu'affirmer que la gestion logicielle n'est pas optimisée.

- Il faut continuer le travail avec les mairies car ce sont des prospects à l'écoute et cherchant à diminuer les charges publiques en optimisant leurs ressources. De plus, travailler avec quelques mairies permettraient d'obtenir la confiance des villes voisines. La société expliquerait aux autres villes du département que des mairies lui ont fait confiance et qu'elle connaît déjà le fonctionnement et l'organisation de ce type de clients. Il faut absolument obtenir quelques contrats avec des premières mairies. En plus de la campagne de mailing il serait judicieux et même nécessaire d'appeler les responsables informatiques juste après l'envoi des mails. Par téléphone il serait plus facile d'expliquer l'intérêt qu'ont les villes à travailler avec Cogely.

- La recherche de prescripteurs est un des axes les plus importants dans le développement de l'activité commerciale de la société. Nous avons constaté qu'il est très difficile, pour ne pas dire impossible, de contacter par téléphone le dirigeant ou le responsable achats. Ces prescripteurs qui peuvent être des experts comptables ou des avocats bénéficient d'une grande confiance de leurs clients. S'ils arrivent à leur faire comprendre les enjeux de l'activité de Cogely, l'interaction serait facilitée avec les dirigeants. Cela permettrait au moins de pouvoir parler aux décideurs des entreprises, qui se poseraient les bonnes questions et ne fermeraient aucune porte tant qu'un diagnostic ne serait pas effectué.

La Strego et Oratio sont de grands cabinets présents à l'échelle nationale. Il serait judicieux de continuer de travailler avec eux encore plus étroitement afin d'accéder au futur aux agences d'autres départements.

- Le travail de Nelly est primordial. Elle active son propre réseau professionnel afin de trouver des clients à Cogely. Les rendez-vous qu'elles obtiennent sont de

qualité et elle présente l'activité de la société directement au dirigeant qui se retourne vers son responsable informatique. Il y a déjà eu de grosses entreprises qui ont accepté un entretien, comprenant leur intérêt à échanger avec les consultants en gouvernance logicielle.

- Le dernier axe de développement commercial important concerne selon moi les partenaires de Cogely. Elle en compte déjà plusieurs comme Iliane sur le secteur des logiciels informatiques mais elle doit continuer de travailler avec eux afin, pourquoi pas, de partager une base commune de prospects et de clients. Il est toujours plus facile d'obtenir un rendez-vous quand nous connaissons le client.

La société doit se faire connaître pour susciter l'intérêt des entreprises sur le domaine de la gestion des parcs de licences. Le marché est émergent et afin que la demande apparaisse, Cogely doit faire connaître ses prestations et les clients qui lui ont déjà fait confiance.

Patrice DEGUETTE, dans cette optique de notoriété, a d'ailleurs obtenu un article présentant l'activité des consultants sur Channel News, un site d'actualité professionnel sur le secteur informatique et numérique.

Je pense qu'en se faisant connaître les clients viendront vers l'entreprise, c'est l'inverse qu'il se passe aujourd'hui. Nous l'avons vu, la prospection commerciale n'est pas très efficace. De plus, les 3 associés ne sont pas de commerciaux, ils n'aiment pas et ne savent pas faire de la prospection téléphonique, ce n'est pas leur métier. Ce sont les partenariats et le réseau de Cogely qui lui permettront d'après moi de générer plus d'activité commerciale. Il est difficile d'éprouver le besoin d'être conseillé en gouvernance logicielle si nous ne savons même pas que cette prestation existe.

Cette stratégie commerciale devrait permettre à Cogely d'obtenir de nouveaux clients de façon constante. Cela lui permettra de se développer et, je l'espère, d'agrandir son équipe en accueillant un technicien nécessaire lors des déplacements chez les clients ou encore un commercial permettant de faciliter le travail de suivi des clients et des prospects ainsi que la prise de rendez-vous.



## Conclusion

Si je devais choisir un mot pour décrire ce stage, ce serait « **riche** » car mon stage a été riche en connaissances, en actions effectuées mais aussi en émotions et en relations humaines.

Il est vrai que j'aurais aimé continuer ma mission plus longtemps, me sentir plus utile car j'ai pris à cœur l'activité de Cogely et le travail de mon maître de stage. J'ai été très bien accueilli, on s'est bien occupé de moi je dois l'avouer... Les personnes que j'ai côtoyées ne m'ont pas regardé comme un simple stagiaire mais comme un étudiant, inquiet par ses poursuites d'études, et comme un jeune homme plein de projets. Ils se sont intéressés à moi, ce qui m'a motivé à donner le meilleur de moi-même pour eux.

