Kardinal

GUIDE DE PRISE EN MAIN · ESPACE AGENT

Toutes vos marques, tous vos clients, un seul endroit.

Ce guide vous fait prendre Kardinal en main, de votre première connexion à votre quotidien : votre portefeuille, vos visites, vos commandes et vos commissions réunis, sans double saisie et sans tableur. Chaque chapitre dit à quoi sert une fonction, où la trouver et comment s'en servir pas à pas.

Édition d'octobre 2026 · version 1ab0593d5f8f
Édité par Karavane · getkardinal.com · Guide destiné aux utilisateurs de l'espace agent

Sommaire

Dix-sept chapitres, un par grand usage. Lisez les deux premiers dans l'ordre, puis allez directement à ce dont vous avez besoin : chaque numéro de page est cliquable.

1	**Bienvenue et premiers pas**	accès, assistant, checklist, réglages	3
2	**Se repérer dans Kardinal**	menu, accueil en cinq onglets, aide	6
3	**Clients et prospects**	liste, filtres, listes, fiche, centrales, import	10
4	**Trouver des points de vente**	prospection par zone et par recherche	18
5	**L'Atlas et les tournées**	cinq vues de carte, À faire, tournées	21
6	**Échanges, rappels et rendez-vous**	visites, calendrier, agenda Google, mails	27
7	**Ma journée et vos objectifs**	actions du jour, cibles, avancement	31
8	**Catalogue et produits**	marques, produits, remises, accises, port	34
9	**Commandes et devis**	nouvel écran, tableau, montant, réservations	39
10	**Partager avec vos marques**	ce que chaque marque voit de votre activité	44
11	**Votre boutique en ligne (Eshop)**	réglages, invitations, relances, textes	47
12	**Commissions et factures**	relevé, ce que doivent les marques, factures	51
13	**Travailler en équipe**	collaborateurs, taux, prix verrouillés	54
14	**Pour les agents en grande distribution (GMS)**	Présence nationale, détention, relevé en rayon	57
15	**Si vous vendez en direct**	stock déporté, grossiste, allocation	59
16	**L'application mobile**	ce qu'elle fait, ce qui reste sur ordinateur	61
17	**Abonnement et aide**	abonnement, notifications, données, support	63

Comment lire ce guide. Les chemins s'écrivent avec une flèche : **Clients › Clients & Prospects** veut dire « dans le menu de gauche, groupe Clients, entrée Clients & Prospects ». Le nom d'un bouton est écrit **comme ceci**. Une étiquette option signale un écran qui n'apparaît que si la fonction est activée dans vos réglages : si vous ne le voyez pas, ce n'est pas un défaut de votre compte. Les encadrés verts décrivent ce qui change sur l'application mobile.

CHAPITRE 1 · POUR COMMENCER

Bienvenue et premiers pas

À QUOI ÇA SERT

Kardinal réunit au même endroit vos marques, vos clients, vos échanges (visites, appels, e-mails), vos commandes et vos commissions. Ce chapitre vous mène de votre première connexion à votre premier échange et à votre première commande. Lisez-le dans l'ordre une fois ; revenez ensuite aux chapitres dont vous avez besoin.

OÙ LE TROUVER

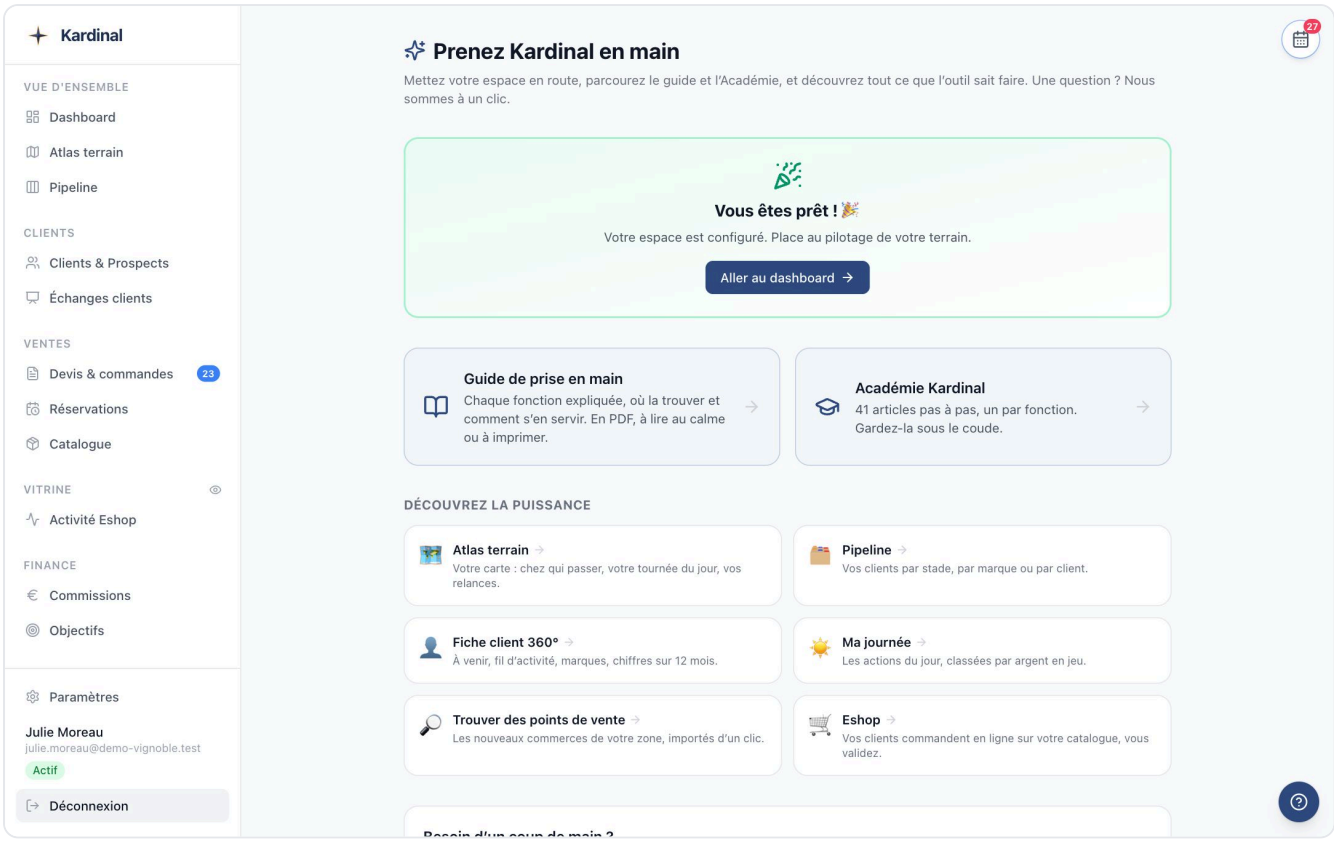
Votre point de départ est l'accueil : **Vue d'ensemble › Dashboard**.

Le hub d'aide : la bulle **Aide**, en bas à droite de chaque page, puis **Aide › Prise en main**.

Vos réglages : **Paramètres** (en bas du menu de gauche).

PAS À PAS

1. **Ouvrez votre accès.** Kardinal n'a pas d'inscription ouverte : l'accès s'ouvre après un échange avec l'équipe Kardinal, ou sur invitation. Une fois votre accès ouvert, rendez-vous sur getkardinal.com, cliquez sur **Connexion**, puis sur la carte **Espace agent**, et entrez votre adresse e-mail et votre mot de passe. Si vous n'en avez pas encore, le lien `Mot de passe oublié ?` vous envoie un lien pour le choisir.
2. **Activez votre abonnement si on vous le demande.** Tant que l'accès n'est pas actif, Kardinal vous conduit à la page `Activer mon abonnement` : choisissez votre formule, indiquez votre SIRET (ou cochez `Je n'ai pas de SIRET`), puis réglez par le paiement sécurisé Stripe. Le détail est au chapitre 17.
3. **Répondez aux cinq questions de l'assistant de configuration.** Au premier lancement, la fenêtre de configuration vous demande si vous gérez un stock, si vous faites signer des devis, si vous travaillez en grande distribution, si vous facturez vous-même vos clients et si vous avez des collaborateurs. Vos réponses allument les bonnes fonctions. Vous pouvez choisir `Configurer plus tard`, puis le rouvrir depuis le hub **Prise en main** avec `Configurer mon compte` (tant que la checklist n'est pas terminée).
4. **Suivez la checklist « Démarrez avec Kardinal ».** Elle s'affiche en haut de l'accueil et se coche toute seule, au fil de ce que vous faites. Elle compte huit étapes, détaillées ci-dessous. Le bouton `Masquer` la cache ; le hub **Prise en main** la montre tant qu'elle n'est pas terminée.
5. **Posez l'essentiel dans cet ordre :** une marque, un produit, un client, puis un échange et une commande. Chaque étape est expliquée dans les chapitres suivants.



La checklist se coche toute seule : huit étapes, de « Compte créé » à votre première commande.

Les huit étapes de la checklist

Étape	Comment la faire
Compte créé	Déjà fait.
Ajouter ma première marque	**Ventes** › **Catalogue**, puis **Ajouter une marque** (chapitre 8).
Ajouter mon premier produit	**Ventes** › **Catalogue** › **Produits**, puis **Nouveau produit**.
Ajouter mon premier client (ou prospect)	**Clients** › **Clients & Prospects**, puis **Nouveau contact** ou **Import CSV** (chapitre 3).
Personnaliser mon eshop	**Paramètres** › **Eshop public** : logo, bannière, couleurs, marques affichées (chapitre 11).
Inviter un client sur mon eshop	Fiche d'un client, onglet Eshop, puis **Inviter ce client** : il reçoit son lien personnel et se connecte en un clic, sans mot de passe.
Enregistrer mon premier échange	**Clients** › **Échanges clients**, puis **Nouvel échange** (chapitre 6).
Enregistrer ma première commande	**Ventes** › **Commandes** (ou votre premier devis en mode Devis), chapitre 9.

Vos réglages en un coup d'œil

Les **Paramètres** sont rangés en huit onglets. Les deux derniers n'existent que pour le titulaire du compte (la personne qui a ouvert l'agence), pas pour ses collaborateurs.

Onglet	Ce que vous y réglez
Compte	Votre identité et votre contact (avec votre photo), les marques connectées, et en bas, le dépliant **Mes données** (export de vos données, suppression du compte).
Personnalisation	Les modules (stock déporté, allocation, Agent GMS, grossiste), les réglages de commande (envoi automatique, mode Devis, fichier Excel joint, copies, textes des mails) et les étiquettes de produits.
Messagerie	Vos mails dans la fiche client (copie cachée), l'envoi depuis votre propre adresse, votre agenda, vos modèles de mail et vos notifications.
Eshop public	Votre boutique en ligne : identité, accès, bandeau, marques, produits à la une, franco.
Partage CR	Le partage automatique de vos comptes rendus de visite aux marques, et leur contenu.
Pipeline	Le nom de vos stades et vos types de clients (avec un emoji par type pour l'Atlas).
Équipe titulaire	Vos collaborateurs et les prix verrouillés (chapitre 13).
Abonnement titulaire	Votre abonnement, votre identité de facturation, votre IBAN et vos préférences de facturation.

BON À SAVOIR

- Rien n'est figé : chaque réponse de l'assistant est un interrupteur que vous retrouvez dans **Paramètres › Personnalisation**.
- Une question à tout moment : écrivez à **support@getkardinal.com**, ou réservez un appel de 15 minutes depuis la bulle d'aide (chapitre 17).
- Si vous êtes collaborateur d'une agence, votre titulaire a déjà fait ces réglages. Vous ne voyez que les clients qui vous sont confiés (chapitre 13).

SUR L'APPLICATION MOBILE

Installez l'application Kardinal (App Store ou Google Play) et connectez-vous avec la même adresse e-mail et le même mot de passe. Les réglages de ce chapitre se font sur ordinateur ; l'application sert sur le terrain (chapitre 16).

CHAPITRE 2 · POUR COMMENCER

Se repérer dans Kardinal

À QUOI ÇA SERT

Savoir où se trouve chaque chose, et lire l'accueil d'un coup d'œil. Le menu de gauche suit votre métier : il est rangé en cinq groupes. Le haut de chaque page porte, quand il le faut, une rangée de sous-onglets.

OÙ LE TROUVER

Le menu de gauche, et l'accueil **Vue d'ensemble › Dashboard**.

Sur téléphone ou tablette, le même menu s'ouvre avec le bouton **Ouvrir le menu**, en haut de l'écran.

LE MENU DE GAUCHE

Groupe	Ce qu'il contient
Vue d'ensemble	**Dashboard** (l'accueil), **Atlas terrain** (la carte), **Pipeline** (vos clients par stade). Pour les agents en grande distribution : **Présence Nationale** et **Cadencier** Agent GMS.
Clients	**Clients & Prospects** (votre portefeuille) et **Échanges clients** (vos visites, appels, e-mails, rappels, rendez-vous).
Ventes	**Commandes** (devient **Devis & commandes** en mode Devis), **Réservations** (dès votre première réservation), **Catalogue** (marques et produits). Selon vos options : **Mon stock** stock déporté et **Allocation** allocation.
Eshop	**Activité Eshop** (ce que font vos clients sur votre boutique). L'icône en forme d'œil ouvre votre boutique telle que le client la voit. Ce groupe s'appelle **Vitrine** en mode Devis.
Finance	**Commissions**, **Objectifs**, **Équipe** agence avec collaborateurs et **Factures reçues** grossiste.

En bas du menu : **Paramètres**, votre identité et **Déconnexion**.

