

LE MAGASIN DE PIÈCES DE RECHANGE

RÔLE Le magasin gère, classe et organise des stocks de marchandises. Il revêt trois aspects :

administratif

matériel

commercial

CADRE D'ACTIVITÉ

Selon le type d'entreprise, le magasin peut avoir une activité plus ou moins étendue :

L'artisan-réparateur a un petit magasin lui servant d'approvisionnement rapide en pièces mécaniques et accessoires usuels, lui évitant des pertes de temps. Ce commerce doit être limité à son minimum, sinon l'artisan perd son statut privilégié et deviendrait fiscalement un commerçant.

Pour l'entreprise moyenne ou importante, le magasin déborde largement l'activité d'approvisionnement de l'atelier en pièces de rechange. En effet, le magasin devient une activité et un service rentable, en assurant la distribution de pièces et d'accessoires divers. Ce lieu très accueillant, parfois appelé la «boutique» attire la clientèle, grâce à une situation géographique étudiée par rapport à la vente de V.N. ou de V.O..

Un comptoir spécial est prévu en retrait pour l'atelier, afin que les ouvriers ne retardent pas la clientèle indépendante.

Cependant, il est à signaler que certains services rapides permettent le contact direct entre la clientèle et les ouvriers. Ceux-ci ont alors un rôle à jouer dans l'activité du magasin et de l'entreprise :

- leurs conseils avisés peuvent entraîner certaines activités de réparation, mais aussi de vente d'accessoires.

- le contact direct engendre une certaine confiance du client, qui voit son véhicule entre les mains d'un mécanicien avec qui il peut communiquer.

FONCTIONNEMENT

Les contraintes économiques, l'évolution des marchés et de la technique ont conduit à une informatisation générale des services, dont le magasin. Cela entraîne de nombreux avantages :

rapidité d'exécution des opérations.

réduction des possibilités d'erreurs.

communication directe avec les autres services (ex: comptabilité).

automatisation de la gestion de stocks.

contrôles, inventaires plus efficaces.

rentabilité accrue (ex: moins de personnels).

LES ACTIVITÉS DU MAGASIN

réception des livraisons de marchandises
contrôle des colis et des bordereaux de livraison.
rangement dans les casiers.
service au comptoir clientèle, information technique.
service au comptoir atelier.
formation des apprentis magasiniers.
contrôle des stocks.
suivi des commandes de PR.
merchandising: organisation de la boutique, opérations promotionnelles, présentation des produits,
adaptation des produits par rapport aux facteurs temporels : départ en vacances, saisons.

CONTRAINTES DE FONCTIONNEMENT

Malgré son utilité évidente, le stockage de marchandises dans un magasin ou une boutique reste une contrainte économique qu'il faut savoir maîtriser. Certains compromis sont à trouver :

un petit stock de PR ne doit pas freiner l'activité de l'atelier. Il faudra donc prévoir un système de réapprovisionnement quotidien très efficace, sinon les délais augmentent.
la durée de stockage des pièces doit être minimum : risque de ne plus vendre, baisse des marges...
Une grande surface de magasin ou de boutique est certes pratique, mais représente un coût économique supplémentaire : personnels, charges (éclairage, chauffage, assurances, impôts...), une activité importante serait donc nécessaire pour en assurer la rentabilité.
certaines marchandises imposent des conditions de stockage particulières : peinture, pneus.

