

Mistral Commodities International

Négoce international de métaux non ferreux — Monaco

AUDIT OPÉRATIONNEL & DIGITAL

Service Commercial

Agilis Monaco

Conseil · Automatisation · Intelligence Artificielle

Préparé par Philippe Gallon

Avril 2026 — Document confidentiel

Sommaire

Partie 0 — Cadre de la mission

Partie 1 — Présentation du service commercial

Partie 2 — Schéma du parcours commande

Partie 3 — Ce qui fonctionne : les points forts

Partie 4 — Les points de friction identifiés

- 4.1. La feuille de coût
- 4.2. Les encours et l'assurance crédit
- 4.3. La gestion des fournisseurs
- 4.4. Le suivi des commandes
- 4.5. Le carnet d'adresses et les contacts
- 4.6. La boîte mail unique
- 4.7. Les interruptions et la fragmentation
- 4.8. L'absence de base de données unifiée

Partie 5 — La base de données : le prérequis incontournable

Partie 6 — Recommandations par scénario

- A. Quick wins — Formation IA (1-2 mois)
- B. Transformation partielle (3-6 mois)
- C. Transformation complète (6-18 mois)

Partie 7 — Prochaines étapes

PARTIE 0 — CADRE DE LA MISSION

0.1 Contexte et objectifs

Mistral Commodities International (MCI) est une société de négoce international de métaux non ferreux implantée à Monaco depuis 2001. Spécialisée dans le commerce d'aluminium, de cuivre et de zinc à destination des marchés africains et asiatiques, la direction a souhaité engager une réflexion sur l'optimisation de son service commercial.

La mission confiée à Agilis Monaco a pour objectifs de :

- Cartographier les processus actuels du service commercial et identifier les points de friction
- Évaluer le potentiel d'automatisation des tâches répétitives et chronophages
- Identifier les opportunités d'intégration de l'intelligence artificielle dans les pratiques quotidiennes
- Proposer des recommandations concrètes et priorisées, adaptées à la réalité opérationnelle de l'entreprise

0.2 Périmètre audité

Le présent audit porte exclusivement sur le **service commercial** de Mistral Commodities International. Les interactions avec les services adjacents — administration des ventes (ADV), comptabilité et finance — sont abordées dans la mesure où elles impactent directement le fonctionnement du service commercial.

Point important : Sophie, responsable de l'ADV, ainsi que l'ensemble de l'équipe ADV, n'ont pas pu être interviewées dans le cadre de cette mission. Les informations les concernant proviennent exclusivement des témoignages des membres du service commercial. Ces éléments devront impérativement être confirmés et complétés lors d'interviews dédiés à l'équipe ADV, préalablement à toute implémentation.

0.3 Méthodologie

Phase 1 — Pré-audit

Envoi d'un questionnaire individuel à chaque membre du service commercial portant sur la mission, les indicateurs de performance, les outils, les processus chronophages et le rapport à l'intelligence artificielle.

Phase 2 — Entretiens individuels

Entretiens approfondis en face à face au sein des locaux de MCI. Chaque entretien a permis d'explorer les pratiques quotidiennes, d'observer les outils en situation réelle et d'identifier les irritants opérationnels concrets.

Phase 3 — Analyse et synthèse

Croisement des données issues des questionnaires, des entretiens et des documents opérationnels réels transmis par l'équipe — feuilles de coût, tableaux de suivi, tableau de retards de paiement —

pour établir un diagnostic factuel et documenté.

0.4 Personnes rencontrées

Prénom	Poste	Service
Marco	Responsable des Ventés	Commercial
Antoine	Commercial	Commercial
Sébastien	Commercial	Commercial
Léa	Commercial	Commercial

0.5 Structure du document

- **Partie 1** — Présentation du service commercial
- **Partie 2** — Schéma du parcours commande
- **Partie 3** — Ce qui fonctionne : les points forts
- **Partie 4** — Les points de friction identifiés
- **Partie 5** — La base de données : le prérequis incontournable
- **Partie 6** — Recommandations par scénario
- **Partie 7** — Prochaines étapes

PARTIE 1 — PRÉSENTATION DU SERVICE COMMERCIAL

1.1 Activité et positionnement

Mistral Commodities International est une société de négoce international spécialisée dans le commerce de métaux non ferreux — principalement l'aluminium en lingots, le cuivre cathode et le zinc en saumons. Implantée à Monaco depuis 2001, elle opère sur quatre continents et entretient des relations commerciales avec des fournisseurs et des clients répartis dans de nombreux pays, notamment en Afrique subsaharienne, en Asie, en Europe et en Amérique du Sud.

L'activité repose sur un modèle de négoce pur : acheter à des fournisseurs internationaux et revendre à des clients importateurs, en dégagant une marge sur chaque opération. La rapidité d'exécution, la maîtrise des prix et la qualité des relations humaines sont les facteurs clés de succès.

1.2 Les deux entités : MCI et MCA

Entité	Nom complet	Assureur crédit
MCI	Mistral Commodities International	Euler Hermes
MCA	Mistral Commodities Afrique	Coface

Le choix de l'entité utilisée pour chaque opération est décidé par le commercial en fonction des encours disponibles et des conditions négociées avec les clients. Cette dualité génère une complexité administrative significative : chaque tableau, chaque dossier, chaque rapport existe en double version — une pour MCI, une pour MCA.