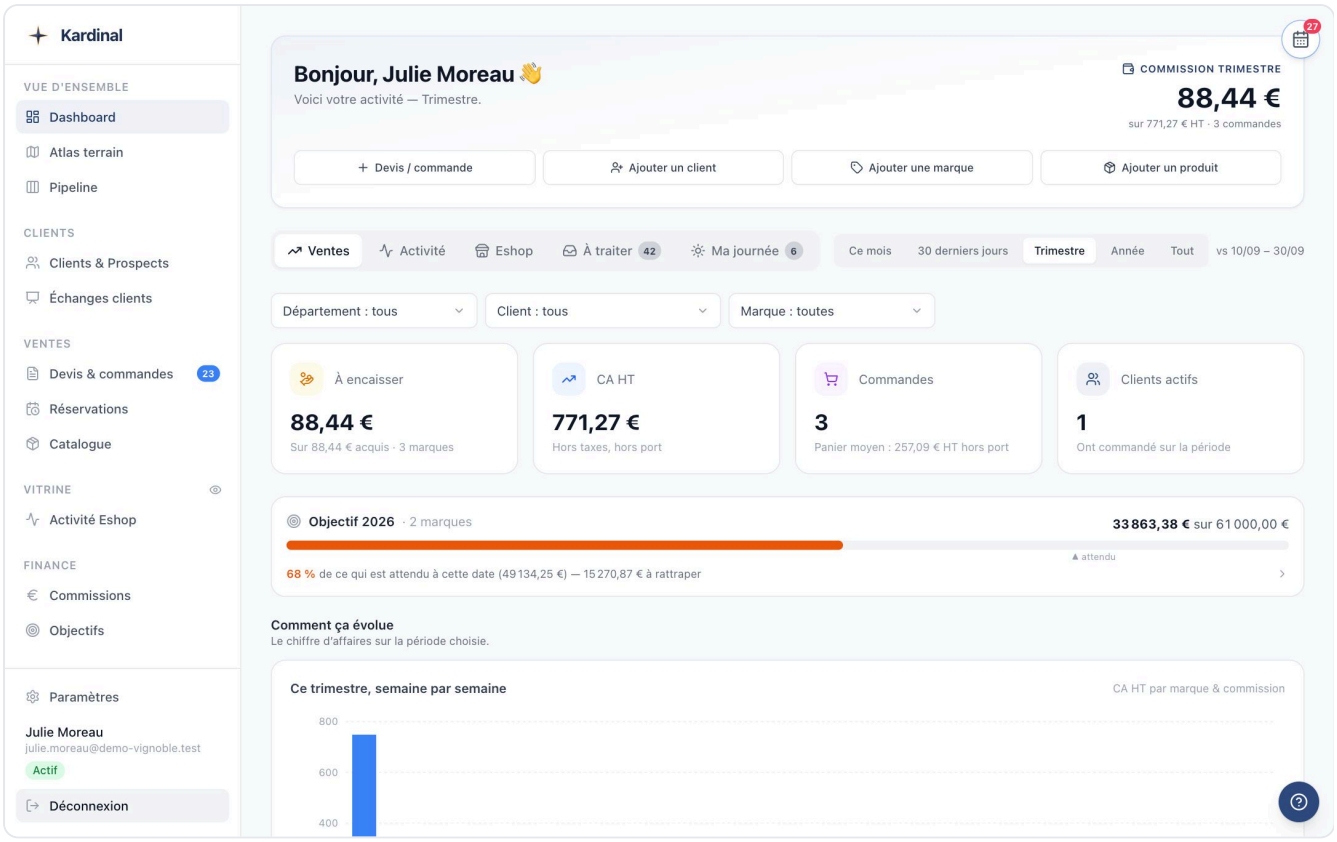
Les sous-onglets, en haut des pages

Page	Sous-onglets
Échanges clients	Échanges · Calendrier · Prise de RDV · Demandes d'échantillon
Clients & Prospects	Clients & Prospects · Clients confiés · À valider · Groupes
Catalogue	Marques · Produits · Textes des catégories
Commissions	Commissions · Analyses · Factures
Activité Eshop	Activité · Messagerie

PAS À PAS : LIRE L'ACCUEIL

L'accueil se lit en **cinq onglets**, sur une période commune.

1. **Choisissez la période** avec le sélecteur de l'accueil : `Ce mois`, `30 derniers jours`, `Trimestre`, `Année` ou `Tout`. Les chiffres se recalculent aussitôt, avec leur évolution par rapport à la période précédente.
2. **Ventes.** Votre chiffre d'affaires HT, vos commandes, votre panier moyen et votre commission, avec l'objectif de l'année quand vous en avez posé un. Trois menus (Département, Clients, Marques) restreignent les chiffres à ce qui vous intéresse.
3. **Activité.** Combien de visites vous avez faites, comment vos prospects deviennent clients (« De prospect à client »), quelles visites ont été suivies d'une commande sous 30 jours, et, pour une agence, le détail par collaborateur.
4. **Eshop.** Les chiffres de votre boutique : commandes passées par la boutique, chiffre d'affaires, clients venus, paniers en attente, échantillons à traiter.
5. **À traiter.** Ce qui attend une action de votre part, en trois sous-onglets : `Urgent` (rappels en retard, alertes), `Brouillons` (commandes commencées, à reprendre ou à supprimer) et `Info` (nouveautés de vos marques, propositions d'envoi de documents). Un compteur sur l'onglet vous dit combien il y en a.
6. **Ma journée.** La liste d'actions du jour, classée par argent en jeu (chapitre 7).



L'accueil : cinq onglets (Ventes, Activité, Eshop, À traiter, Ma journée) et une période commune.

L'AIDE, PARTOUT

Une bulle d'aide reste en bas à droite de chaque page. Elle ouvre :

- **Prise en main** : le hub (checklist, cartes de découverte, ce guide, l'Académie) ;
- **Guide de prise en main** : ce document, en PDF ;
- **Centre d'aide (Académie)** : des articles pas à pas, un par fonction ;
- **Réserver un appel** : un créneau de 15 minutes avec l'équipe ;
- **Écrire au support** : support@getkardinal.com.

BON À SAVOIR

- Un écran qui manque dans votre menu n'est pas un bug : **Présence Nationale**, **Cadencier**, **Mon stock**, **Allocation**, **Factures reçues** n'apparaissent que si l'option correspondante est activée (**Paramètres › Personnalisation**). **Équipe** n'apparaît que pour le titulaire d'une agence qui compte au moins un collaborateur.
- Les filtres que vous posez sur l'Atlas sont gardés pour votre prochaine visite. Les listes de clients se retrouvent dans leurs onglets (chapitre 3).
- Si vous travaillez à plusieurs, un sélecteur **Collaborateur** apparaît sur l'accueil et sur les listes : *Toute l'agence* ou *Mon portefeuille*.

SUR L'APPLICATION MOBILE

L'application a sa propre barre du bas : **Aujourd'hui**, **Tournée**, un bouton central **+**, **Clients** et **Catalogue**. Le menu complet de ce chapitre, avec ses onglets d'accueil, est celui du site (chapitre 16).

CHAPITRE 3 · CLIENTS

Clients et prospects

À QUOI ÇA SERT

Votre portefeuille complet : une ligne par point de vente ou par contact, avec son historique, sa prochaine action et, pour chaque marque, son stade. Vous le filtrez, vous le rangez en listes, vous agissez sur plusieurs fiches à la fois, et chaque fiche se lit en quatre onglets.

OÙ LE TROUVER

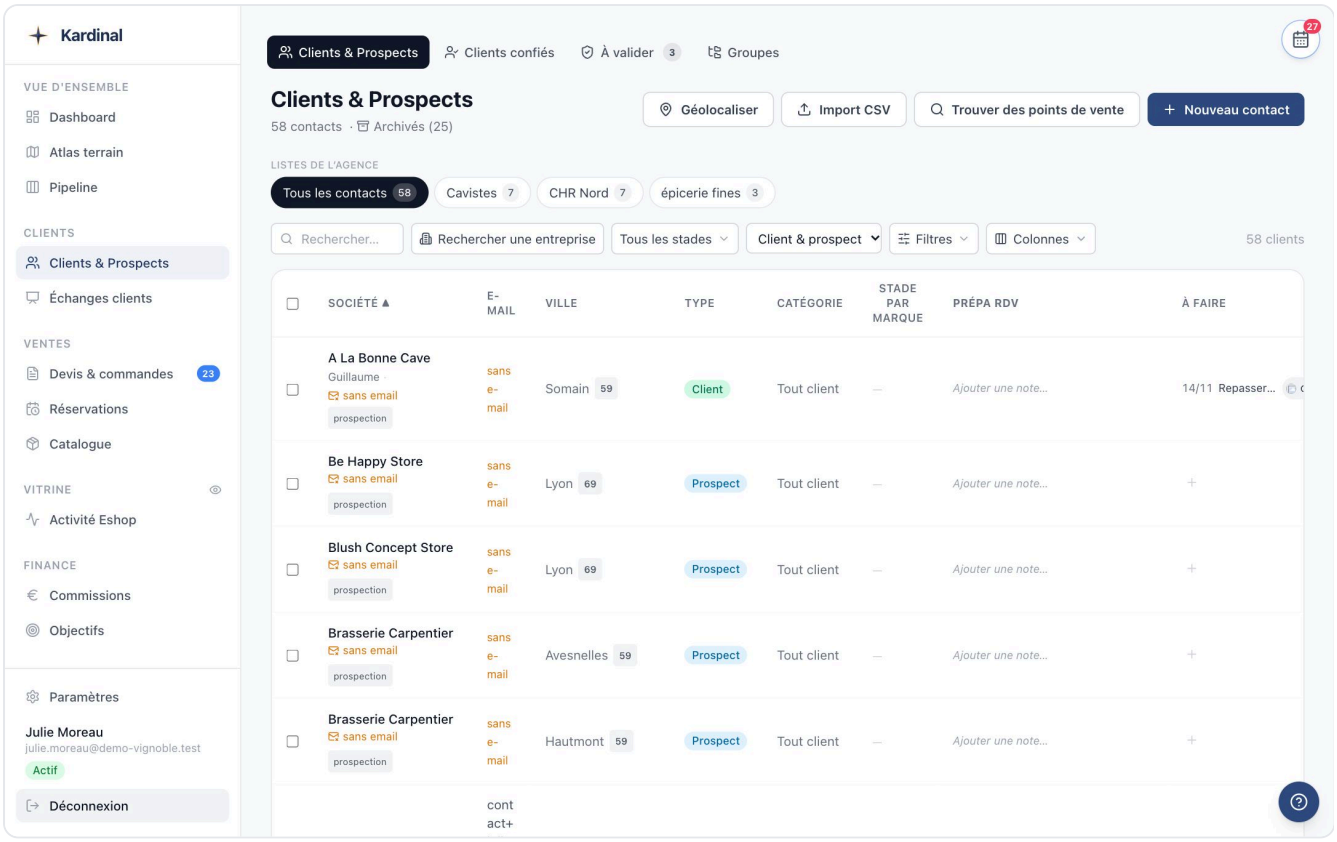
Clients › Clients & Prospects : la liste.

Sous-onglets de la page : **Clients & Prospects** · **Clients confiés** · **À valider** · **Groupes**.

Les fiches archivées : le lien `Archivés` sous le titre de la liste.

PAS À PAS : AJOUTER DES FICHES

1. **Une par une :** `Nouveau contact` en haut à droite de la liste.
2. **Depuis un annuaire :** `Rechercher une entreprise` trouve l'entreprise (SIRET, adresse) et crée une fiche déjà remplie. Taper un nom dans la recherche propose le même raccourci.
3. **En masse :** `Import CSV` charge un fichier Excel ou CSV (voir « Importer vos données », plus bas).
4. **Pour les placer sur la carte :** chaque adresse est géolocalisée à la création ; le bouton `Géolocaliser` rattrape celles qui ne le sont pas.



La liste Clients & Prospects : recherche, stade, type, Filtres et, au-dessus, vos listes enregistrées.

LA LISTE, LES FILTRES ET LES LISTES ENREGISTRÉES

Lire la liste

La liste affiche la société, l'e-mail, la ville, le type (client ou prospect), la catégorie, le **stade par marque**, la prépa de rendez-vous, la prochaine action (« À faire ») et le shop. Le bouton **Colonnes** choisit ce qui s'affiche (la « Dernière action » est masquée par défaut) ; un clic sur un en-tête trie. Dans une agence, une colonne **Propriétaire** montre, par une pastille, à qui appartient la fiche.

Filtrer

La barre porte la **recherche**, le **stade** (vous pouvez en cocher plusieurs), le choix *Client & prospect* / *Clients* / *Prospects* et le bouton **Filtres**, qui affiche le nombre de filtres actifs. Le panneau **Filtres** ajoute :

- **Pour les marques** : cochez une marque pour voir le stade de cette marque, ou plusieurs pour croiser. Avec plusieurs marques, trois choix précisent la règle : « toutes », « au moins 2 », « au moins une ». Exemple : les clients « Intéressé » pour les trois marques à la fois.
- **Catégorie / circuit**, **Tag**, **Ville**, **Département**, **Pays** : ils se cumulent.
- **Position sur la carte** : *Toutes*, *Placées* ou *Sans position*. Ce dernier choix liste les fiches qu'aucun point ne représente sur l'Atlas, avec un bandeau « N fiches sans position » et le bouton **Compléter les adresses**.
- **Adresse** (les fiches sans rue), **Activité eshop**, **Accès shop** et **À faire** (en retard, aujourd'hui, sous 7 jours, sans rien de prévu).

Le bouton **Réinitialiser** efface tout d'un coup.


Stade (le même que dans la barre)
Pas présenté
Froid
Intéressé
Échantillon
Client
Inactif
Perdu
Pour les marques
Château Belrive
Distillerie du Mont Cain
Domaine des Coteaux
Maison Vaurel
Aucune marque : le stade le plus avancé. Une : le stade de cette marque. Plusieurs : on croise.
Catégorie / circuit
Catégorie : toutes



Le panneau Filtres : le stade croisé « Pour les marques » et la « Position sur la carte ».

Enregistrer une liste

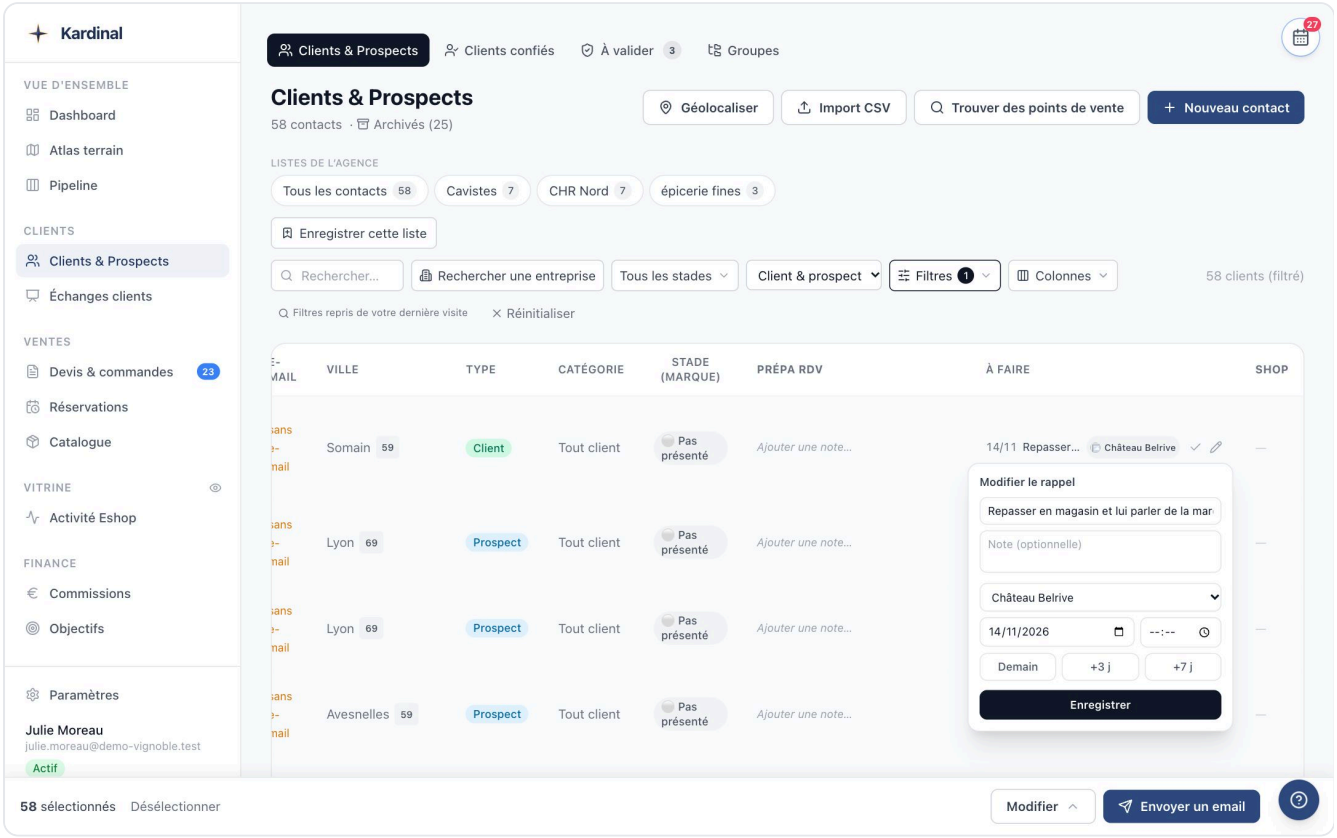
Une fois vos filtres posés, **Enregistrer cette liste** les garde sous un nom. Chaque liste devient un **onglet**, avec son nombre de fiches, au-dessus des filtres : un clic remet tous les filtres d'un coup. Les listes sont **partagées avec toute l'agence**. Le premier onglet, **Tous les contacts**, remet la liste complète. Le menu d'une liste, réservé à la personne qui l'a créée et au titulaire, permet de **Mettre à jour avec les filtres actuels**, de **Renommer** ou de **Supprimer la liste** (les fiches ne sont pas touchées).