Nous avons rencontré quelques difficultés pour l'activité de Cogely mais je tiens à préciser que leur domaine d'activité est très compliqué. Pour les autres clients de Novaggio, Nelly obtient presque 100% de prise de rendez-vous lorsqu'elle contacte son réseau.

Le cœur de métier de mon maître de stage est vraiment de générer du client, mais par le côté classique de la prospection. Il s'agit de rendez-vous qualifiés, la personne en face est bien au courant de l'activité du client de Novaggio. L'entretien a été discuté avant, ce qui permet des conditions d'échanges idéales afin de développer son activité.

Ce stage m'a permis de me découvrir dans ce monde commercial qui m'intéresse depuis longtemps. Il m'a apporté beaucoup de connaissances et m'a complété les bases apprises lors de ma formation.

Au début de ces 2 mois, j'étais encadré pour construire un mail ou ma trame de prospection. Toute l'équipe a participé en répondant à mes appels, en jouant les faux prospects, lorsque je m'entraînais. J'ai tout de suite corrigé mon principal défaut : ma vitesse d'élocution trop rapide. Il est déjà difficile de suivre mon débit de parole en étant à côté de moi, alors imaginons au téléphone... Je ne suis pas parfait mais j'ai progressé sur ce point. J'ai appris à persévérer car les responsables informatiques ne sont jamais disponibles, il fallait pourtant que je leur parle quelques minutes par téléphone. J'ai appris à passer la barrière du standard par moi-même, en utilisant un fichier qualifier mais aussi en utilisant mes propres « techniques ».

J'ai gardé un souvenir de mon premier jour et je suis conscient aujourd'hui du potentiel que j'ai obtenu par apport à l'utilisation de l'informatique, d'outils commerciaux ou encore d'une fiche de prospection. Je sais à présent bien qualifier un fichier clients, je suis à l'aise au téléphone et je sais apprendre rapidement un texte afin de présenter mon offre au prospect. J'ai aussi appris les secrets du métier qui sont l'organisation et les objectifs fixés afin de ne pas se démotiver. Je me suis pris au jeu lors des appels en acceptant les refus. Au début c'était difficile, j'interprétais les refus personnellement, j'ai ensuite compris

que c'était mon offre qui ne les intéressait pas forcément et j'ai contrôlé mes sentiments.

Ce stage m'a également apporté beaucoup de savoir être. Je suis assez impulsif et il faut savoir se contrôler en entreprise, nos collègues peuvent mal interpréter nos gestes si on ne communique pas. J'ai d'ailleurs appris à mieux communiquer, que ce soit par mail ou avec la parole.

J'ai vécu quelques moments stressants (concours pour mon orientation scolaire, baisse de morale, blessure au sport ou encore entretiens d'embauches) et j'ai appris à savoir les gérer au travail. Il faut apprendre à différencier son activité professionnelle et sa vie privée pour rester performant. J'ai eu du mal parfois mais mon maître de stage m'a rapidement remotivé et expliqué le bon comportement à adopter.

Cette expérience professionnelle a confirmé mes choix d'orientation et mon projet. A moyen terme j'aimerais toujours exercer un métier de directeur commercial ou de business développer. Mon rêve est de devenir par la suite entrepreneur et d'avoir une entreprise valorisant tous les salariés à tous les niveaux de la hiérarchie.

Les outils commerciaux que j'ai utilisés m'ont permis de mieux comprendre le métier de commercial, c'est important si un jour je dirige une équipe de commerciaux. Je ne vois pas comment je pourrais leur fixer des objectifs sans savoir comment ils exercent leur métier.

L'année prochaine, je m'en vais vers Paris intégrer une licence 3 de Gestion dans une grande université (Panthéon-Sorbonne, Panthéon-Assas ou peut être Dauphine). J'aimerais acquérir des connaissances universitaires afin de compléter mon parcours plus technique à l'IUT, pour ensuite me spécialiser en école de commerce, certainement dans la stratégie commerciale ou dans l'entreprenariat.

Ce dernier travail pour l'IUT est aussi l'occasion pour moi de conclure sur ces 2 années. Cette formation m'a apporté autant en connaissances qu'en savoir-être. J'ai profité pleinement tout au long des 4 semestres, bien que quelques semaines étaient plus stressantes en raison de la charge de travail importante.

Toutes les matières m'ont intéressées et j'ai apprécié ce côté polyvalent que nous développons en DUT TC. Les travaux de groupe sont ce qui m'a le plus plu, j'ai pu me tester, mes découvrir et surtout découvrir les autres et leurs connaissances. C'est important pour moi d'apprendre tôt à travailler en groupe car nous ne pouvons pas aujourd'hui nous isoler et rester seuls si nous voulons travailler et avancer dans nos projets.