1.3 Organisation générale

Le service commercial

Quatre personnes dont un Responsable des Ventes. Ce service est le point d'entrée de toute opération commerciale : prospection, négociation, constitution des dossiers, relation client et fournisseur au quotidien.

L'administration des ventes (ADV)

Pilotée par Sophie, l'ADV est le pivot opérationnel entre le commercial et les fonctions support. Elle réceptionne les dossiers, effectue une double vérification de conformité, dispatche le travail au sein de son équipe, gère la documentation logistique et assure le suivi des commandes jusqu'à la livraison.

La comptabilité et les finances

Ce service intervient à plusieurs étapes clés : choix de la banque pour chaque opération, suivi des encours d'assurance crédit, gestion des retards de paiement et production du reporting hebdomadaire envoyé à la direction et au service commercial.

1.4 Mission et enjeux du service commercial

La mission principale est claire et partagée : **acheter et vendre pour dégager de la marge**. Dans ce métier, une transaction peut se conclure en deux appels téléphoniques et quelques minutes. C'est cette réactivité qui fait la valeur des commerciaux.

- Générer du chiffre d'affaires et maintenir la rentabilité
- Développer et fidéliser le portefeuille clients
- Rester compétitif dans un marché où plusieurs traders reçoivent la même offre simultanément
- Optimiser le temps consacré aux tâches commerciales versus les tâches administratives

1.5 Indicateurs de performance

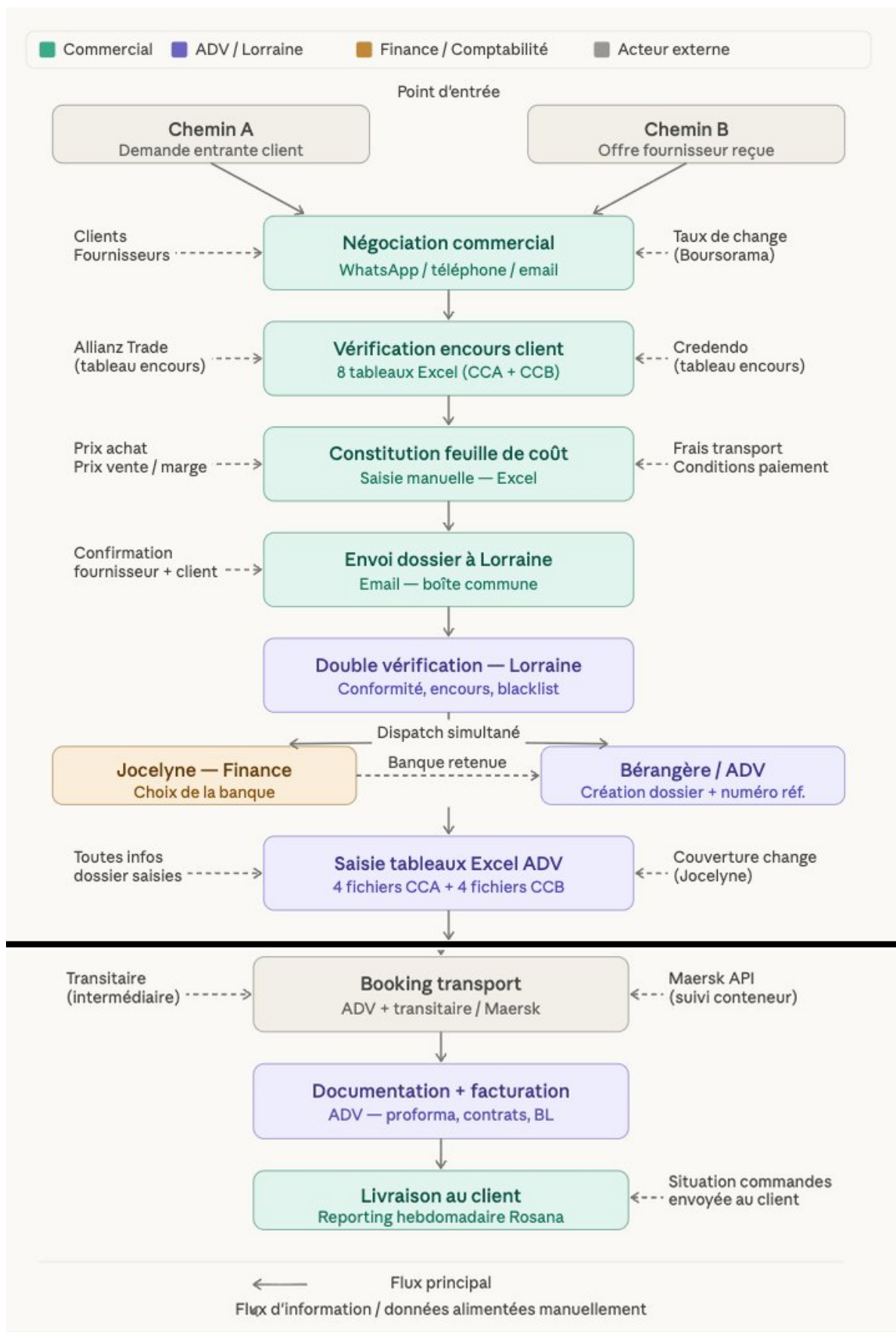
Indicateur	Nature
Marge par opération	Principal indicateur de résultat
Nombre de conteneurs traités	Indicateur de volume
Tonnage	Indicateur de volume
Nombre de contrats conclus	Indicateur d'activité
Taux de transformation devis → commande	Non suivi automatiquement à ce jour
Évolution du portefeuille clients	Non suivi automatiquement à ce jour

Les deux derniers indicateurs ne font l'objet d'aucun suivi automatisé. Ils représentent une opportunité directe dans le cadre d'une base de données structurée.