AGIR SUR PLUSIEURS FICHES

Cochez des fiches : une barre apparaît en bas de l'écran. Le menu **Modifier** range ses actions en deux familles.

Famille	Actions
Organisation	Changer le stade · Fermer / rouvrir une marque (pour la boutique) · Contact chez la marque · Rattacher à une centrale, Détacher, Suivre la centrale · Ajouter au groupe, Retirer du groupe · Confier à un collaborateur
Qualification	Ajouter un tag, Retirer un tag · Convertir en client / en prospect · Changer le circuit

Le même menu **Modifier** propose aussi, en dessous, **Créer une tournée**, **Copier les adresses e-mail** et **Archiver**. À côté de lui, deux boutons : **Envoyer un email** et, si votre compte l'offre, **Compléter avec Google** (téléphone, adresse, site, horaires : vous choisissez ce que vous reprenez). Rattacher à une centrale et fermer ou rouvrir une marque sont réservés au titulaire ; *Confier à un collaborateur* n'apparaît qu'en agence.



La barre d'actions en masse et son menu « Modifier ».

Envoyer un mailing

Envoyer un email ouvre la fenêtre d'envoi. Vous choisissez qui reçoit, point de vente par point de vente : *Adresse principale*, *Tous les contacts* ou *Contacts commerciaux*, avec un réglage fin contact par contact. Il part **un seul mail par adresse**. Une adresse déjà servie il y a moins de 20 minutes est sautée, et chaque contact peut se désinscrire seul.

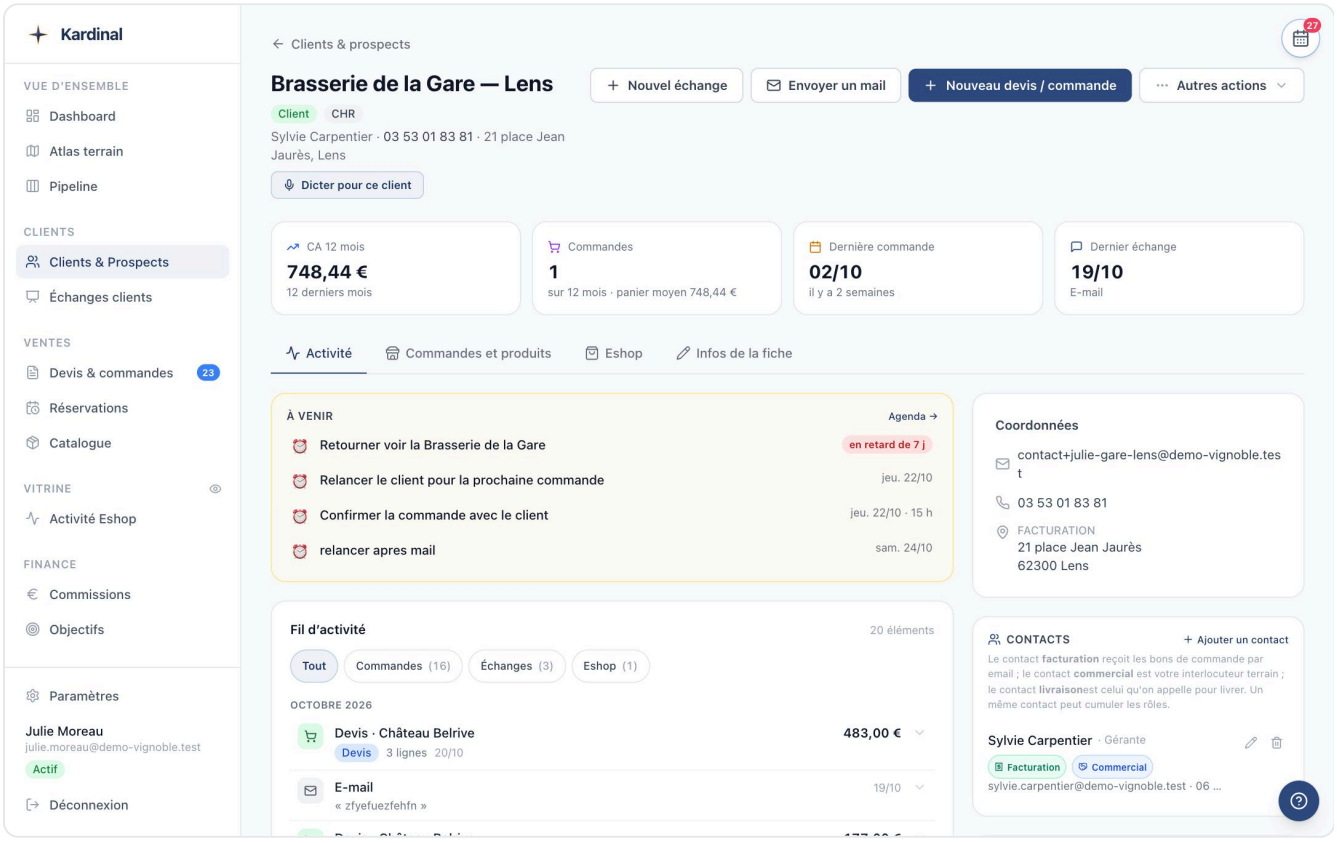
Compléter les adresses

Une fiche sans rue est posée au centre de sa commune. Pour les corriger en lot, passez par le bandeau **Compléter les adresses** : Kardinal propose une adresse (base de l'État, puis Google) et vous validez. Le nom du lieu trouvé peut servir de surnom.

LA FICHE D'UN CLIENT, EN QUATRE ONGLETS

Cliquez une ligne pour ouvrir la fiche. En haut : **Nouvel échange**, l'envoi d'un mail, le bouton de création de commande (ou de devis) et le menu **Autres actions** (nouvelle tâche, assortiment, plan de vente, compléter avec l'annuaire ou Google, télécharger la fiche d'ouverture de compte pour la marque, fixer un objectif, modifier).

Onglet	Ce qu'on y trouve
Activité	Quatre chiffres en haut (chiffre d'affaires sur 12 mois, nombre de commandes, dernière commande, dernier échange), le bloc **À venir** (rappels, rendez-vous, livraisons), le fil des échanges et des commandes mois par mois, le bloc **Marques** avec **Suivre une autre marque**, l'évolution du chiffre d'affaires par marque et « Suivi par » (le collaborateur propriétaire).
Commandes et produits	Les commandes du client et, produit par produit, ce qu'il prend, avec le dernier relevé en rayon. La carte **Assortiment** sort le document d'assortiment et le plan de vente par marque.
Eshop	La carte **Accès Eshop** (inviter le client sur votre boutique), les marques de la boutique pour ce client, les demandes d'information.
Infos de la fiche	Les volets repliés : Identité (avec les contacts et le contact de livraison), Catégorie métier, **Remises par marque**, Adresse de facturation, Adresse de livraison, Horaires d'ouverture, Informations fiscales (dont le régime de TVA), Coordonnées bancaires (RIB), Tags & notes.



La fiche client : quatre chiffres, « À venir », le fil d'activité et le bloc Marques.

Remises particulières, par client et par marque

Une remise négociée client par client : **Fiche client › Infos de la fiche › Remises par marque**. Elle peut aussi se calculer sur le chiffre d'affaires de l'an dernier. Quand le client est rangé dans une centrale (ou rattaché à une centrale d'achat), la remise de sa centrale s'affiche à côté ; la remise propre du magasin **s'ajoute** à celle de la centrale.

Un contact différent pour chaque marque

Quand une marque a plusieurs contacts (par exemple un pour l'export et un pour le Nord), le bloc de cette marque, sur la fiche, propose le menu **Commandes envoyées à** : il choisit quel contact reçoit les bons de commande de ce client. Le choix vaut pour les envois suivants ; *Contact principal* le retire. En masse : **Modifier › Contact chez la marque**.

LES CENTRALES DE CLIENTS

Une centrale réunit des magasins qui achètent aux mêmes conditions, par exemple GALEC ou U Ouest. Elles s'emboîtent : le tarif négocié avec GALEC pour les magasins de SCA OUEST se pose sur SCA OUEST, sous GALEC. Une centrale peut couvrir plusieurs types de client (Super U, Hyper U, U Express). Un magasin paie le prix du nœud le plus proche qui en a un, en remontant ; sinon celui de son type de client ; sinon le catalogue. Créez-les dans **Clients › Centrales** avec **Nouvelle centrale**, puis rangez les magasins : **Ranger des magasins** sur la centrale, **Modifier › Ranger dans une centrale** depuis la liste, ou la liste « Centrale » de la fiche du magasin. Les tarifs de centrale se règlent dans **Catalogue › Produits**, vue « Tarifs » (chapitre 8).

Clients confiés et à valider

Clients confiés liste les clients qu'une marque vous a confiés pour les suivre (la marque en garde la propriété). **À valider** reçoit les inscriptions de clients depuis votre boutique : vérifiez le secteur, puis **Valider** ou **Refuser**.

IMPORTER VOS DONNÉES

Trois imports existent aujourd'hui. Tous acceptent un fichier **Excel ou CSV** et se terminent par un **bilan**. Les imports de clients et de produits proposent un **modèle à télécharger** et montrent un **aperçu** avant d'importer.

Import	Où	Ce qu'il fait
Clients	**Clients › Clients & Prospects ›** **Import CSV**	Crée vos fiches avec adresse géolocalisée. **Télécharger le modèle Excel** donne cinq exemples.
Produits	**Ventes › Catalogue › Produits ›** **Import CSV**	Crée vos produits depuis Excel, CSV ou un tarif PDF lu directement. Le code-barres (gencode) s'importe aussi. **Importer des photos** rattache en masse des photos nommées d'après la référence.
Historique de commandes	**Ventes › Commandes ›** **Importer l'historique**	Charge vos commandes passées, une ligne par commande (date, client, marque, montant HT). Un modèle CSV est proposé. Après la correspondance des colonnes, l'étape **Clients du fichier** rapproche chaque client de vos fiches : vous validez le rapprochement, choisissez une fiche ou créez celle qui manque. Les marques doivent déjà exister. Les dates Excel sont lues au format jour/mois.

Le **bilan** de fin d'import compte les lignes *créées*, *déjà présentes* (laissées telles quelles : un import ne modifie jamais une fiche existante) et *en échec*, avec un fichier CSV des échecs que vous corrigez puis réimportez. Pour les commandes, une commande déjà présente (même client, même marque, même jour, même montant

HT, ou même numéro de pièce) n'est pas créée une seconde fois ; par prudence, ne réimportez pas deux fois le même fichier et vérifiez le bilan.

BON À SAVOIR

- Archiver une fiche la retire des listes sans rien perdre de son historique ; elle se restaure depuis **Archivés**.
- Un collaborateur ne voit que les clients qui lui sont attribués ou qu'il a créés (chapitre 13).
- Les colonnes que vous choisissez sont gardées par navigateur.

SUR L'APPLICATION MOBILE

L'application affiche votre portefeuille, la fiche de chaque client et ses interlocuteurs. Les listes enregistrées, les groupes, le filtre « Pour les marques » et l'import restent sur ordinateur ; l'application évolue régulièrement.

Trouver des points de vente

À QUOI ÇA SERT

Repérer de nouveaux commerces à démarcher sans les chercher un par un. Kardinal surveille chaque nuit les ouvertures dans votre zone, vous laisse chercher un type de commerce dans un département, et importe d'un clic ceux que vous retenez, comme prospects.

OÙ LE TROUVER

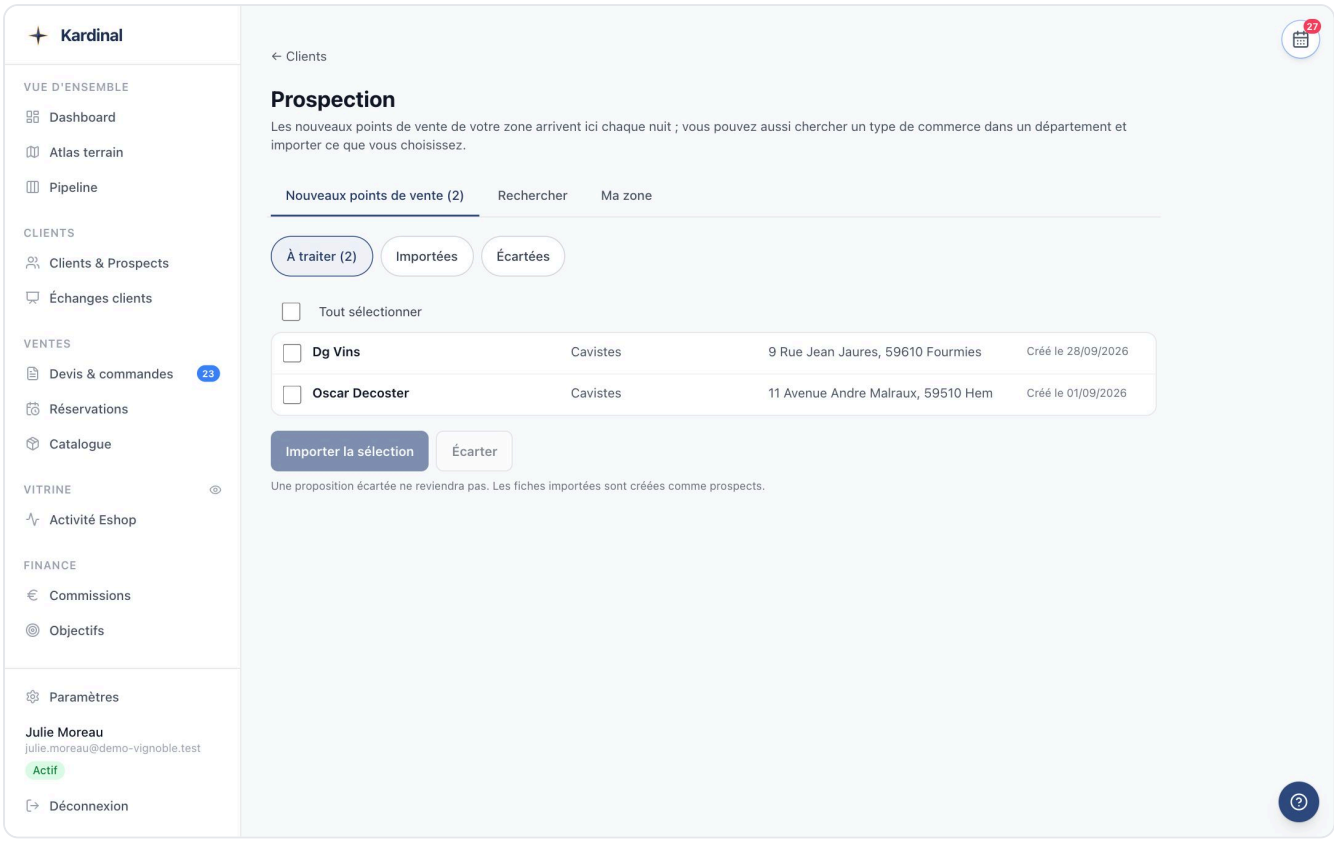
Clients › Clients & Prospects, bouton `Trouver des points de vente`. La page s'appelle **Prospection**. Elle n'a pas d'entrée dans le menu.