**Je remercie toute l'équipe enseignante d'avoir porté un intérêt à mes projets, mes ambitions et mes questions tout au long de la formation. Je n'oublierai pas cette proximité avec nos professeurs... surtout l'année prochaine quand je suivrai un cours en amphi, au milieu de 800 élèves.**

## **NOVAGGIO VOUS ACCOMPAGNE DANS VOTRE DÉVELOPPEMENT**



Un pessimiste voit la difficulté dans chaque opportunité, un optimiste voit l'opportunité dans chaque difficulté."

Winston Churchill

Une ambition portée par notre réseau de compétences

©T.CHAMENOIS

**REGARDEZ LOIN .....**

©Montage de Nelly SUZINEAU à partir d'une de ses photos pour représenter l'ambition qu'elle partage avec ses clients.

## Annexes

### Annexe 1 : Clients de Novaggio



Nelly SUZINEAU travaille par exemple avec CBuy Conseils qui est une entreprise individuelle. Sa cliente propose du conseil et de la formation en achats. Novaggio lui apporte des clients.

Elle travaille avec Hommes et Progrès qui est aussi une entreprise individuelle. Cette société propose des conseils et de la formation en organisation et en ressources humaines.

Nelly travaille également avec une entreprise qui fabrique des vêtements jetables pour ouvriers ou encore avec une agence d'intérim low-cost par exemple.

Elle développe l'activité commerciale sur tous les secteurs d'activité mais se concentre sur des entreprises de taille petit et moyenne.

### Annexe 2 : Description de la stratégie commerciale

<p>✓ → PDJ Info</p> <p>↳ opération business.</p> <p>↳ LinkedIn (cible ?)</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Initiation (relance)</li><li>- Publication</li><li>- Prospection.</li><li>- Email. - Etude Partie</li><li>- Groupe</li></ul> <p>✓ → Partenariats / Prescripteurs</p> <p>↳ livrables</p> <p>↳ offre Di AG.</p> <p>↳ " Cogol, Dark Free"</p> <p>↳ Format. Gratuite.</p> <p>↳ Motivation partenaires</p> <p>↳ Réseaux</p>	<p>Partenaires.</p> <p>→ EC</p> <p>→ Avocats (Spécialisés)</p> <p>→ Revendeurs Infr.</p> <p>    Avantage conc.</p> <p>~ Formation. Vente solut°.</p> <p>~ Déjeuner Eddy → Palace</p> <p>~ - Elargissement Géo     Belgique / Pays-Bas / Luxembourg /     Scriba / Oceanet / Arianeplf /     Tibco / SYD consul /</p> <p>+ Écoles.</p> <p>    - Select° / Contact / RDV         CP + EB</p> <p>~ Partenaires</p> <p>    Select° / Contact / RDV     PD. CP</p>
---	---

## Etude AHentes clients

Quali:

-> Cible : DSI / RSI / Achat.  
-> 10 En + Recens.

-> Grille d'entretien. (EB)

->



Etude de Marché "Prétexte"

Tel / Cible RSI DSI  
Étudiant -> étude de Marché  
Q = 6 Q. Cg: Kalivonait  
Q = 10 Q. Cg: Kalivonait

Scanned by CamScanner

## ECI Avocats

STREGO -> OK.  
Recherche de prospects. Welly  
Excel...  
Contacts / RDV AN.

Scanned by CamScanner

## Opération PAERIC (PD)

Bretagne / PDL / Centre

- Qualif fichier
- Prospect 07/08 (PD) AM
- "Avant" NS
- Projet RD PD

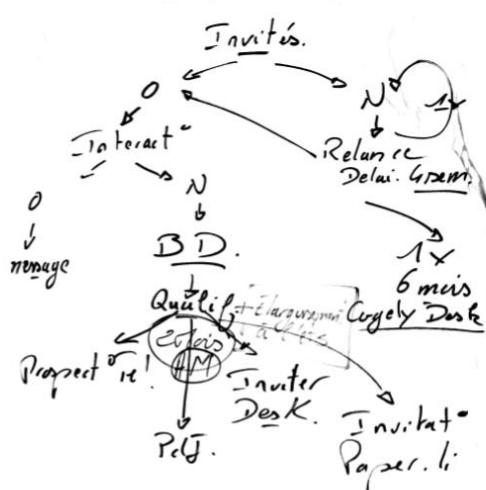
150 Réunions :

Achat / DSI  
Date ? RPV

PD

Scanned by CamScanner

Linkelin.