1.6 Outils utilisés au quotidien

Outil	Usage principal
Microsoft Excel	Feuilles de coût, suivi des encours, suivi des commandes, historique des prix
Outlook / Messagerie partagée	Communication interne et externe — boîte commune à toute la société
WhatsApp	Négociation commerciale, échanges clients et fournisseurs, validation des deals
Téléphone	Contact clients, fournisseurs, transporteurs
Teams	Communication interne
ChatGPT (usage individuel)	Usage ponctuel et non encadré pour certains membres de l'équipe

Aucune connexion n'existe entre ces outils. Chaque information circule manuellement d'un outil à l'autre, d'une personne à l'autre, d'un tableau à l'autre. C'est précisément cette fragmentation qui est au cœur des difficultés opérationnelles identifiées dans cet audit.



PARTIE 2 — SCHÉMA DU PARCOURS COMMANDE

Le schéma ci-avant représente l'intégralité du parcours d'une commande au sein de Mistral Commodities International, depuis son origine jusqu'à la livraison finale.

2.1 Les deux chemins d'entrée

Chemin A — Demande entrante client : le client contacte directement le commercial via WhatsApp ou email pour demander un produit à un certain prix.

Chemin B — Offre fournisseur initiée : le commercial reçoit une offre d'un fournisseur et identifie les clients susceptibles d'être intéressés.

2.2 Ce que le schéma révèle

La saisie manuelle est omniprésente. À chaque étape — feuille de coût, vérification des encours, saisie dans les tableaux ADV — l'information est saisie à la main. Aucune transmission automatique n'existe d'une étape à l'autre.

Les flux d'information sont fragmentés. Les données nécessaires à un dossier sont dispersées dans au minimum huit tableaux Excel distincts, deux sources d'assureurs crédit, des emails, des messages WhatsApp et des fichiers sur serveur local.

L'ADV est un pivot critique non outillé. Sophie et son équipe interviennent à plusieurs reprises. Leur rôle est central mais repose entièrement sur des tableaux Excel non collaboratifs : une seule personne peut modifier un fichier à la fois.

Le risque d'erreur est structurel. La multiplication des saisies manuelles, la dualité MCI/MCA et l'absence de contrôles automatisés créent des conditions propices aux erreurs — que la double vérification humaine cherche à compenser sans pouvoir l'éliminer complètement.

PARTIE 3 — CE QUI FONCTIONNE : LES POINTS FORTS

Avant d'identifier les points de friction, il est essentiel de reconnaître ce qui fonctionne. Le service commercial présente des atouts réels qui constituent les bases solides sur lesquelles s'appuieront les recommandations.

3.1 — Une culture du résultat ancrée et partagée

L'ensemble du service commercial partage une vision claire de sa mission : générer de la marge. Cette culture du résultat structure les priorités de l'équipe et garantit un alignement fort. Dans un métier où une transaction peut se conclure en deux appels téléphoniques, cette réactivité collective est un avantage concurrentiel réel.

3.2 — Une expertise terrain exceptionnelle

Les commerciaux ont développé une connaissance approfondie de leurs marchés, produits, fournisseurs et clients. Ils sont capables d'estimer mentalement une marge, d'anticiper les besoins d'un acheteur, de négocier en temps réel sur plusieurs produits et devises. Cette expertise ne se remplace pas — elle se libère.

3.3 — Un système de double vérification efficace

Le processus de vérification mis en place autour de Sophie et de l'équipe ADV constitue un garde-fou opérationnel solide. Chaque dossier passe par plusieurs niveaux de contrôle, ce qui limite les erreurs aux conséquences financières significatives.

3.4 — Une transparence collective assumée

Le choix de la direction de fonctionner avec une boîte mail unique est délibéré et revendiqué. Il garantit que chaque membre peut prendre le relais d'un collègue absent et suivre l'état d'avancement des dossiers. Cette valeur organisationnelle forte n'est pas remise en cause dans cet audit.

3.5 — Un reporting hebdomadaire existant

Le service dispose de mécanismes de reporting réguliers : tableau de retards de paiement produit chaque vendredi, point de situation hebdomadaire envoyé aux clients. Ces pratiques montrent que la culture du suivi existe et constituent une base pour les automatisations futures.

3.6 — Une appétence réelle à l'évolution

Malgré des niveaux de familiarité différents avec l'IA, l'ensemble des commerciaux a exprimé un intérêt pour l'amélioration de leurs outils. La prise de conscience collective des frictions opérationnelles est réelle et partagée — condition favorable et rare pour engager une transformation.