Depuis la carte : **Vue d'ensemble › Atlas terrain**, bouton `Points de vente` à côté de `Tournée` (chapitre 5).

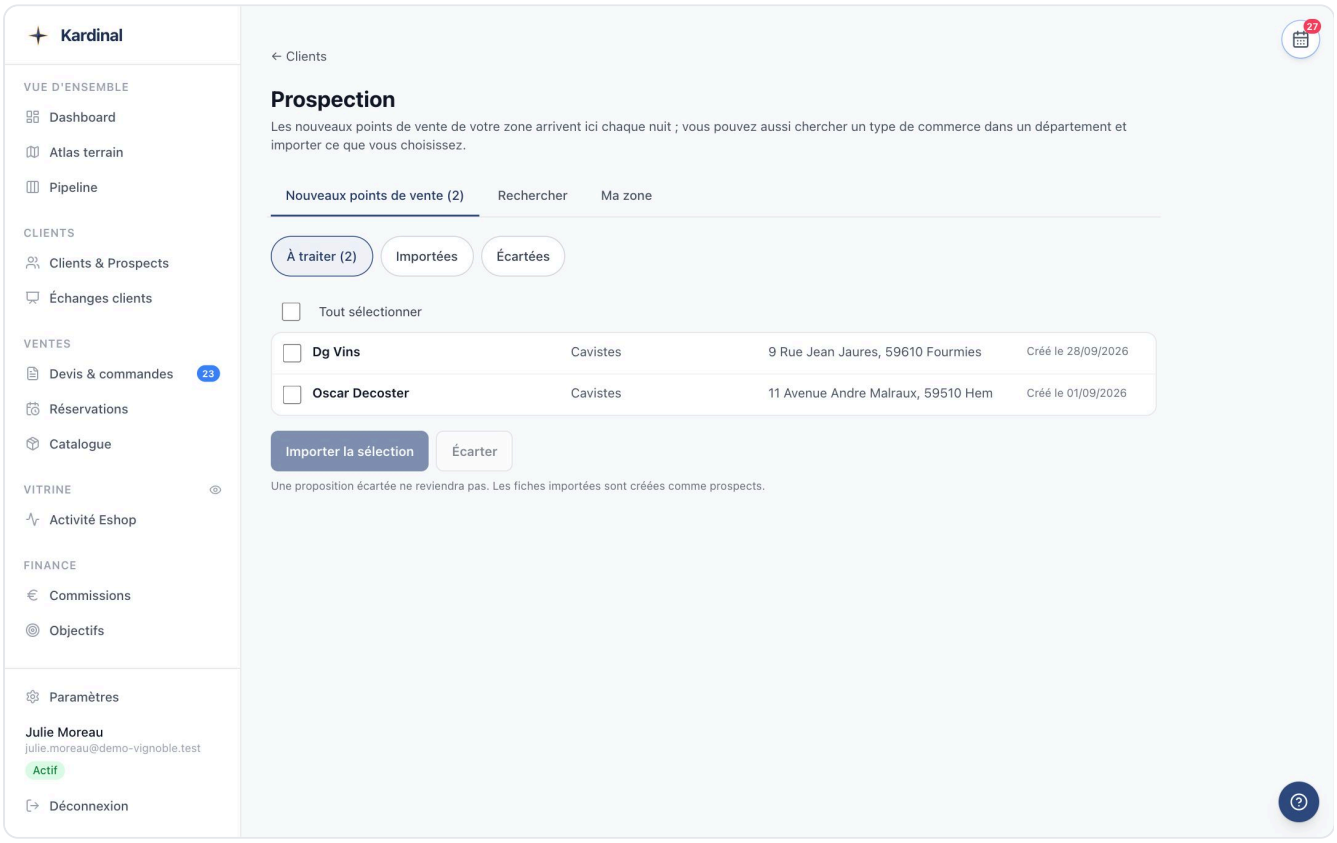
L'alerte du matin se règle dans **Paramètres › Messagerie** (case « Nouveaux points de vente dans ma zone »).

PAS À PAS

1. **Indiquez votre zone** (titulaire du compte). Ouvrez l'onglet `Ma zone`, choisissez vos départements et vos types de commerce, puis `Enregistrer et analyser`. Il faut au moins un département et un type de commerce. Kardinal propose une zone d'après vos clients : ajustez-la si besoin.
2. **Lisez les propositions.** L'onglet `Nouveaux points de vente` (avec son compteur) liste les commerces qui sont apparus dans votre zone et qui ne sont pas encore dans vos fiches. Les entreprises en liquidation sont écartées.
3. **Importez ou écartez.** Cochez les lignes, puis `Importer la sélection` (elles deviennent des prospects) ou `Écarter` (elles quittent la liste).
4. **Cherchez à la demande.** L'onglet `Rechercher` prend un *type de commerce* (dans la liste, ou tapé librement : « épicerie fine », « caviste »…) et un *département*, puis `Rechercher`. Les résultats déjà présents dans vos fiches sont signalés. Cochez, puis `Importer`.
5. **Élargissez avec Google** quand l'onglet `Google` est proposé : même idée, avec le téléphone et le site des commerces quand Google les connaît. Les résultats Google s'affichent en liste, jamais sur la carte.
6. **Vérifiez vos fiches existantes.** Un onglet `Fiches à vérifier` apparaît quand une de vos fiches porte un signalement : établissement fermé, entreprise en liquidation, en redressement ou en sauvegarde. Rien n'est archivé automatiquement : vous ouvrez la fiche et vous décidez.



Les nouveaux points de vente de votre zone, avec leur sélection et les boutons Importer et Écarter.



La recherche à la demande : un type de commerce, un département, puis l'import des lignes cochées.

BON À SAVOIR

- Les onglets **Nouveaux points de vente**, **Ma zone** et **Fiches à vérifier** sont réservés au titulaire. Un collaborateur a la recherche seule : il cherche et importe pour lui.
- L'alerte du matin est facultative : un e-mail vous prévient quand de nouveaux points de vente apparaissent dans votre zone.
- Les recherches Google sont comptées (un plafond par heure et par utilisateur) : choisissez bien vos mots avant de lancer.
- Un import crée des **prospects**. Un commerce déjà dans vos fiches n'est jamais recréé.
- Sur la carte, un point trouvé s'affiche par une épingle temporaire, qui disparaît quand vous refermez le panneau ; une fois importé, il devient un point ordinaire.

SUR L'APPLICATION MOBILE

La prospection se fait sur ordinateur, ou dans le navigateur de votre téléphone. Les prospects importés apparaissent ensuite dans l'application, comme tous vos clients.

CHAPITRE 5 · TERRAIN

L'Atlas et les tournées

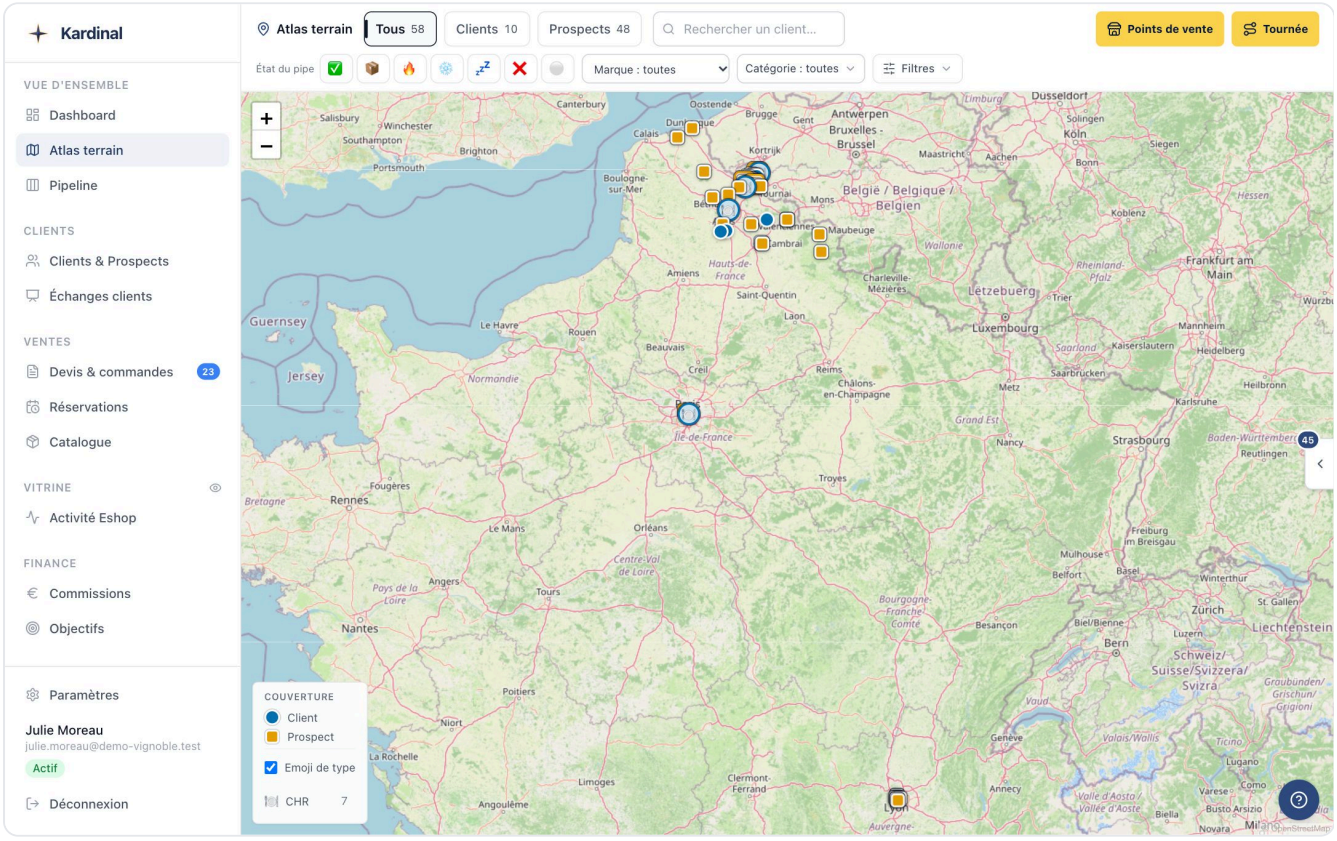
À QUOI ÇA SERT

Voir tout votre portefeuille sur une carte, savoir chez qui passer et dans quel ordre, et préparer votre journée. La carte colore chaque point selon ce qui vous intéresse (stade, détention, ancienneté de la dernière action, chiffre d'affaires, nombre d'échanges).

OÙ LE TROUVER

Vue d'ensemble › Atlas terrain.

Une tournée se prépare aussi depuis la liste : **Clients › Clients & Prospects**, cochez des fiches, puis **Modifier › Créer une tournée**.



L'Atlas : la carte, la rangée de filtres et le panneau latéral « À faire ».

PAS À PAS : LIRE ET FILTRER LA CARTE

1. **Ouvrez l'Atlas.** Chaque point est un client ou un prospect. Cliquez un point pour ouvrir un aperçu, puis la fiche. Les fiches sans rue sont empilées au centre de leur commune : cliquez la pile pour voir ce qu'elle contient.
2. **Filtrez** avec le bouton `Filtres` : **Marque**, **Produit**, **Catégorie**, **Enseigne**, **Ville**, **Département**, et, dans une agence, le collaborateur. Les filtres posés sont rappelés dans la rangée « Filtres actifs ».

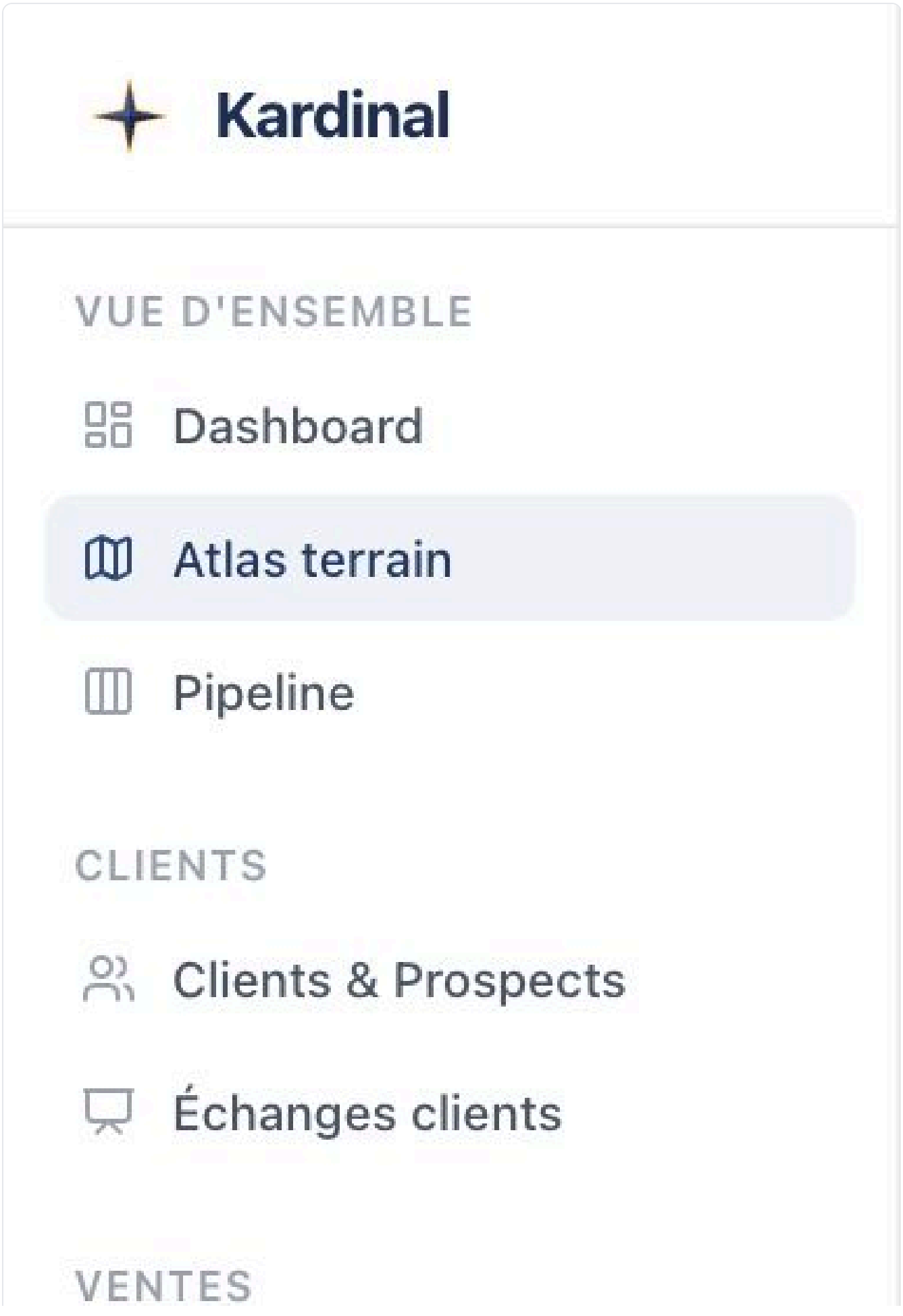
3 **Choisissez la « Vue carte »**, toujours dans **Filtres** : ce que la couleur veut dire change, sans retirer aucun point.