Scanned by CamScanner

### Annexe 3 : Mail expliquant le questionnaire

Éléments envoyés - arnaud.milton@cogely.fr - Outlook

Rechercher dans Éléments envoyés

Tous Non lus Mentions

jf.barbier@charal.fr  
Optimisation des coûts et r... 13/04/2017  
Bonjour Monsieur Barbier,

p.cabello@soclova.fr  
Optimisation des coûts et r... 13/04/2017  
Bonjour Monsieur Cabello,

pkefr@thyssenkrupp....  
Optimisation des coûts et r... 13/04/2017  
Bonjour Monsieur, Suite à

Nelly Suzineau  
RE: Votre avis sur mon mail ? 13/04/2017  
J'ai bien corrigé oui. Merci

vincent@vff.fr  
Lien vers questionnaire 13/04/2017  
Voici le questionnaire que

Nelly Suzineau  
RE: Votre avis sur mon mail ? 13/04/2017  
Merci, j'ai bien modifié le

nelly.suzineau@cbuy...  
Votre avis sur mon mail ? 13/04/2017  
Bonjour Madame Suzineau,

Nelly Suzineau  
RE: 13/04/2017  
<https://docs.google.com/form>

Arnaud MILTON  
Essai Mail 13/04/2017  
Essai mail Arnaud Milton

nellychampenois@h...  
Guide d'entretien téléphon... 12/04/2017

Répondre Répondre à tous Transférer

jeu. 13/04/2017 17:22  
Arnaud MILTON  
Optimisation des coûts et réduction des risques de votre parc logiciel  
À pkefr@thyssenkrupp.com

Bonjour Monsieur,  
Suite à ma conversation téléphonique de ce jour avec votre collaboratrice, je me permets de vous faire parvenir ce mail.

En effet COGELY est une société spécialiste dans la gestion de parc logiciels. Elle est née en janvier 2016, en revanche les 3 personnes qui la gèrent ont des années d'expériences dans ce domaine. Vous trouverez sur le [site internet](#) les parcours d'Emilie BONNIN, Lionel PERRADIN et Patrice DEGUETTE, les 3 associés. Il s'agit d'une société totalement indépendante des éditeurs de logiciels et de proximité (basée à Nantes).

Quant à moi, je suis étudiant à Angers en DUT Techniques de Commercialisation et j'effectue mon stage pour valider mon diplôme au sein de COGELY. Ils m'ont demandé de réaliser pour eux une étude de marché afin de connaître les attentes des clients et de répondre au mieux à leurs besoins en matière d'optimisation et de risques liés au parc logiciel. Les licences représentent un coût pour l'entreprise et nous aimerions savoir à quel point vous êtes informé sur les enjeux financiers ou encore juridiques de leur gestion.

C'est pourquoi je vous transmets ci-dessous le lien vers un court questionnaire à ce sujet.

[https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdLSWVExXN9WwijGN0p3rrIntDPUyAD8QwSqHJv43IW3bP8OA/viewform?usp=sf\\_link](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdLSWVExXN9WwijGN0p3rrIntDPUyAD8QwSqHJv43IW3bP8OA/viewform?usp=sf_link)

Vos réponses sont nécessaires pour la bonne réussite de mon stage mais aussi pour aider la société à améliorer son service et à mieux comprendre son marché.

Bonne fin de journée à vous.

Cordialement.

Tous les dossiers sont à jour. Connecté à Microsoft Exchange

## Annexe 4 : Base de données mairies

base contacts commune 04042017 - Excel

The table below shows the data extracted from the Excel spreadsheet:

	VALIDE	Ville	Population	Rang national	Téléphone mairie	Civilité	Nom	Prénom	Fonction	Mail	Téléphone	Observations
2	x	CENTRE										
3	x	Tours	132677	26	02 47 21 60 00	Mme	CLASSE	Ghislaine	Chef de projet dg.classe@tours-metropole.fr			
4	x	Orléans	113089	32	02 38 79 22 22	Mr	MANZANO	Thierry	RSI	thierry.manzano@orleans-metropole.fr		
5	x	Bourges	72434	61	02 48 57 80 00	Mr	LESPRIT	Olivier	DSI	olivier.esprit@agglo-bourgesplus.fr		
6	x	Châteauroux	49598	113	02 54 08 33 00	Mr	BERNARD	Sébastien	Chef de projet ds.sebastien.bernard@chateauroux-metropole.fr			
7	x	Blois	49062	118	02 54 44 50 50	Mr	PARSY	Bertrand	DSI	bertrand.parsy@blois.fr		
8	x	Chartres	40402	161	02 37 23 40 00	Mme	BARRE	Emeline	Chef de projet de emeline.barre@agglo-ville.chartres.fr			
9	x	Joué-lès-Tours	36511	189	02 47 39 70 00		BOURSEAUD	H	RSI	h.boursaud@joulestours.fr		
10	x	Dreux	31822	226	02 37 38 84 12	Mr	CAPPELAERE	Stephane	DSI	s.cappelaere@dreux.agglomeration.fr		
11	x	Vierzon	29723	247	02 48 52 65 00	Mr	LACOSTE	Frédéric	RSI	frédéric.lacoste@ville-vierzon.fr		
12	x	Fleury-les-Aubrais	20702	408	02 38 71 93 93	Mr	GONZALEZ	William	RSI	william.gonzalez@ville-fleurylesaubrais.fr	330 machines et 20 serveurs	
13	x	Olivet	19209	452	02 38 69 83 00	Mr	MANZANO	Thierry	RSI	thierry.manzano@orleans-metropole.fr	C'est le même que Orléans : il gère au niveau métropole	
14	x	Romorantin-Larrein	18353	474	02 54 94 41 00	Mr	TELLIER	Jérôme	RSI	jerome.tellier@romorantin.fr		
15	x	Saint-Jean-de-Braye	17757	500	02 38 52 40 40						Pas intéressé	
16		Lucé	17723	503	02 37 25 68 25	Mr	POISSONIER					Appeler M POISSONIER semaine 17
17	x	Vendôme	17709	505	02 54 89 42 00				RSI	courrier@territoiresvendomois.fr		Mail pour l'accueil qui le redirigera "A l'attention du RSI"
18	x	Saint-Jean-de-la-Ruelle	16560	542	02 38 79 33 00				RSI	informatique@ville-saintjeandelaruelle.fr		
19	x	Saint-Cyr-sur-Loire	16096	557	02 47 42 80 00	Mr	GUIGNARD	Christophe	RSI	cguignard@saint-cyr-sur-loire.com		
20		Sain-Pierre-des-Corps	15757	571	02 47 63 43 43	Mr	LAGNEAU					Appeler Mme LAGNEAU la semaine 17
21	x	Gien	15321	588	02 38 29 80 00	Mr	CHENUET	Patrick	RSI	mairie@gien.info		Mail générique
22	x	Montargis	15025	599	02 38 95 10 00	Mr	BEAULANDE	Jérémy	RSI	j.beaulande@montargis.fr		
23	x	Saran	14901	609	02 38 80 34 00	Mr	CORVILLO	Stephane	RSI	stephane.corvillo@ville-saran.fr		
24	x	Châteaudun	14556	615	02 37 45 11 91	Mr	LAYANI	Stephane	RSI	stephane.layani@mairie-chateaudun.fr		
25	x	Saint-Avertin	14094	638	02 47 48 48 48	Mr	RIGOUX	Emmanuel	RSI	informatique@ville-saint-avertin.fr		
26	x	Châlette-sur-Loing	13967	643	02 38 89 59 59	Mr	BOURGUIGNON	Christophe	RSI	informatique@ville-chalette.fr		
27	x	Issoudun	13680	658	02 54 03 36 36	Mr	SOULAS	Christophe	RSI	christophe.soulas@issoudun.fr		
28	x	Nogent-le-Rotrou	11531	768	02 37 29 68 68	Mr	AUBIN	Philippe	RSI	philippe.aubin@ville-nogent-le-rotrou.fr		
29	x	Amilly	11497	771	02 38 28 76 00	Mr	JAMMES	Stephane	RSI	stephane.jammes@mamily45.fr		
30	x	Vernouillet	11490	772	02 37 62 85 00	Mr	GIRAUDET	Jean Michel	RSI	jeanmichel.giraudo@vernouillet28.fr		
31		Amboise	11461	773	02 47 23 47 23	Mr					Il n'a pas de mail, il faut le joindre par téléphone	

## Annexe 5 : Mail destiné aux mairies


 Répondre Répondre à tous Transférer  
  
 jeu. 08/06/2017 08:26  
 Patrice Deguette  
 RE: Rapport de stage  
 À Arnaud MILTON

---

Bonjour,

COGELY, société de conseil spécialisée dans la gestion des parcs de licences logicielles, vous propose de faire un point sur la conformité de votre parc de licences Microsoft. L'expérience de COGELY (un certain nombre de Mairies font déjà appel à nous) vous permet de bénéficier de prestations concrètes et efficaces.

Quels intérêts pour vous ?

- Connaitre les enjeux financiers de la non-conformité,
- Mettre en œuvre des actions correctives optimisées,
- Maîtriser la gestion de ses licences dans le cadre des regroupements de Communes par exemple,
- Anticiper un audit éditeur pour mieux le gérer,
- ...

Nous allons prochainement prendre contact avec vous pour vous proposer un rendez-vous avec un consultant pour échanger sur ces sujets et déterminer la pertinence d'une telle démarche.