PARTIE 4 — LES POINTS DE FRICTION

4.1 La feuille de coût : un outil central mais entièrement manuel

La feuille de coût est le document pivot de toute opération commerciale. Elle concentre l'ensemble des informations nécessaires à la prise de décision — prix d'achat, prix de vente, frais de transport, taux de change, conditions de paiement, marge estimée — et sert de base à la constitution du dossier transmis à l'ADV.

Cette feuille est aujourd'hui construite quasi-intégralement à la main. Chaque commercial dispose de ses propres modèles Excel, organisés par pays de destination et par type de fournisseur. À chaque nouvelle simulation, il doit manuellement saisir le prix d'achat, consulter le taux de change du jour sur un site externe, ajuster les frais selon l'origine et la destination, et vérifier que la marge obtenue est acceptable.

Ce processus est répété plusieurs fois par jour. Les erreurs de saisie — mauvaise devise, mauvais délai de paiement, mauvais fournisseur — sont fréquentes et nécessitent une correction en aval par l'ADV, générant des allers-retours chronophages.

Illustration concrète — Dossier Pacific Alloys / DALTEX (Abidjan, mars 2026) : La feuille de coût réelle de ce dossier illustre parfaitement la complexité de l'exercice. 2 conteneurs, 48 MT de cuivre cathode Grade A, achat à 9 450 USD/T (soit 453 600 USD au total), vente à 8 200 EUR/T (393 600 EUR). Le taux de change de 1,08 a dû être saisi manuellement après avoir été bloqué le 25/03/2026. Le calcul des frais — assurance marchandise, BESC, frais financiers, frais de transferts — a été réalisé ligne par ligne, pour aboutir à un prix de revient de 378 400 € et une marge de 15 200 € soit 3,86 %. Ce niveau de détail, entièrement manuel, se répète sur chaque dossier.

Impact estimé : entre 30 minutes et 1 heure perdue par commercial et par jour sur la seule constitution et vérification des feuilles de coût.

4.2 Les encours et l'assurance crédit : une information dispersée et à risque

Avant de valider un dossier, chaque commercial doit vérifier que l'encours du client ne dépasse pas les plafonds accordés par les assureurs crédit — Euler Hermes pour MCI, Coface pour MCA. Pour y parvenir, il doit ouvrir jusqu'à huit tableaux Excel distincts, naviguer jusqu'à la ligne du client et relever manuellement les montants disponibles. Ces tableaux sont mis à jour manuellement, sans mécanisme d'alerte automatique. Les dépassements accordés par la direction figurent dans des tableaux séparés.

Illustration concrète — Dossier Make Food / DALTEX (mars 2026) : Sur ce dossier réel, l'encours Coface atteignait 1 180 000 € pour une ligne autorisée de 1 100 000 € — soit un dépassement de 80 000 €. Un dépassement exceptionnel de 400 000 € accordé par la direction portait l'engagement total à 1 480 000 €. Cette situation, critique d'un point de vue financier, n'aurait pu être détectée qu'en consultant manuellement les huit tableaux concernés. Aucune alerte automatique n'existe pour signaler ce type de franchissement de seuil.

Impact estimé : 5 minutes par dossier, répétées 5 à 6 fois par jour par commercial. Sur 4 commerciaux et 5 jours ouvrés, cela représente **8 à 10 heures perdues chaque semaine** pour cette seule tâche, soit **32 à 40 heures par mois** — l'équivalent d'une journée entière de travail par semaine, consacrée à la recherche d'une information qui devrait s'afficher instantanément.

4.3 La gestion des fournisseurs : un pilotage en silo

Chaque commercial gère sa base de fournisseurs de manière indépendante. La réactivation des fournisseurs repose entièrement sur la mémoire individuelle — aucun système ne génère de rappel automatique. L'historique des prix est maintenu dans des fichiers personnels, sans format standardisé ni partage entre collègues.

L'analyse du fichier CLIENT-FOURNISSEUR-PRODUIT transmis dans le cadre de cet audit illustre parfaitement cette réalité : le fichier se compose de trois onglets distincts — Clients, Fournisseurs, Produits — qui ne sont liés par aucune relation structurée. L'onglet Fournisseurs liste des sociétés avec un tier de priorité (1 à 5), un statut (OK, NOK, à vérifier), un contact et une date de dernier échange — mais ces données sont saisies de manière hétérogène, avec des champs vides, des commentaires informels dans les cellules, et aucun lien avec les dossiers ou les commandes passées.

L'onglet Produits contient des notes commerciales précieuses sur les usines prioritaires (BRF, Seara, Jagua, LAR, Copacol...) mais celles-ci sont rédigées en langage familier dans les cellules Excel, sans structure permettant leur exploitation automatisée.

Ces trois onglets représentent exactement ce que devrait contenir une base de données — mais sous une forme qui en rend l'exploitation impossible. La matière première existe. Il manque la structure.

4.4 Le suivi des commandes : des tableaux non collaboratifs et complexes

Le suivi de l'ensemble des commandes en cours repose sur des tableaux Excel non collaboratifs — une seule personne peut modifier un fichier à la fois — organisés en au minimum huit fichiers distincts entre MCI et MCA. Les informations sont saisies à la main à chaque étape.