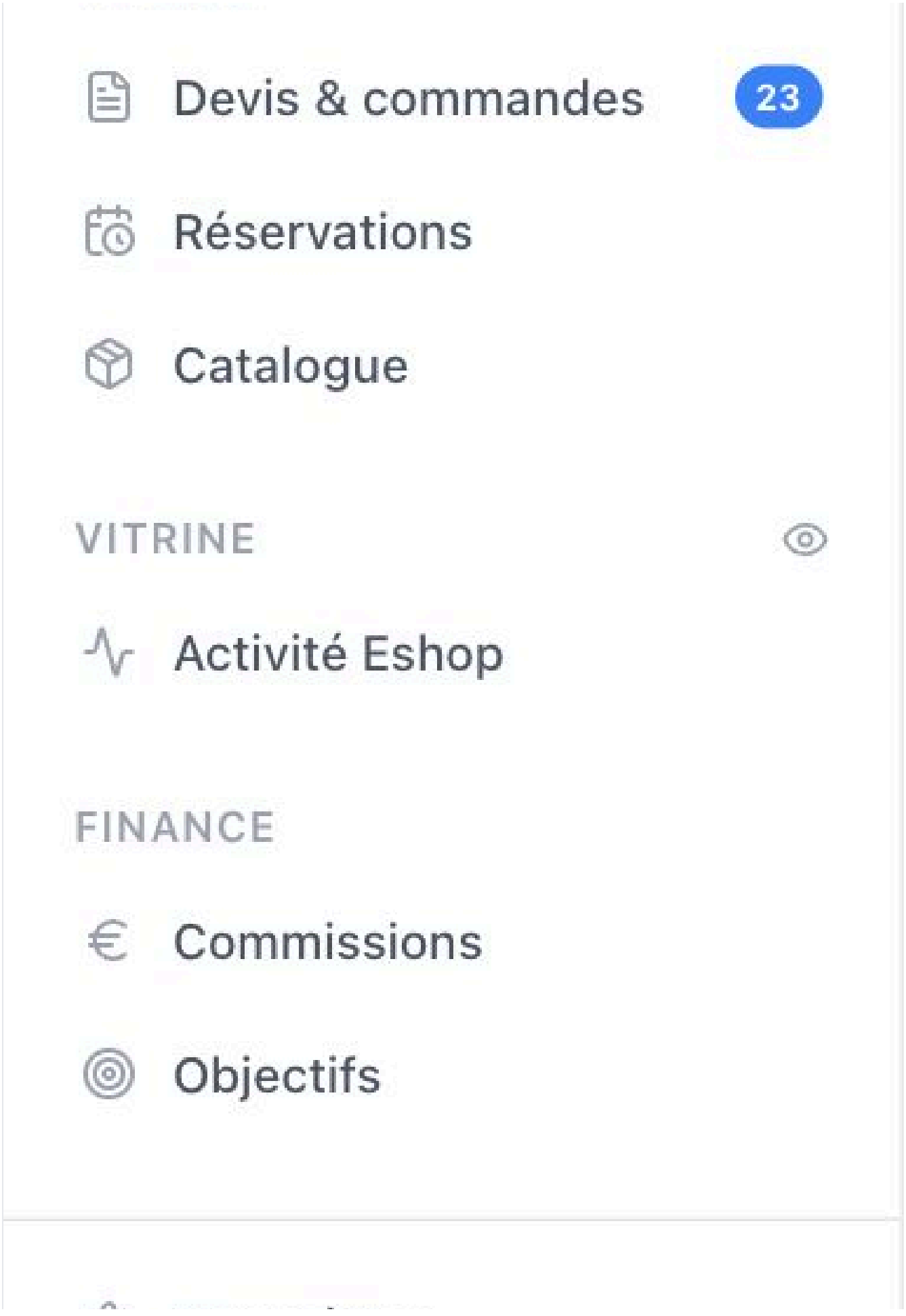
Les cinq vues de la carte

Vue carte	Ce que vous voyez
Activité	Le stade commercial de chaque point (ou son type, client ou prospect, tant qu'aucune marque n'est choisie).
DN Agent GMS	Le pourcentage de produits présents en rayon, d'après le cadencier du magasin.
Dernière action	Depuis combien de temps le client n'a donné aucun signe de vie : repérez les clients endormis.
CA	Un cercle par client, d'autant plus grand que son chiffre d'affaires est élevé sur la période choisie, avec la comparaison à la période précédente.
Interactions	Le nombre d'échanges (visites, appels, e-mails) avec chaque client sur la période.

LE PANNEAU « À FAIRE »

À droite de la carte, le panneau **À faire** liste vos rappels et vos prochaines actions. Chaque ligne se **valide** d'un clic (avec une petite animation), se reporte ou se modifie. Les lignes validées dans la journée sont rangées dans le volet **Validées aujourd'hui** : si vous vous êtes trompé, **Rétablir** les remet dans la liste. L'en-tête **Cette semaine** est une « lampe torche » : un clic éclaire seulement les clients qui ont une échéance sous sept jours et assombrit les autres.


Kardinal
VUE D'ENSEMBLE
Dashboard
Atlas terrain
Pipeline
CLIENTS
Clients & Prospects
Échanges clients
VENTES

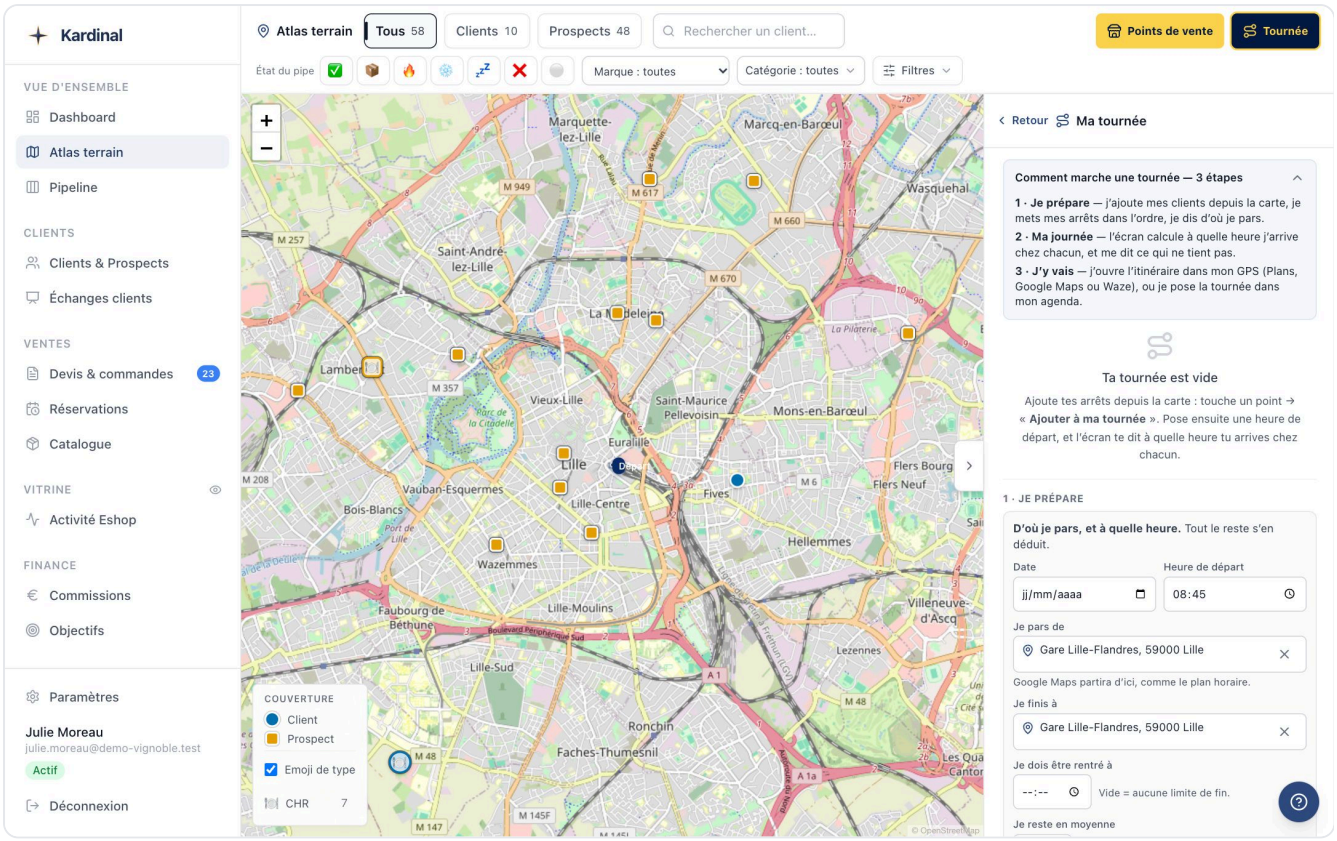

Devis & commandes
23
Réservations
Catalogue
VITRINE
Activité Eshop
FINANCE
Commissions
Objectifs



Le panneau « À faire » : valider, reporter, rétablir.

PRÉPARER UNE TOURNÉE

1. Sur l'Atlas, cliquez un client puis **Ajouter à ma tournée** (ou cochez plusieurs fiches dans la liste Clients, puis **Modifier › Créer une tournée**). Une tournée compte 60 arrêts au plus.
2. Ouvrez le panneau avec le bouton **Tournée**, qui bascule de « À faire » à **Ma tournée**. Dans le bloc « Je prépare », posez la date, l'heure de départ, l'adresse de départ et d'arrivée, et la durée moyenne d'une visite.
3. Ordonnez les arrêts à la main, ou laissez Kardinal **Proposer un meilleur ordre** ou **Grouper par département**. Une proposition se refuse, un ordre appliqué se défait.
4. Vérifiez les heures de passage estimées. Les **horaires d'ouverture** renseignés sur la fiche (volet « Horaires d'ouverture ») sont pris en compte : Kardinal signale un magasin fermé ce jour-là et l'attente éventuelle avant l'ouverture.
5. Donnez un nom et **enregistrez** la tournée : vous la retrouvez pour la rouvrir ou la relancer un autre jour. Les tournées enregistrées sont partagées avec toute l'agence.
6. **Mettre à l'agenda** pose les rendez-vous de la tournée dans votre calendrier Kardinal (relisez la liste avant de valider).
7. Le jour J : **Ouvrir ma tournée** lance l'itinéraire complet dans Google Maps, Plans ou Waze ; **Prochain arrêt** y va un client à la fois.



Une tournée : arrêts ordonnés, heures de passage estimées, enregistrement et agenda.

BON À SAVOIR

- Sans heure de départ, aucune heure de passage n'est calculée : Kardinal ne les invente pas. Hors connexion, les trajets sont estimés à vol d'oiseau.
- Une couleur n'est jamais le seul indice : chaque type de client porte aussi une forme, pour les personnes daltoniennes. Vous pouvez poser un emoji par type de client dans **Paramètres › Pipeline** ; l'Atlas l'affiche.
- Les fiches « Sans position » (aucun point sur la carte) sont listées dans le panneau latéral : corrigez-les avec **Compléter les adresses** (chapitre 3).
- Avant de supprimer une tournée, retirez ses rendez-vous de l'agenda, sinon ils y restent.

SUR L'APPLICATION MOBILE

L'onglet **Tournée** de l'application compose un itinéraire du moment à partir de vos clients, avec votre position. Il **ne s'enregistre pas**. L'Atlas lui-même (les cinq vues, le panneau « À faire », les tournées enregistrées) reste sur ordinateur.

CHAPITRE 6 · TERRAIN

Échanges, rappels et rendez-vous

À QUOI ÇA SERT

Garder la trace de chaque contact avec un client (visite, appel, e-mail, note), décider de la suite, et ne rien oublier. Un échange nourrit tout le reste : le stade du pipeline, la carte, vos chiffres d'activité, et le compte rendu que reçoit la marque.

OÙ LE TROUVER

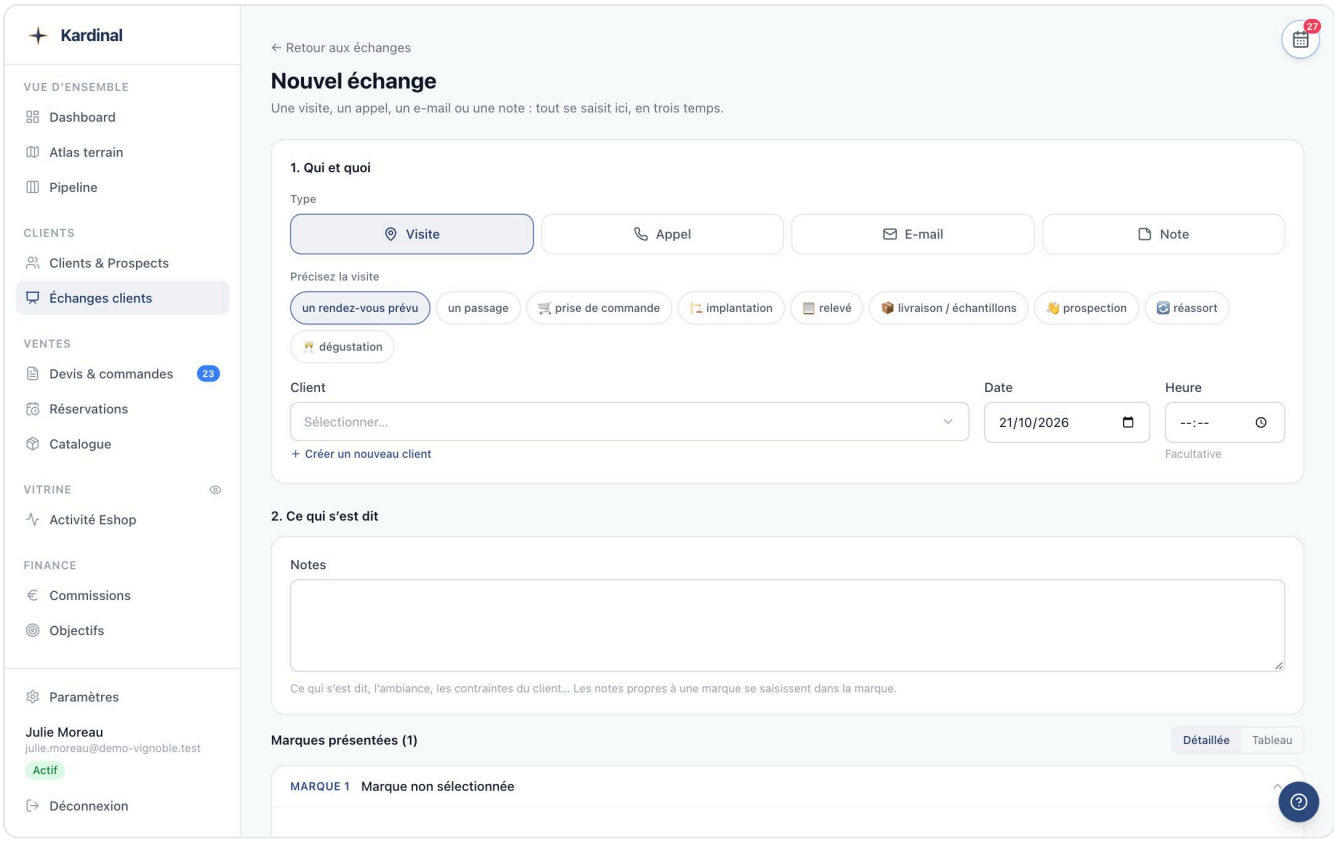
Clients › Échanges clients, sous-onglets **Échanges** · **Calendrier** · **Prise de RDV** · **Demandes d'échantillon**.

Depuis une fiche client ou l'Atlas : le bouton **Nouvel échange**.