Vous pouvez aussi nous contacter :  
**[Patrice.deguelle@cogely.fr](mailto:Patrice.deguelle@cogely.fr)**  
**09 81 90 66 15 / 07 68 90 08 21**

Cordialement

## Annexe 6 : Base de données experts comptables

AE	C	DEF	G	H	I	J	K	L	M	N	O
46	92 QUAI DE LA FOSSE 44100 NANTES	Mr	M ARCHAUD ALAIN	Expert Comptable	02 40 73 94 42				<a href="mailto:alain.archaud@gbsassocies.fr">alain.archaud@gbsassocies.fr</a>	Arnaud	Autre
47	14 ROUTE NATIONALE 10 37250 VEIGNE	Mr	M ARNAUDIN PATRICE	Expert Comptable	09 62 63 17 99				<a href="mailto:patarnaudin@orange.fr">patarnaudin@orange.fr</a>	Arnaud	Autre
48	10 BOULEVARD HENRI ARNAUD 49100 ANGERS	Mr	M ASTORG DAMIEN	Expert Comptable	02 43 39 51 51.				<a href="mailto:dastorg@agcperspectives.fr">dastorg@agcperspectives.fr</a>	Arnaud	Autre
49	5 AVENUE BARBARA 44570 TRIGNAC	Mr	M AUFFRETT PATRICK	Expert Comptable	02 28 55 08 08				<a href="mailto:patrick.auffret@experteamconse">patrick.auffret@experteamconse</a>	Arnaud	Autre
50	18 RUE DES GRANGES GALAND BP 80443 37554 ST AVERTIN	Mr	M AURIAULT XAVIER	Expert Comptable	02 47 25 30 00				<a href="mailto:xavier.auriault@sorecoec.com">xavier.auriault@sorecoec.com</a>	Arnaud	Autre
51	25 RUE PAUL BELLAMY 44000 NANTES	Mr	M AUSSER PHILIPPE	Expert Comptable	06 33 26 52 11				<a href="mailto:philippe.ausser@orange.fr">philippe.ausser@orange.fr</a>	Arnaud	Autre
52	39 ROUTE DE FONDELINNE 44600 ST NAZaire	Mr	M AYMERIC GEORGES	Expert Comptable	02 40 42 36 15				<a href="mailto:g.aymeric@pga-saintnazaire.fr">g.aymeric@pga-saintnazaire.fr</a>	Arnaud	Autre
53	6 RUE VICTOR BONHOMMET 72000 LE MANS	Mr	M AYONGO LEON	Expert Comptable	09 83 69 39 62				<a href="mailto:findexcom72@bbox.fr">findexcom72@bbox.fr</a>	Arnaud	Autre
54	29 RUE DE LA RIGAUDIERE 44640 ST JEAN DE BOISEAU	Mr	M BABONNEAU JOEL	Expert Comptable	06 11 30 91 96				<a href="mailto:jo-babonneau@soregor.fr">jo-babonneau@soregor.fr</a>	Arnaud	Autre
55	LIEU DIT LA CHABOTIERE 37230 PERNAY	Mr	M BACQUET THIERRY	Expert Comptable					<a href="mailto:thb@acce.fr">thb@acce.fr</a>	Arnaud	Autre
56	166 AVENUE DE GRAMMONT 37000 TOURS	Mr	M BAUILLARGEAU	Expert Comptable	02 47 66 04 43				<a href="mailto:c.baillargeau@bamex.fr">c.baillargeau@bamex.fr</a>	Arnaud	Autre
57	20 RUE GALPIN THIOU BP 1654 37016 TOURS CEDEX 1	Mr	M BARBAROSA	Expert Comptable	02 47 05 60 15				<a href="mailto:daniel.barbarossa@toursaudit.fr">daniel.barbarossa@toursaudit.fr</a>	Arnaud	Autre
58	55 RUE CHANZY 72000 LE MANS	Mr	M BARBISAN JEAN-	Expert Comptable	02 43 75 04 90				<a href="mailto:auditec.sudest84@orange.fr">auditec.sudest84@orange.fr</a>	Arnaud	Autre
59	13 RUE DE LA LOIRE BATIMENT C2 44230 SAINT SEBASTIEN	Mr	M BARDOU GILLES	Expert Comptable	02 40 74 77 21				<a href="mailto:e.cormier@secogerec.com">e.cormier@secogerec.com</a>	Arnaud	Autre
60	6 BOULEVARD HERAULT 49300 CHOLET	Mr	M BARDE DIDIER	Expert Comptable	02 43 58 25 50				<a href="mailto:d.barre@papin-associes.com">d.barre@papin-associes.com</a>	Arnaud	Autre
61	4 RUE DE L'ETOILE DU MATIN 44600 SAINT NAZaire	Mr	M BARREAU LAURENT	Expert Comptable	02 40 70 40 08				<a href="mailto:laurent.barreau@auditia.fr">laurent.barreau@auditia.fr</a>	Arnaud	Autre
62	41 AVENUE DES SABLONNIERES BP 50272 - ST FORT 53202	Mr	M BASTHISTE PAUL	Expert Comptable	02 43 09 12 00				<a href="mailto:p.basthiste@fiteco.com">p.basthiste@fiteco.com</a>	Arnaud	Autre
63	7 BOULEVARD DE TOURAINE CS 70232 49302 CHOLET CEDEX	Mr	M BATARD MATHIEU	Expert Comptable	02 41 62 13 70				<a href="mailto:m.batard@ace-partners.fr">m.batard@ace-partners.fr</a>	Arnaud	Autre