L'analyse du fichier MRS — Containers Position 2026 est particulièrement révélatrice : **47 colonnes** doivent être alimentées manuellement pour chaque dossier — PFI, order, commercial suivi, date, pays de destination, acheteur, licence, produit, vendeur, origine des marchandises, vessel, ETD, ETA, booking/BL, Incoterms achat et vente, prix, devises, numéros de facture, paiements 1 à 4, outstanding,

due date, marge et pourcentage de marge. Chacun de ces champs est renseigné à la main, pour chaque conteneur, sans aucune automatisation.

Lorsqu'un client demande une mise à jour entre deux reportings hebdomadaires, le commercial doit solliciter l'ADV, qui doit à son tour consulter ces tableaux — générant une interruption supplémentaire dans la chaîne.

4.5 Le carnet d'adresses et les contacts : un référentiel obsolète

Le carnet d'adresses centralisé n'est plus maintenu à jour. Les formats de saisie sont hétérogènes. L'équipe ADV doit régulièrement solliciter les commerciaux pour obtenir un simple numéro de téléphone ou une adresse email. L'analyse du fichier CLIENT-FOURNISSEUR-PRODUIT confirme cet état : des contacts sont listés avec des numéros WhatsApp sans indicatif standardisé, des emails manquants, des noms de contact parfois absents.

4.6 La boîte mail unique : une transparence au prix d'un bruit permanent

Plus de 300 emails par jour circulent dans une boîte commune à toute la société. Chaque membre doit trier manuellement l'ensemble pour identifier ce qui le concerne. Le fichier email transmis dans le cadre de cet audit — un plan de chargement MCI & MCA pour le client DALTEX, semaine 14 — illustre concrètement ce phénomène : son thread de références intègre **plus de 55 messages successifs** dans le même fil de conversation, tous transitant par la boîte commune.

Ce tri quotidien représente une charge cognitive réelle et crée un risque : un email important peut être manqué. Toute recommandation dans ce domaine devra tenir compte de la volonté explicite de la direction de maintenir la transparence collective.

4.7 Les interruptions et la fragmentation du temps de travail

Le Responsable des Ventes a identifié comme frein structurel les interruptions permanentes dans l'espace de travail partagé : sollicitations entre collègues, conversations téléphoniques simultanées, tâches administratives répétitives qui fragmentent le temps de concentration disponible pour le travail commercial à forte valeur ajoutée.

Ce point mérite d'être mentionné car les recommandations formulées dans cet audit — notamment la réduction des tâches de saisie manuelle et la centralisation des informations — contribueront directement à réduire ces interruptions.

4.8 L'absence de base de données unifiée : le nœud central

Tous les points de friction ci-dessus ont un dénominateur commun : l'absence d'une base de données structurée et centralisée. Clients, fournisseurs, produits, encours, historique des prix, conditions de paiement, contacts — tout existe dans l'entreprise, mais dispersé dans des dizaines de fichiers Excel indépendants, maintenus à la main, non collaboratifs et non interconnectés.

Indicateur révélateur — Retards de paiement au 27/03/2026 : Le tableau de retards produit manuellement chaque vendredi recense au 27 mars 2026 une exposition totale MCI + MCA de **2 014 600 €**. Côté MCI : 518 200 € en EUR et 312 400 USD en retard. Côté MCA : 987 300 € en EUR et 196 700 USD en retard. Le client PRIMA METALS cumule à lui seul 241 jours de retard côté MCI et 228 jours côté MCA — avec des déclarations déjà effectuées auprès d'Euler Hermes et de Coface. Ce tableau est aujourd'hui produit et mis à jour manuellement chaque semaine. Une base de données structurée rendrait ce suivi automatique, temps réel, et alerterait les commerciaux concernés dès le premier jour de retard.

Cette dispersion rend impossible toute automatisation sérieuse. **On ne peut pas automatiser ce que l'on ne peut pas lire.** La mise en place d'une base de données unifiée n'est pas une amélioration parmi d'autres — c'est le prérequis absolu de toute transformation durable.

PARTIE 5 — LA BASE DE DONNÉES : LE PRÉREQUIS INCONTOURNABLE

5.1 Pourquoi les tableaux Excel ne suffisent plus

Excel n'est pas une base de données. Une base de données stocke des informations structurées, les relie entre elles, les rend accessibles simultanément à plusieurs utilisateurs et permet leur exploitation automatisée. Excel ne fait aucune de ces choses nativement. La même information est saisie plusieurs fois, dans plusieurs fichiers, par plusieurs personnes, sans garantie de cohérence.

5.2 Ce qu'une base de données change concrètement

- Un commercial tape le nom d'un client — ses encours, conditions de paiement, produits préférés et historique s'affichent instantanément
- Une feuille de coût se pré-remplit automatiquement avec les données du fournisseur et du client sélectionnés
- Le taux de change du jour est récupéré automatiquement, sans consultation externe
- Sophie voit en temps réel tous les dossiers en attente, sans attendre un email
- Le reporting hebdomadaire client se génère automatiquement chaque jeudi
- Une alerte se déclenche dès qu'un encours approche ou dépasse le plafond autorisé
- Le tableau de retards de paiement se met à jour en continu, sans production manuelle hebdomadaire

5.3 L'outil recommandé : Airtable

Familiarité visuelle. Airtable ressemble à Excel — tableaux, colonnes, lignes, filtres. La courbe d'apprentissage est significativement plus faible que pour un CRM classique ou une base de données technique.