Connexions : **Paramètres › Messagerie** (agenda Google, boîte Gmail, modèles de mail).

PAS À PAS : SAISIR UN ÉCHANGE

1. Cliquez **Nouvel échange** (sur la fiche du client, le client est déjà choisi). Choisissez le **type** : *Visite*, *Appel*, *E-mail* ou *Note*. Une Visite se précise d'un clic : rendez-vous prévu, passage, prise de commande, implantation, relevé, livraison ou échantillons, prospection, réassort.
2. Donnez la **date** et l'**heure**, puis notez ce qui s'est dit.
3. Ajoutez les **marques** concernées (obligatoire pour une Visite). Pour chacune : ses notes, la **réaction produit par produit** (👎 pas intéressé, ❄️ froid, 👍 intéressé, 🔥 très intéressé, 📦 échantillon) et sa **prochaine action** (date, heure, à faire).
4. Pour une suite qui ne vise aucune marque, posez une **prochaine action générale** (un rappel après un appel). Elle exige une date : sans date, elle ne s'afficherait nulle part.
5. Cliquez **Enregistrer**. Pour une Visite, la case **Envoyer à chaque marque sa partie** se trouve à côté d'Enregistrer : elle est décochée, donc rien ne part par e-mail tant que vous ne la cochez pas, et l'écran dit chez quelles marques ça partirait.



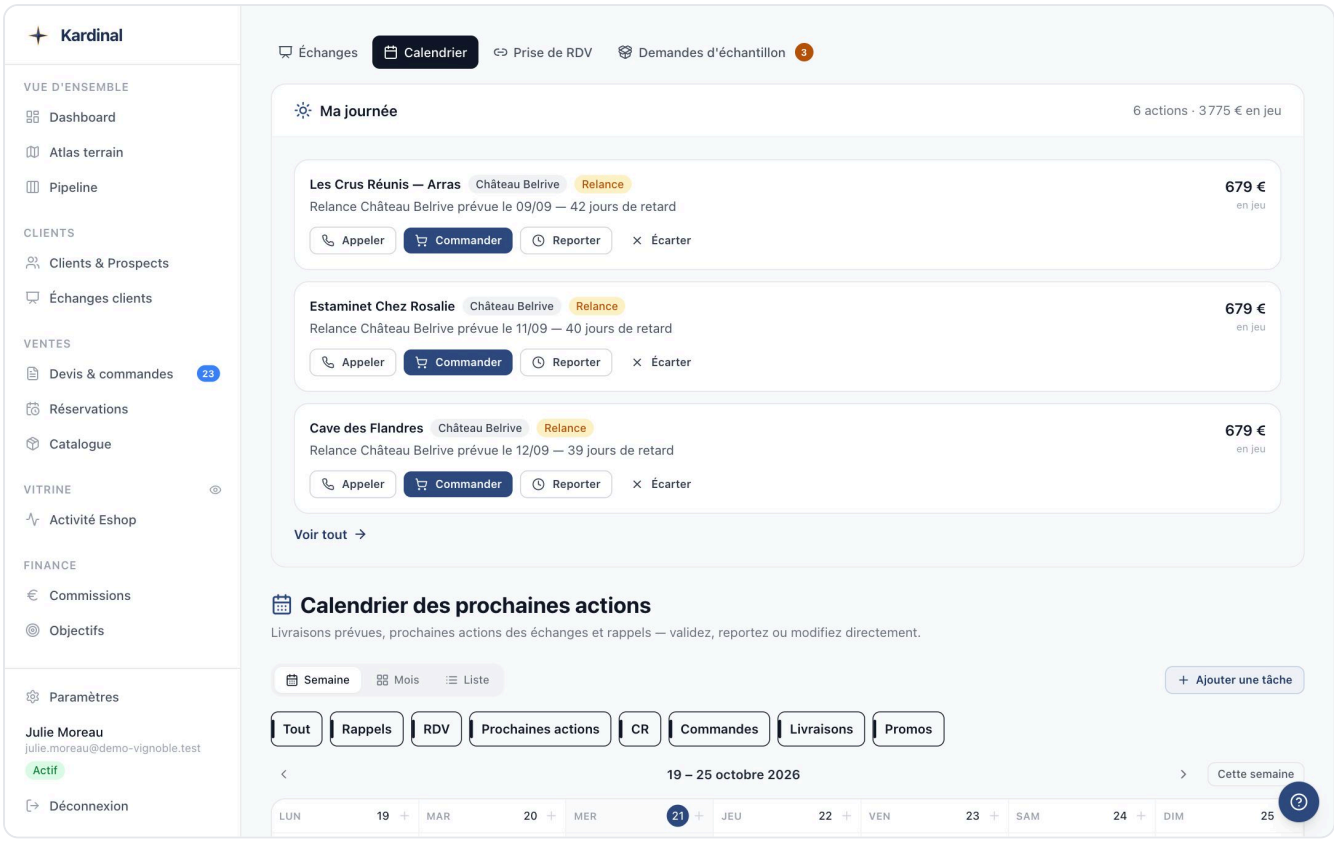
Un échange : le type, les marques, une réaction par produit et la prochaine action.

La liste des échanges

La liste montre chaque échange avec son type, ses marques, ses réactions et sa prochaine action. Les mails captés et les envois automatiques (mailings, invitations, relances de panier) y sont masqués par défaut : la rangée **Afficher aussi** (*Mails captés*, *Envois automatiques*) permet de les voir. La réaction 📦 sur un produit crée tout de suite une demande d'échantillon.

LE CALENDRIER : RAPPELS, RENDEZ-VOUS, SUIVIS

1. Ouvrez le sous-onglet **Calendrier**. Il réunit vos **rappels**, vos **prochaines actions** (posées dans un échange) et vos **livraisons** à venir. En haut, un encart « Ma journée » montre les trois premières actions du jour (chapitre 7).
2. Cliquez **Ajouter une tâche** et choisissez le type en haut de la fenêtre : **Rappel**, **Rendez-vous** ou 📞 **Suivi**. Donnez un titre, une date, une heure facultative, une note et, si besoin, un client à relier. Un *suivi* est une prochaine action : le client et la marque sont alors obligatoires.
3. Le jour venu, **validez**, **reportez** (demain, +3 jours, +7 jours) ou **modifiez** depuis le calendrier. Depuis un rendez-vous, **Saisir l'échange** ouvre un échange déjà rempli du client et de la date.



Le calendrier : rappels, rendez-vous, suivis et livraisons au même endroit.

Un lien pour que vos clients prennent rendez-vous

Dans **Prise de RDV**, créez votre lien, déclarez vos plages (jour par jour), puis réglez la durée d'un rendez-vous, le battement et le délai de prévenance. Un client choisit son créneau sur une page publique et le rendez-vous arrive dans votre calendrier. Le lien se diffuse dans un mailing, dans un mail depuis une fiche client, ou par un bouton sur votre boutique en ligne (**Paramètres › Eshop public**). Régénérer le lien coupe l'ancien aussitôt.

Les demandes d'échantillon

Le sous-onglet **Demandes d'échantillon** regroupe tous les échantillons à envoyer, quelle que soit leur origine (un échange, votre boutique, ou une création directe avec **Nouvelle demande**). Passez la demande en *Envoyé* quand l'échantillon part, puis **Demander un retour** : le client réagit par un emoji.

ÉCRIRE À UN CLIENT

Sur la fiche, le bouton **Envoyer un mail** ouvre l'envoi. Vous partez d'un **modèle** (quatre sont fournis, vous créez les vôtres dans **Paramètres › Messagerie**, bloc « Modèles de mail »), avec le prénom et l'entreprise remplis automatiquement, et un bouton « Prendre rendez-vous » en option. Deux réglages complètent cela dans **Paramètres › Messagerie** :

- **Envoyer depuis votre propre adresse** : en connectant votre boîte (**Connecter ma boîte Gmail**), vos mails de fiche client partent réellement de votre adresse et se retrouvent dans vos messages envoyés. Sans cela, ils partent de l'adresse vérifiée de Kardinal.
- **Vos mails dans la fiche client** : une adresse personnelle à mettre en copie cachée (Cci) de vos mails clients ; ils viennent se ranger dans la bonne fiche. Les réponses de vos clients, elles, arrivent toujours dans votre messagerie habituelle.

VOTRE AGENDA GOOGLE

Dans **Paramètres › Messagerie**, le bloc **Connecter mon agenda** propose `Connecter mon agenda Google`. Deux conséquences : vos rendez-vous à heure arrivent dans un agenda « Kardinal » de votre compte Google (avec l'adresse du client, l'itinéraire est à un clic), et votre lien de prise de rendez-vous cesse de proposer les créneaux où vous êtes déjà pris. Kardinal ne lit jamais le contenu de vos rendez-vous, seulement vos heures occupées.

BON À SAVOIR

- Une date dans le futur ? L'écran demande si vous planifiez un rendez-vous : oui, il part dans l'agenda avec vos notes.
- Le compte rendu d'une Visite ne part par e-mail aux marques que vous avez ajoutées que si vous cochez « Envoyer à chaque marque sa partie » avant d'enregistrer (la case est décochée à chaque nouveau compte rendu). Ce que chaque marque peut voir se règle marque par marque (chapitre 10).
- Kardinal ne voit que son propre agenda tant que vous n'avez pas connecté Google : un rendez-vous noté ailleurs ne bloque aucun créneau de votre lien.
- Le bouton d'envoi d'un mail est grisé, avec la raison écrite, quand il ne peut pas fonctionner : pas d'adresse sur la fiche, client désinscrit.

SUR L'APPLICATION MOBILE

Le bouton central **+** permet de saisir un rendez-vous ou une visite et de poser un rappel ; l'agenda s'ouvre en haut de l'écran. Les réactions produit et la prochaine action se saisissent sur place, même sans réseau (vos saisies attendent sous la mention « À synchroniser »). La connexion de l'agenda Google et de la boîte Gmail, et les modèles de mail, se règlent sur ordinateur.

CHAPITRE 7 · PILOTAGE

Ma journée et vos objectifs

À QUOI ÇA SERT

Ma journée vous dit chaque matin qui appeler ou revoir en premier, en classant les actions par argent en jeu. **Objectifs** vous laisse fixer des cibles (chiffre d'affaires, visites, détention) et lire où vous en êtes. Les deux se lisent d'un coup d'œil, sans rien calculer vous-même.

OÙ LE TROUVER

Vue d'ensemble › Dashboard › Ma journée (cinquième onglet de l'accueil, avec un compteur). Les trois premières actions apparaissent aussi en haut du **Calendrier**, avec un lien « Voir tout ». Ma journée n'a volontairement pas d'entrée dans le menu.

Finance › Objectifs, avec les vues **Récapitulatif** · **Visites** · **Chiffre d'affaires** · **Détention** Agent GMS.

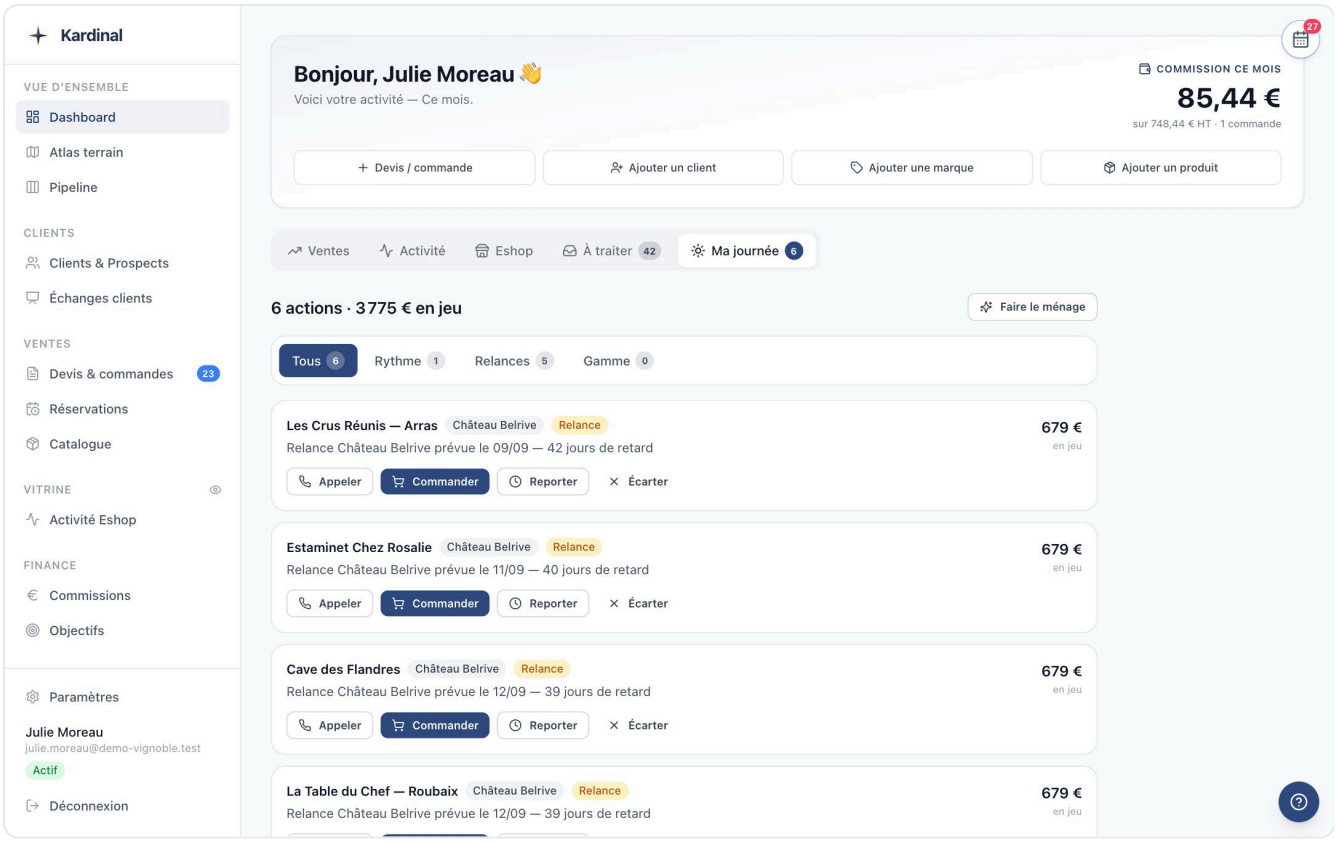
PAS À PAS : VOTRE LISTE DU JOUR

Ce que Kardinal vous propose

Kardinal fabrique la liste à partir de vos propres données. Chaque ligne porte un **montant en jeu**, et la liste est classée de la plus grosse à la plus petite. Trois signaux :

Signal	Ce que ça veut dire
Rythme	Un client est en retard sur *son propre* rythme de commande pour une marque (il commande d'habitude à intervalles réguliers, et l'intervalle est dépassé).
Relance	Une relance posée dans un échange est oubliée depuis plus de 7 jours.
Gamme	Une marque que beaucoup de vos clients actifs prennent, sauf celui-ci : c'est un « trou de gamme » à lui proposer.

1. Ouvrez l'onglet **Ma journée**. Les puces *Rythme*, *Relances* et *Gamme* filtrent la liste ; elle affiche 50 lignes, puis **Voir plus**.
2. Sur une carte, agissez : **Appeler** (si le client a un téléphone), **Commander** (l'écran de commande s'ouvre sur ce client), **Reporter** de 3, 7 ou 15 jours, ou **Écarter**.
3. Une carte reportée ou écartée disparaît, puis revient le jour dit (une carte écartée revient après 90 jours).
4. Pour vider les relances oubliées depuis plus d'un mois, **Faire le ménage** les marque comme faites en une fois, après confirmation.