64	18 RUE DES MAUGES ST CRESPIN SUR MOINE 49230	Mr	M BAUDRY YANNICK	Expert Comptable	02 41 70 47,28.				<a href="mailto:ybaudry@cabinet-oroco.fr">ybaudry@cabinet-oroco.fr</a>	Arnaud	Autre
65	6 AVENUE DES SPORTS 44380 PORNICHET	Mr	M BAZAUD PHILIPPE	Expert Comptable	06 95 89 63 29				<a href="mailto:philbazaud@yahoo.com">philbazaud@yahoo.com</a>	Arnaud	Autre
66	14 RUE DU BIGNON BP 54 44840 LES SORINIÈRES	Mr	M BAZIN JEAN-CLAIR	Expert Comptable	02 40 34 27 98				<a href="mailto:jcb@cabinet-eolis.com">jcb@cabinet-eolis.com</a>	Arnaud	Autre
67	18 AVENUE DU GUESCLIN 44500 LA BAULE	Mr	M BAZIN LAURENT	Expert Comptable	06 11 46 34 88				<a href="mailto:bazin@axisconseils.fr">bazin@axisconseils.fr</a>	Arnaud	Autre
68	1 ROUTE DES 2 LIONS 37200 TOURS	Mr	M BEAUJARD LUDOVIC	Expert Comptable	02 47 91 61 00				<a href="mailto:l.beaujard@rma-ec.fr">l.beaujard@rma-ec.fr</a>	Arnaud	Autre
69	34 PLACE DE LA REPUBLIQUE 72600 MAMERS	Mr	M BEAUMONT DANIEL	Expert Comptable	02 43 97 62 66				<a href="mailto:d.beaumont@fiteco.com">d.beaumont@fiteco.com</a>	Arnaud	Autre
70	49 AVENUE AUGUSTE BARTHOLDI 72000 LE MANS	Mr	M BEDOUIN ROMUALD	Expert Comptable	02 43 87 00 02				<a href="mailto:r.bedouin@agilyconseil.fr">r.bedouin@agilyconseil.fr</a>	Arnaud	Autre
71	1 RUE DU TERTRE CS 60119 49072 BEAUCOUZE CEDEX	Mr	M BEGENNE SYLVAIN	Expert Comptable	02 41 57 66 00				<a href="mailto:sy-begenne@soregor.fr">sy-begenne@soregor.fr</a>	Arnaud	Autre
72	8 RUE DES SAUMONIERES BP 42337 44323 NANTES CEDEX 3	Mr	M BELLATON LOIC	Expert Comptable	02 40 49 61 00				<a href="mailto:cabinet@aurecca.com">cabinet@aurecca.com</a>	Arnaud	Autre
73	32 BOULEVARD DE LA REPUBLIQUE 44110 CHATEAUBRIANT	Mr	M BENOIT SEBASTIEN	Expert Comptable	02 40 28 88 03				<a href="mailto:cabinet.expert.benoit@orange.fr">cabinet.expert.benoit@orange.fr</a>	Arnaud	Autre
74	4 RUE DE LA CORNOUAUILLE 44300 NANTES	Mr	M BERGER PASCAL	Expert Comptable	02 28 22 82 46				<a href="mailto:p.berger@fiduxia.net">p.berger@fiduxia.net</a>	Arnaud	Autre
75	15 RUE GOUGEARD 72000 LE MANS	Mr	M BERGERE	Expert Comptable	02 43 76 14 14				<a href="mailto:lemans@socoma.info">lemans@socoma.info</a>	Arnaud	Autre
76	32 RUE DE LA VRIERE 44240 LA CHAPELLE SUR ERDRE	Mr	M BERNARD ANDRE	Expert Comptable	02 40 72 92 92				<a href="mailto:a.bernard@wanadoo.fr">a.bernard@wanadoo.fr</a>	Arnaud	Autre
77	12 RUE DES BOSQUETS 44840 LES SORINIÈRES	Mr	M BERNARD PASCAL	Expert Comptable	02 40 03 21 00				<a href="mailto:p.bernard@lorieau.fr">p.bernard@lorieau.fr</a>	Arnaud	Autre
78	3 IMPASSE ALPHONSE FILLIION 44120 VERTOU	Mr	M BERNARD YVES	Expert Comptable	02 51 11 37 43				<a href="mailto:yvesbernard@expertim-">yvesbernard@expertim-</a>	Arnaud	Autre
79	4 RUE DE LA GALISSONNIERE 44000 NANTES	Mr	M BERTHET DENIS	Expert Comptable	02 51 84 14 14				<a href="mailto:berthet.oaa@wanadoo.fr">berthet.oaa@wanadoo.fr</a>	Arnaud	Autre
80	7 BOULEVARD ALBERT EINSTEIN BP 41125 44311 NANTES	Mr	M BERTHOUD ALAIN	Expert Comptable	02 28 24 10 06				<a href="mailto:aberthoud@kpmg.fr">aberthoud@kpmg.fr</a>	Arnaud	Autre
81	2 SQUARE FRANCOIS TRUFFAUT BP 70903 49009 ANGERS	Mr	M BERTRAND HERVE	Expert Comptable	02 41 47 91 91				<a href="mailto:hbertrand@altoneo.com">hbertrand@altoneo.com</a>	Arnaud	Autre
82	1 RUE DE BUFFON 49100 ANGERS	Mr	M BERTRAND	Expert Comptable	02 41 31 13 30				<a href="mailto:s.bertrand@becouze.com">s.bertrand@becouze.com</a>	Arnaud	Autre