Collaboration en temps réel. Plusieurs utilisateurs peuvent modifier simultanément les mêmes données. La dualité MCI/MCA peut être gérée au sein d'une même base sans multiplier les fichiers.

Automatisations natives. Airtable intègre nativement un moteur d'automatisation, complétable par des outils externes pour des scénarios plus complexes.

Modularité. La base peut être construite progressivement, table par table, sans tout déployer d'un coup.

Adaptabilité. Entièrement personnalisable selon les besoins spécifiques du négoce de métaux non ferreux.

5.4 Architecture de la base de données : les 20 tables nécessaires

#	Table	Rôle dans le système
1	Clients	Fiche complète : nom, pays, contacts, conditions de paiement, délais, notes commerciales, statut de la relation
2	Fournisseurs	Fiche complète : nom, pays d'origine, produits proposés, conditions de vente (FOB, CIF...), tier de priorité, historique
3	Contacts	Personnes physiques liées aux clients et fournisseurs : nom, fonction, téléphone, email, WhatsApp — source unique
4	Produits	Catalogue des produits négociés : nom, catégorie, conditionnement, unité, spécificités douanières
5	Origines / Zones géographiques	Zones d'approvisionnement et livraison : pays, Incoterm applicable, frais de transport indicatifs
6	Historique des prix	Prix d'achat et de vente par produit, fournisseur et période — tendances et alimentation des simulations
7	Feuilles de coût	Simulations commerciales liées aux tables Clients, Fournisseurs, Produits — pré-remplissage automatique
8	Dossiers / Commandes	Cœur opérationnel : une ligne par dossier, statut, entité (MCI/MCA), quantités, dates, documents liés
9	Contrats achat	Conditions d'achat validées : prix, quantité, Incoterm, date de chargement, paiement fournisseur
10	Contrats vente	Conditions de vente validées : prix, quantité, Incoterm, destination, délai paiement client
11	Encours clients	Suivi par client et entité : montant facturé, encaissé, outstanding vs plafonds assurance — alertes automatiques
12	Assureurs crédit	Lignes Euler Hermes (MCI) et Coface (MCA) : plafond par client, validité, conditions de dépassement MG
13	Banques / Lignes de financement	Banques partenaires, lignes disponibles — trace les choix de banque par dossier
14	Transporteurs / Transitaires	Prestataires logistiques : coordonnées, zones couvertes, tarifs négociés, performance historique
15	Bookings / Conteneurs	Suivi logistique : numéro conteneur, compagnie maritime, ETD, ETA, statut en temps réel
16	Documents	Centralisation par dossier : proformas, BL, certificats d'origine, documents douaniers
17	Retards de paiement	Factures échues non réglées : client, commercial, montant, jours de retard, statut — alertes automatiques dès J+1
18	Reporting clients	Historique des situations hebdomadaires envoyées aux clients par l'ADV — génération automatique
19	Taux de change	Historique et valeurs courantes des devises — alimenté automatiquement via API, élimine la consultation externe

#	Table	Rôle dans le système
20	Utilisateurs / Équipes	Comptes avec niveaux d'accès différenciés selon les rôles et la sensibilité des données

5.5 Mise en place : ampleur et prérequis

La mise en place complète représente un projet structurant : analyse technique approfondie, migration des données existantes depuis les fichiers Excel actuels, formation des équipes, tests et accompagnement au changement. **Ce projet ne peut pas être chiffré précisément à ce stade.** Ce qui est certain : chaque mois passé sans base de données structurée est un mois supplémentaire de saisies redondantes, de risques financiers non détectés à temps et d'énergie humaine consommée sur des tâches automatisables.

PARTIE 6 — RECOMMANDATIONS PAR SCÉNARIO

Trois scénarios sont proposés, correspondant à trois niveaux d'engagement différents. Ils ne sont pas mutuellement exclusifs : le scénario A peut être lancé immédiatement et indépendamment. Les scénarios B et C s'enchaînent naturellement.

SCÉNARIO A — Quick wins — Formation à l'intelligence artificielle

Horizon : 1 à 2 mois — Démarrage immédiat possible

Pourquoi commencer par la formation

La formation à l'intelligence artificielle est le seul levier qui peut produire des gains de temps concrets et immédiats, sans attendre la mise en place d'une base de données, sans modifier les processus existants, et sans prendre de risque opérationnel.

Les entretiens ont révélé des profils très hétérogènes au sein de l'équipe face à l'IA. Certains membres se déclarent en difficulté et expriment des craintes réelles. D'autres sont enthousiastes ou moyennement à l'aise, mais avec un usage individuel et non encadré — ce qui comporte ses propres risques en matière de confidentialité des données. Un seul membre déclare un usage encadré, avec un intérêt prudent mais assumé.

Une formation commune bien calibrée peut à la fois rassurer ceux qui ont des craintes, structurer et sécuriser les pratiques existantes, et poser des règles communes sur ce qui peut ou ne peut pas être partagé avec un outil d'IA externe — point particulièrement sensible dans un métier où circulent quotidiennement des données financières et commerciales confidentielles.