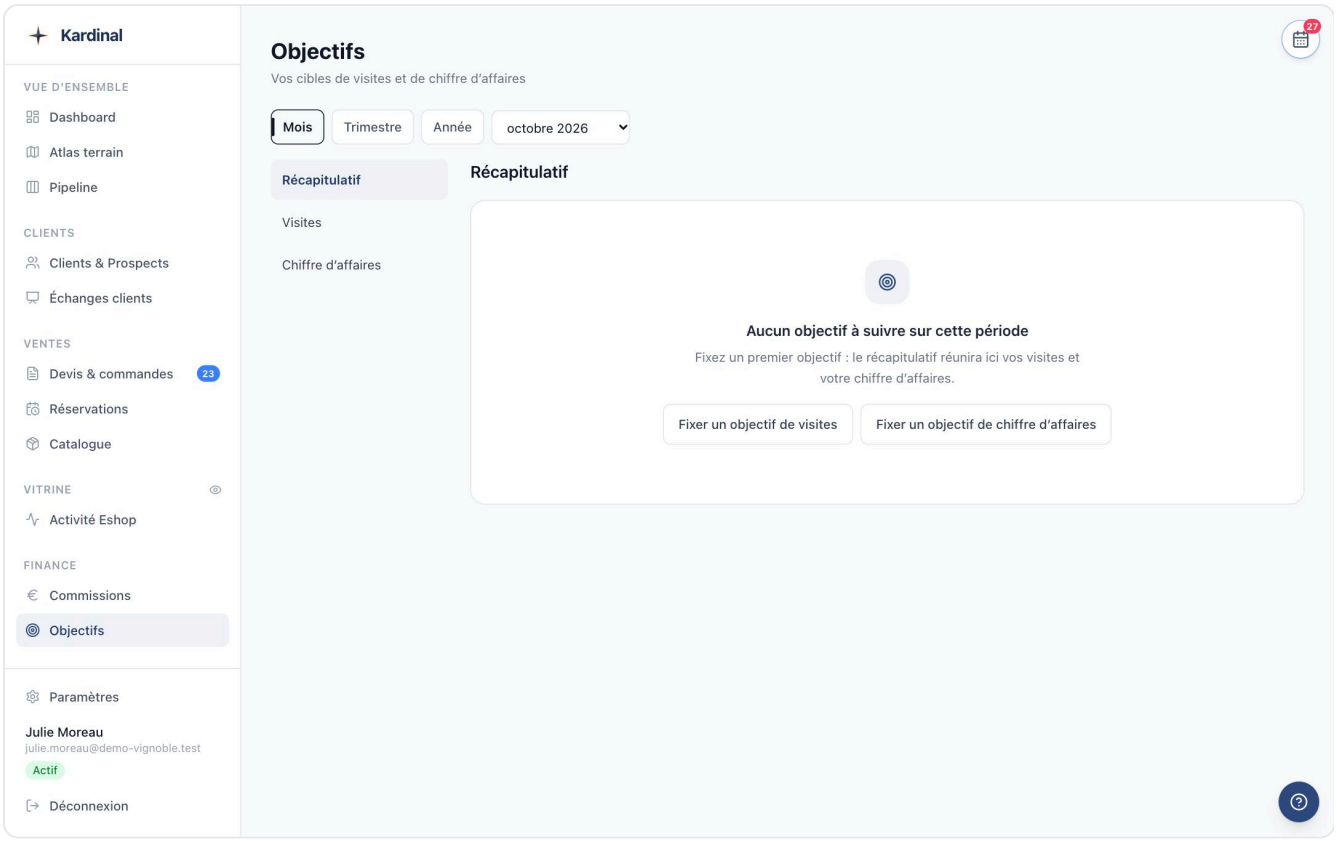
Ma journée : des actions classées par argent en jeu, avec Appeler, Commander, Reporter et Écarter.

PAS À PAS : FIXER ET SUIVRE VOS OBJECTIFS

1. Ouvrez **Finance › Objectifs** et choisissez la **période** en haut de la page (mois, trimestre, année).
2. Ouvrez la vue qui vous intéresse (tableau ci-dessous).
3. Fixez une cible : une ligne, un chiffre, c'est enregistré. L'écran affiche aussitôt le réalisé, l'avancement et sa couleur.
4. Revenez au **Récapitulatif** pour lire les trois objectifs d'un coup d'œil.

Vue	Ce que vous y faites
Récapitulatif	Le résumé des trois autres vues sur la période : réalisé, cible et un mot pour chaque avancement. C'est la vue d'arrivée.
Visites	Fixez un nombre de visites avec **Fixer un objectif de visites**, par mois ou par trimestre. L'écran donne le rythme à tenir par semaine. Le bloc **Par client** descend jusqu'au client. Un titulaire qui a une équipe voit, et peut fixer, l'objectif de chaque collaborateur.
Chiffre d'affaires	Une cible par marque (colonne *Cible (moi)*) et, avec **Ajouter un client**, une cible pour un client précis. Si la marque a fixé une cible pour vous, elle s'affiche à côté (*Cible (marque)*). L'avancement tient compte du temps écoulé.
Détention Agent GMS	Une cible de détention numérique (le pourcentage de produits présents en rayon) par marque.

Depuis une fiche client, **Autres actions › Fixer un objectif** pose directement une cible de chiffre d'affaires pour ce client.



Le récapitulatif des objectifs : visites, chiffre d'affaires et détention sur la période choisie.

BON À SAVOIR

- La couleur de l'avancement n'est jamais seule : un mot l'accompagne (par exemple « Dans le rythme » ou « Loin du rythme »).
- Un objectif de visites se fixe au mois ou au trimestre, jamais à l'année ; les objectifs de chiffre d'affaires acceptent aussi l'année.
- Un collaborateur lit les cibles de ses propres clients, en lecture seule ; la saisie des cibles de chiffre d'affaires est réservée au titulaire.
- L'accueil (onglet Ventes) affiche l'objectif de l'année quand vous en avez posé un.
- Le résumé du matin par e-mail (en début de matinée) reprend les trois premières actions de Ma journée, si vous gardez cette notification (**Paramètres › Messagerie**).

SUR L'APPLICATION MOBILE

Ma journée et les objectifs se consultent sur ordinateur ou dans le navigateur du téléphone. L'onglet **Aujourd'hui** de l'application a sa propre liste : ce qui est en retard, ce qui est prévu aujourd'hui et sur les sept prochains jours.

Catalogue et produits

À QUOI ÇA SERT

Le catalogue réunit vos marques et leurs produits, avec leurs prix, leurs conditions de livraison et leurs remises. Tout ce que vous réglez ici s'applique ensuite tout seul quand vous prenez une commande ou qu'un client commande sur votre boutique.

OÙ LE TROUVER

Ventes › Catalogue, sous-onglets **Marques** · **Produits** · **Textes des catégories**.

Étiquettes de couleur : **Paramètres › Personnalisation › Étiquettes produits**.

PAS À PAS : VOS MARQUES

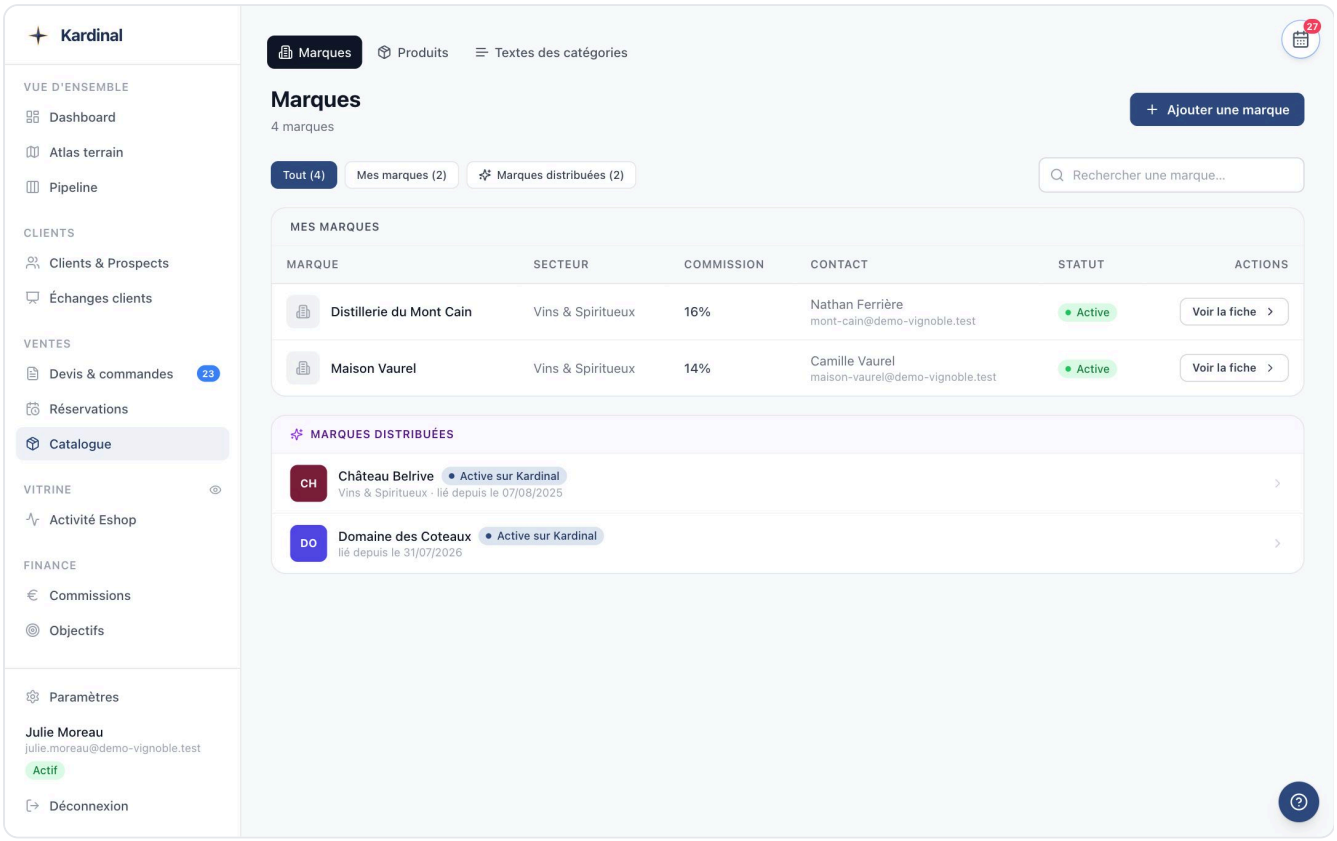
L'onglet **Marques** distingue **Mes marques** (celles que vous avez créées) des **Marques distribuées** (celles qui vous lient à Kardinal, avec leur catalogue, leurs documents, leurs annonces et leurs challenges). Les marques se rangent de A à Z, et le champ **Rechercher une marque…** en retrouve une d'un mot.

1. Pour une marque à vous : **Ajouter une marque**, puis renseignez **L'essentiel** (logo, nom, secteur, site, mode de distribution) et dépliez les volets dont vous avez besoin.
2. Pour une marque distribuée : ouvrez sa fiche ; ses conditions (commission, livraison, territoire) sont celles que la marque a fixées. Une pastille signale un contenu non lu.

Les volets de la fiche d'une marque à vous :

Volet	À quoi il sert
L'essentiel	Identité, mode de distribution et deux réglages importants : *Les commandes de cette marque passent par* « Kardinal (commande détaillée) » ou « La marque, hors Kardinal » (vous ne saisissez alors que le montant, voir chapitre 9) ; la case *Marque étrangère : bons de commande en HT, sans TVA* ; la case *Distributeur multimarque* pour un distributeur dont les catégories sont des marques.
Livraison et franco de port	Le coût de livraison par carton, les seuils de franco (en euros, en unités, en kilos ou en cartons complets, le premier atteint gagne), le délai de livraison, le **barème de transport** à paliers et l'option **Port inclus dans le prix**.
Commande minimum	Un minimum pour que la commande soit acceptée.
Remises par paliers (volume)	Des remises par quantité, par produit ou cumulées sur toute la gamme, plus la liste des *Catégories hors remises*.
Documents, Commission, Informations administratives	Vos documents (dont ceux affichables sur la boutique avec la case « Visible sur la boutique »), la commission de la marque et ses informations légales.

Sur la fiche d'une marque (**Catalogue › Marques**, puis la marque), la carte **Bon de commande Excel** personnalise le classeur joint aux commandes : colonnes, titres, ordre. Il vaut pour tous les destinataires.



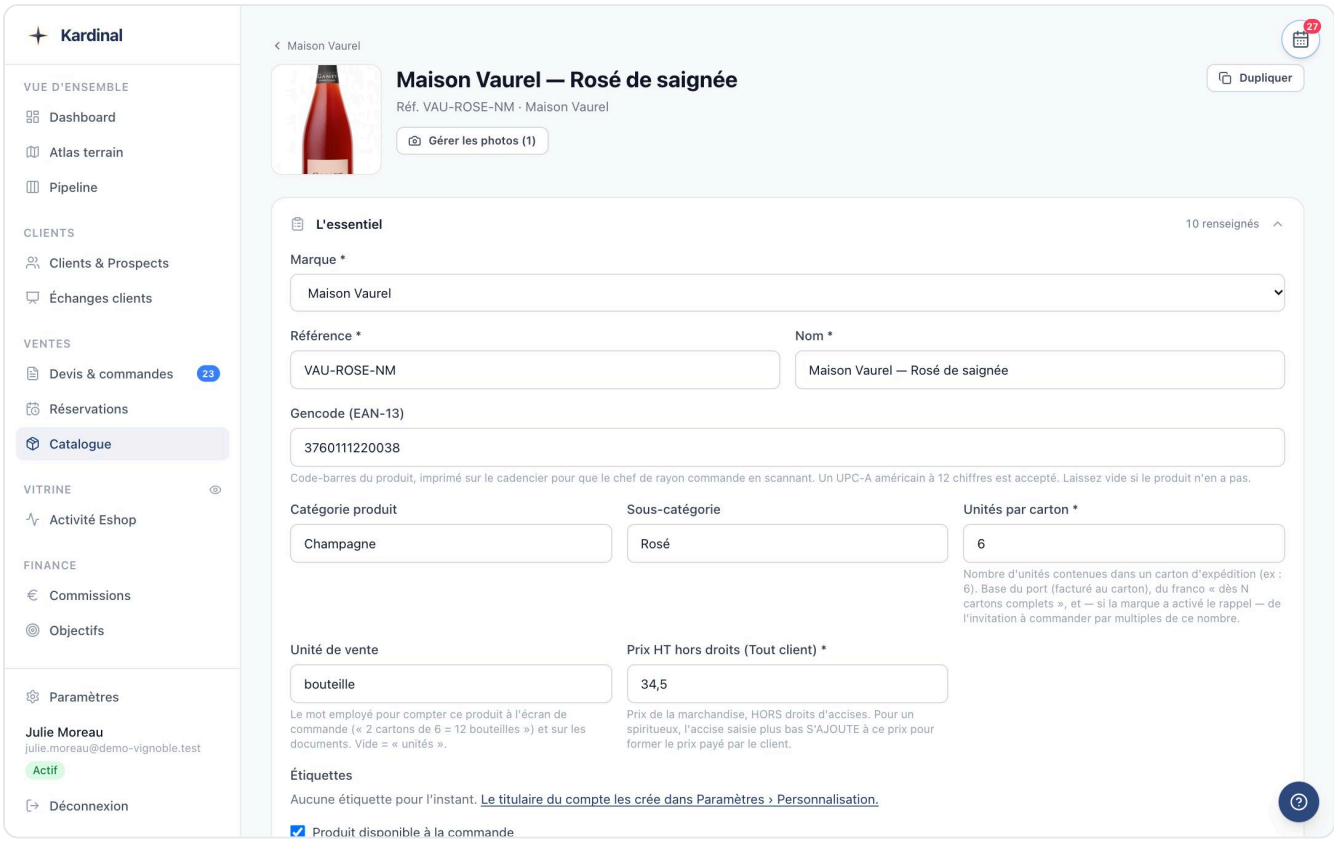
Le catalogue : vos marques et celles que vous distribuez, rangées de A à Z.