### Annexe 7 : Tableau synthétique des missions réalisées

Missions	Objectifs	Actions	Résultats
Etude de marché prétexte.	Connaître les attentes et besoin des clients	Création d'un questionnaire et appels téléphoniques pour obtenir des réponses. 110 appels passés.	25 noms obtenus. 9 lignes directes obtenues. 13 mails directs obtenus. 12 RSI (Responsable du Système d'Information) eu au téléphone. 12 questionnaires remplis. 3 rendez-vous à fixer.
Etude des attentes quali.	Connaître les attentes et besoin des clients. Obtenir 10 rendez-vous de 30 à 60 minutes avec le RSI.	Création de la trame téléphonique avec Nelly. Appels téléphoniques et relances avec Nelly.	Quelques rendez-vous obtenus.
Qualification du fichier des mairies.	Envoyer un mail proposant une offre de formation à toutes les mairies de villes supérieures à 10 000 habitants, dans 3 régions différentes.	Création d'un fichier de prospects. Recherche des villes ayant plus de 10 000 habitants. Recherche des numéros de téléphone des mairies. Appel des mairies afin d'obtenir les coordonnées de la bonne personne (RSI). 100 appels.	Fichier qualifié. 100 noms de RSI. 100 adresses mails obtenues. Une dizaine de numéros de téléphone obtenus.
Qualification du fichier experts comptables.	Envoyer un mail expliquant l'activité de Cogely et les enjeux à de nombreux experts comptables de la région.	Création d'une base de données. Recherche de tous les experts comptables et des cabinets de la région. Conversion des fichiers PDF obtenus en fichiers Excel, exploitable.	Fichier qualifié. Plus de 1000 noms d'experts comptables. Plus de 1000 adresses mails d'experts comptables. Plus de 1000 numéros de téléphones, adresses, etc.
Recherche de prescripteurs.	Faire comprendre aux	Présentation et échanges	Des interlocuteurs à l'écoute

	avocats et experts comptables l'intérêt, pour eux et leurs clients, d'avoir une bonne gestion de son parc logiciels.	avec des experts comptables et un avocat.	et sensibles aux enjeux de non-conformité et de la mauvaise gestion des licences. Ils vont permettre de faire connaître Cogely et leur activité.
Prise de rendez-vous commercial.	Obtenir de nouveaux clients.	Création d'une trame proposant une offre ciblée. 400 appels téléphoniques de qualité avec des échanges pouvant être longs.	6 rendez-vous obtenus. Des dizaines de mails envoyés. Des dizaines de noms, d'adresses mails et de lignes directes obtenus.

**Arnaud Militon**

**COGELY** – Assistant Commercial

**Agence France ouest**

Téléphone : +33 9 81 90 86 65

COGELYDesk : 09 876 727 15

Email : [arnaud.militon@cogely.fr](mailto:arnaud.militon@cogely.fr)

Votre conseiller Gestion de Patrimoine Logiciel

[Une présentation](#) - [www.cogely.fr](http://www.cogely.fr)