Contenu proposé — demi-journée en présentiel

Module 1 — Comprendre l'IA sans crainte

Démystifier les outils de langage (LLM), identifier les risques réels (confidentialité, hallucinations, limites) et poser les bonnes pratiques collectives.

Module 2 — Un assistant IA au quotidien

Utilisation pratique pour des cas d'usage directement applicables : rédaction d'offres commerciales en anglais, structuration d'emails de négociation, analyse rapide d'une situation client. Mise en pratique sur des exemples réels fournis par les participants.

Module 3 — Exploiter ses propres documents avec l'IA

Introduction à un outil permettant d'organiser, interroger et synthétiser des documents internes — conditions fournisseurs, historiques de dossiers, notes de visite terrain. Pertinent pour capitaliser sur la mémoire commerciale aujourd'hui dispersée.

Note sur les outils : D'autres outils d'intelligence artificielle existent et pourraient être pertinents selon les usages. Les outils proposés ici sont les plus appropriés pour le service commercial à ce stade. D'autres services de l'entreprise pourraient bénéficier d'outils différents ou complémentaires, à identifier lors d'une mission ultérieure.

Gains concrets attendus

Tâche	Temps actuel	Avec IA
Rédaction d'une offre en anglais	20 à 30 minutes	~5 minutes
Résumé d'un échange complexe client/fournisseur	15 à 20 minutes	Quasi-instantané
Préparation d'un point client avant réunion	15 minutes	~2 minutes
Capitalisation notes terrain après visite fournisseur	Non structurée / souvent perdue	Structurée et consultable

Tarif indicatif : demi-journée de formation entre **600 et 800 € HT** selon le niveau de personnalisation. Ce tarif couvre l'ensemble du groupe commercial (4 personnes), la préparation des supports et les exemples métier personnalisés.

SCÉNARIO B — Transformation partielle — Feuille de coût dynamique + dashboard encours

Horizon : 3 à 6 mois — Scénario conditionné à la mise en place préalable d'une base de données

Scénario hypothétique : Ce scénario ne peut pas être mis en œuvre sans une base de données minimale préalablement en place. Il reste hypothétique à ce stade et nécessiterait une analyse technique approfondie pour en déterminer la faisabilité exacte.

Prérequis minimal

Cinq tables fondamentales minimum : **Clients, Fournisseurs, Produits, Encours assurance et Taux de change**. Sans ces tables, aucune source de données fiable ne peut alimenter les outils proposés.

Livrable 1 — La feuille de coût dynamique

Remplacer les dizaines de modèles Excel manuels par une interface unique, connectée à la base de données. Le commercial sélectionne un fournisseur et un client — la feuille récupère automatiquement leurs conditions habituelles (Incoterm, paiement, frais de transport indicatifs) et le taux de change du jour. Il ne saisit plus que le prix d'achat et le prix de vente envisagé. La marge calculée est instantanée et fiable.

Livrable 2 — Le dashboard encours

Remplacer la consultation de huit tableaux Excel par une vue unique affichant pour un client donné : l'encours actuel MCI et MCA, les plafonds Euler Hermes et Coface, le dépassement autorisé par la direction, et une alerte visuelle si le plafond est proche ou dépassé. Le cas concret du dépassement Coface détecté sur le dossier DALTEX (80 000 € au-dessus de la ligne) aurait été signalé automatiquement avant même la constitution du dossier.

Tarif indicatif : plusieurs milliers d'euros, avec forte variabilité selon la qualité des données à migrer et la complexité des règles métier. Un devis précis sera établi après une session de cadrage technique dédiée.

SCÉNARIO C — Transformation complète — Base de données + automatisations + IA intégrée

Horizon : 6 à 18 mois

Vision

Le scénario C est la transformation dont Mistral Commodities International a besoin pour aborder les prochaines années avec des outils à la hauteur de son activité. Il déploie la totalité des vingt tables, connecte l'ensemble des processus dans une architecture cohérente, et intègre l'intelligence artificielle là où elle apporte une valeur réelle.

Ce que cela inclut

La base de données complète

Vingt tables interconnectées couvrant l'ensemble du cycle commercial, de la demande fournisseur à la livraison client, en passant par la facturation et le suivi des encours.

Les automatisations de flux

Reporting client hebdomadaire généré automatiquement, alertes encours en temps réel, relances fournisseurs programmées, notifications de retard de paiement dès J+1, mise à jour automatique des taux de change, suivi des conteneurs via les notifications du transporteur.

L'intégration de l'intelligence artificielle

Assistance à la rédaction d'offres multilingues, analyse des tendances de prix sur l'historique, détection d'anomalies dans les dossiers, suggestions de clients potentiels pour une offre fournisseur donnée.

La formation approfondie des équipes

Montée en compétence progressive de l'ensemble des utilisateurs — commerciaux, ADV, comptabilité — sur les nouveaux outils et les nouvelles pratiques.

Estimation du temps gagné

Sur la base des points de friction documentés dans cet audit, une estimation très approximative du temps récupéré par le service commercial (4 personnes) et l'ADV peut être établie. Ces chiffres sont indicatifs et non contractuels :

Tâche automatisée	Temps actuel / semaine	Gain estimé / semaine
Consultation encours dans 8 tableaux	8 à 10 h (4 pers.)	~7 à 9 h
Constitution feuilles de coût manuelles	10 à 20 h (4 pers.)	~6 à 14 h
Reporting client hebdomadaire (ADV)	3 à 5 h	~2 à 4 h
Production tableau retards paiement (vendredi)	2 à 3 h	~2 à 3 h
Recherche contacts / carnet d'adresses	1 à 2 h	~1 à 1,5 h
Tri et routage des emails entrants	3 à 5 h (4 pers.)	~1 à 2 h
Relances fournisseurs manuelles	2 à 4 h (4 pers.)	~1 à 3 h

Estimation globale : entre **20 et 36 heures récupérées par semaine** sur l'ensemble du service commercial et de l'ADV, soit l'équivalent de **2,5 à 4,5 jours de travail par semaine** restitués à des tâches à forte valeur ajoutée — négociation, prospection, développement commercial. À cela s'ajoute une réduction significative des risques financiers grâce à des alertes encours et retards en temps réel.

Modalités d'intervention envisageables

Mode	Description	Adapté si
Accompagnement hebdomadaire	1 journée par semaine sur plusieurs mois. Formation continue, ajustements terrain.	Transformation progressive respectant le rythme opérationnel
Intensif par phases	Semaines complètes à intervalles réguliers. Chaque phase = un livrable défini.	Jalons clairs souhaités, budget par étapes
Projet concentré	Immersion complète sur 4 à 6 semaines, puis accompagnement allégé.	Rapidité de déploiement prioritaire
Mode hybride (recommandé)	Démarrage intensif 2-3 semaines pour les fondations, puis accompagnement mensuel régulier.	Meilleur équilibre rapidité / pérennité

Le scénario C ne peut pas être chiffré à ce stade — un cadrage technique et commercial dédié sera nécessaire avant toute proposition chiffrée. Agilis Monaco accompagnera Mistral Commodities International dans l'ensemble de cette transformation, de la conception à l'implémentation.

PARTIE 7 — PROCHAINES ÉTAPES

7.1 Ce que cet audit établit

Cet audit a permis d'établir un diagnostic clair, documenté et factuel de la situation opérationnelle du service commercial de Mistral Commodities International. Les constats sont sans ambiguïté : le service fonctionne grâce à l'expertise et à l'engagement de ses équipes, mais il repose sur une architecture d'outils qui atteint ses limites structurelles. Les données opérationnelles transmises — feuilles de coût, tableaux de suivi, tableau de retards, fichier clients-fournisseurs-produits — confirment et chiffrent concrètement chacun des points de friction identifiés.

La dispersion des données, la multiplication des saisies manuelles, l'absence d'alertes automatiques sur les encours et les retards, et l'absence de base de données unifiée constituent un frein réel à la performance commerciale — et ce frein s'accroîtra mécaniquement avec la croissance de l'activité.

7.2 Ce qui doit être fait

Valider les constats et choisir un scénario. La première étape est une restitution de cet audit avec la direction et le Responsable des Ventes, afin de valider le diagnostic établi et de déterminer quel scénario — ou quelle combinaison de scénarios — la direction souhaite engager.

Interviewer Sophie et l'équipe ADV. C'est le point le plus important avant toute implémentation. L'ensemble des recommandations de cet audit touche directement au fonctionnement de l'ADV. Sophie et son équipe n'ont pas été interviewées dans le cadre de cette mission — les informations les concernant proviennent exclusivement des témoignages des commerciaux.

Engager une transformation sans avoir recueilli le point de vue de l'équipe ADV serait une erreur sérieuse. Elles sont les premières utilisatrices des processus décrits, les premières à subir les inefficacités identifiées, et les premières à devoir adopter les nouveaux outils. Leur adhésion est une condition sine qua non de la réussite de tout projet de transformation. Leurs entretiens révéleront vraisemblablement des points de friction supplémentaires, non visibles depuis le seul prisme commercial.

7.3 Un mot sur la conduite du changement

La transformation la mieux conçue échoue si elle n'est pas accompagnée humainement. Les équipes ont développé leurs méthodes de travail sur des années. Un outil nouveau, aussi performant soit-il, peut être perçu comme une remise en question de leur expertise si son introduction n'est pas bien préparée.

La démarche recommandée est celle d'une transformation **progressive**, **transparente** et **participative**. Progressive : on ne change pas tout en même temps. Transparente : les équipes comprennent pourquoi on change et ce que ça leur apporte concrètement. Participative : les futurs utilisateurs sont associés aux choix, pas simplement destinataires d'outils décidés sans eux.

C'est dans cet esprit qu'Agilis Monaco conçoit son accompagnement — non pas comme un projet informatique livré clé en main, mais comme une transformation construite avec les équipes, à leur rythme, en préservant ce qui fonctionne et en améliorant ce qui freine.

Agilis Monaco — Philippe Gallon

Conseil · Automatisation · Intelligence Artificielle

philippe@agilismonaco.com | +377 640 611 061 | www.agilismonaco.com

Avril 2026 — Document confidentiel