LES PRODUITS

L'onglet **Produits** liste le catalogue (*Tout*, *Mes produits*, *Produits distribués*). Des pastilles de catégories et de sous-catégories (« Toutes 490 · Vins rouges 42 · … ») filtrent la liste. Sur vos propres produits, un bouton **Dupliquer** copie une fiche : un gain de saisie important.

1. Cliquez **Nouveau produit**, choisissez la marque, la référence et le nom.
2. Dans **L'essentiel**, posez le prix HT hors droits, l'unité de vente et le conditionnement (unités par lot). Les **Étiquettes** de couleur se cochent ici.
3. Dans **Photos et présentation**, ajoutez vos photos : la photo principale et les vignettes s'affichent en tête de la fiche, et **Gérer les photos** ouvre le volet. Un produit sans photo montre « Ajouter une photo ».
4. Dans **Prix, taxes et franco**, réglez le prix au kilo (commande au poids), le prix de vente public TTC (indicatif), la TVA, les droits d'accise (ci-dessous), le poids, l'équivalent transport et, si besoin, *Ne compte pas pour le franco de port*.
5. Dans **Tarifs de la maison et exceptions**, donnez un prix différent pour un métier (une catégorie de client) ou des paliers propres au produit.
6. Complétez si utile : **Promotions**, **Identité du produit** (contenance, degré, appellation, millésime : champs vin), **Stocks**, **Variantes**, et **Allocation** si vous la suivez (chapitre 15).

Pour un catalogue entier : **Import CSV** (Excel, CSV ou tarif PDF) et **Importer des photos**, décrits au chapitre 3. L'import de produits ne modifie jamais un produit déjà au catalogue ; il en indique le nombre dans son bilan.



La fiche produit : photos en tête, puis des volets à déplier selon vos besoins.

La vue « Tarifs »

La bascule **Produits | Tarifs** change la lecture de la liste : le menu **Tarif affiché** montre les prix du catalogue, ceux de chaque type de client ou ceux d'une **centrale** (chapitre 3), produit par produit, avec ce qui est hérité du dessus. C'est ici que vous réglez les tarifs de centrale, en masse.

REMISES : QUI S'APPLIQUE À QUOI

Remise	Où elle se règle	Elle s'applique à
Par circuit (catégorie de client)	Fiche produit › Tarifs de la maison et exceptions	Tous les clients de cette catégorie
Par paliers de volume	Fiche marque › Remises par paliers (volume) ; produit : « Ses propres paliers »	La quantité commandée, par produit ou cumulée sur la gamme
Hors remises	Fiche marque › Catégories hors remises	Les catégories de produits que vous excluez des remises
Exclu du dégressif de gamme	Fiche produit	Un produit qui ne compte pas pour atteindre les paliers de la gamme (il reste compté pour le franco)
Particulière	Fiche client › Infos de la fiche › Remises par marque	Un client pour une marque
De centrale	Clients › Centrales et vue « Tarifs »	Les magasins rangés sous une centrale
Produit offert	Ligne de commande	Quelques unités offertes, à la main

DROITS D'ACCISE ET VSS

Pour un produit alcoolisé, le prix que vous saisissez est **hors droits**. Les droits d'accise et la VSS s'**ajoutent** au prix pour former le prix payé par le client, et restent hors de la base de votre commission. Dans **Prix, taxes et franco**, le champ **Droits d'accise** propose trois choix : *Aucun droit*, *Montant saisi* (vous donnez le montant par unité) ou *Calcul automatique* (d'après le barème de la douane, avec le type, le degré et la contenance renseignés dans « Identité du produit »). Le barème national utilisé est daté.

PORT ET FRANCO

Le port d'une commande se calcule tout seul à partir des conditions de la marque :

- **Au carton** : un coût par lot expédié, avec des franco cumulables (euros, unités, kilos, cartons complets).
- **Au barème** : des paliers par poids, par nombre d'unités ou par montant ; `Utiliser un barème` l'active.
- **Port inclus dans le prix** (franco caché) : le port est déjà compris dans vos prix, il n'est pas facturé en plus.
- Un fût ou un BIB est converti en bouteilles pour le transport grâce à *Équivaut à … bouteilles pour le transport*.
- Quand le port ne peut pas être calculé, l'écran de commande affiche **Port à chiffrer** plutôt qu'un faux montant.

BON À SAVOIR

- L'accise s'ajoute au prix hors commission : elle ne change pas votre commission.
- Pour dire « pas de franco », laissez le champ du seuil vide.
- Les **Textes des catégories** (sous-onglet du Catalogue) alimentent l'accueil de votre boutique : chapitre 11.
- Une marque dont vous êtes l'agent (connectée) fixe ses conditions : vous les voyez, vous ne les modifiez pas. Vous réglez en revanche ce que la marque voit de votre activité (chapitre 10).

SUR L'APPLICATION MOBILE

L'onglet **Catalogue** montre vos marques et vos produits, à consulter devant le client, y compris hors réseau. La création de produits, les photos en masse, les étiquettes de couleur, le code-barres, la vue « Tarifs » et les prix de groupe restent sur ordinateur.

CHAPITRE 9 · VENTES

Commandes et devis

À QUOI ÇA SERT

Prendre une commande pour un client en quelques clics, la transmettre à la marque, la suivre jusqu'au règlement. Les prix, les remises, le port et les droits d'accise sont calculés tout seuls ; le bon de commande part avec les bons destinataires. Si vous travaillez par devis, le même écran produit un devis à envoyer à votre client.

OÙ LE TROUVER

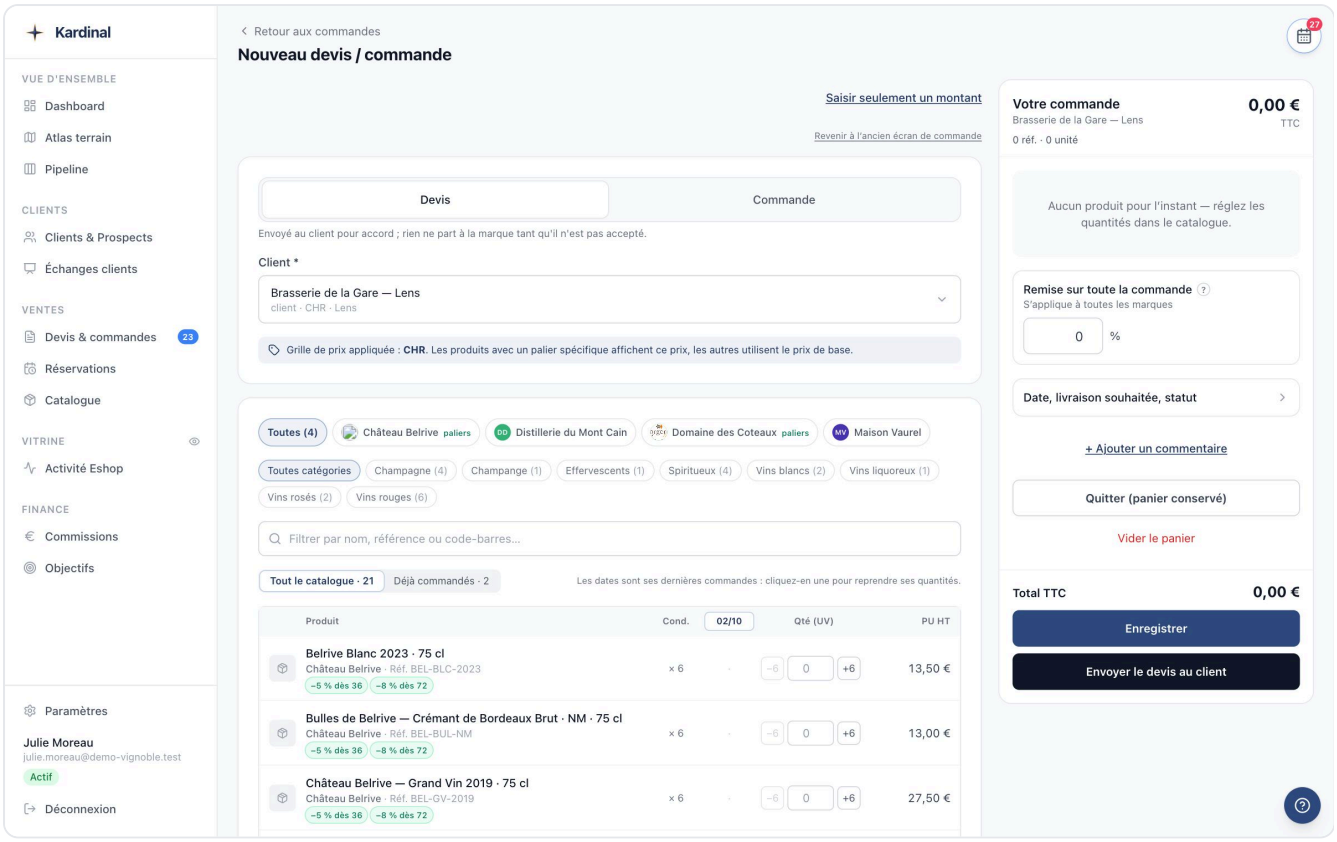
Ventes › Commandes. Ce menu devient **Devis & commandes** en mode Devis, et **Commandes & précommandes** pour un agent GMS en mode Devis.

Ventes › Réservations : à partir de votre première réservation.

Réglages : **Paramètres › Personnalisation › Commandes**.

PAS À PAS : PRENDRE UNE COMMANDE

1. Cliquez le bouton de création en haut à droite de la liste (**Nouvelle commande** , ou **Nouveau devis / commande** en mode Devis). Depuis la fiche d'un client, il est déjà choisi.
2. À gauche, le **catalogue** ; à droite, la **commande**. Réglez la quantité directement sur la ligne du produit, par carton. À côté de chaque produit, vous voyez ce que le client en a pris lors de ses dernières commandes : cliquez une date pour reprendre ses quantités, ou **Reprendre la dernière commande** .
3. Le sélecteur *Tout le catalogue · N*, *Déjà commandés · N*, *Au cadencier · N* limite la liste à ce que le client a déjà pris, ou à ce qui est référencé pour son magasin. Les produits *hors cadencier* sont regroupés sous leur propre rangée.
4. Les prix par circuit, les paliers de volume, les remises de la marque, du client et de la centrale, les droits d'accise et le franco de port s'appliquent **automatiquement**. **Offrir…** sur une ligne offre quelques unités ; la remise s'ajuste d'elle-même.
5. Le bloc **Qui reçoit cette commande ?** montre, avant l'envoi, les destinataires de chaque bon : *Chez la marque*, *Chez le client* et *En copie · votre agence*. Décochez ou cochez ce que vous voulez.
6. Enregistrez. Selon vos réglages, le bon de commande part tout de suite chez la marque, ou attend votre clic sur **Transmettre à la marque** sur la fiche de la commande.



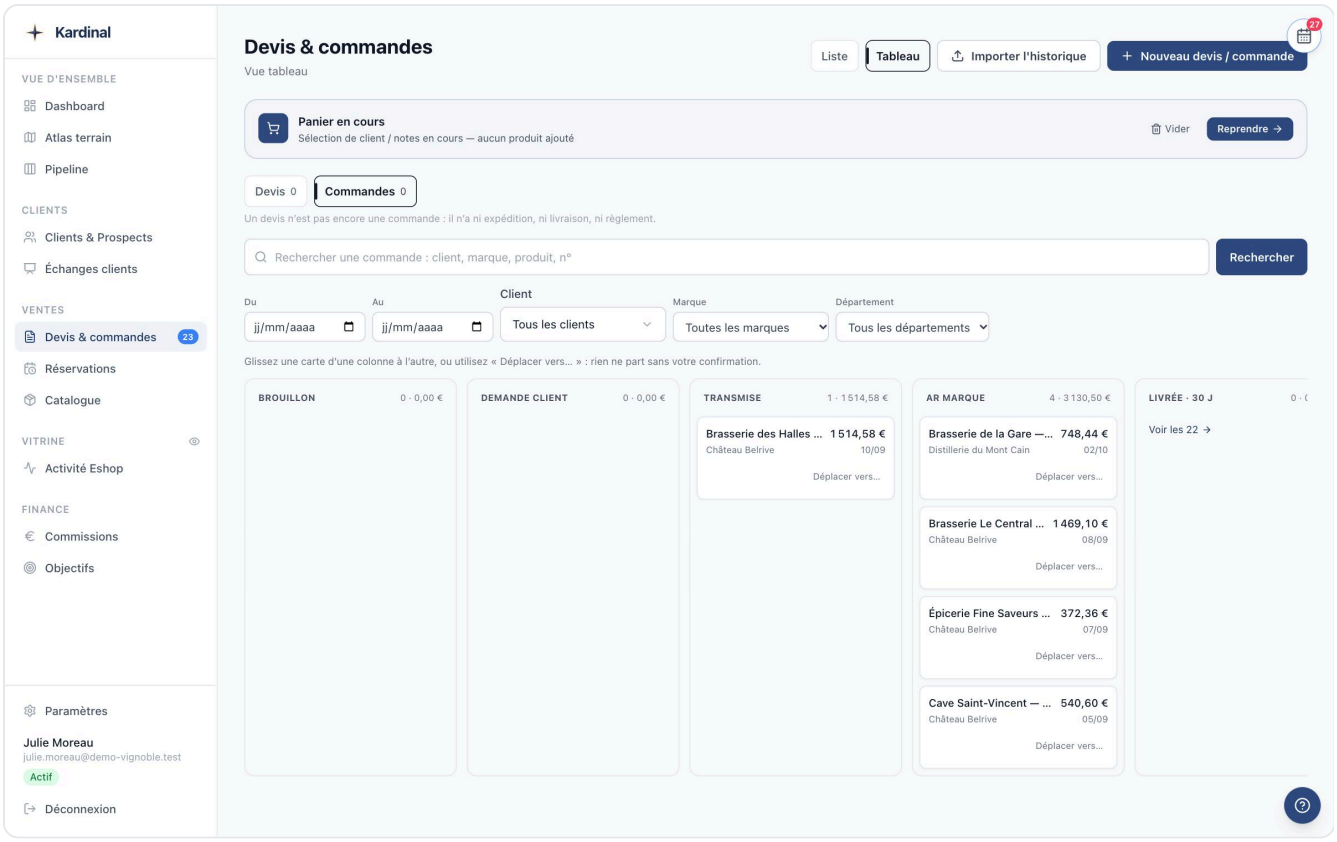
Le nouvel écran de commande : catalogue à gauche, commande à droite, quantités par carton.

SUIVRE SES COMMANDES

La liste se filtre par les vignettes du haut, chacune avec son compteur et son total HT : *Toutes*, *Brouillons*, *Demandes client*, *En cours*, *À encaisser*, *Réglées*, *Problèmes*. Selon votre compte s'ajoutent *Depuis mon stock* et *Commission due*. La rangée **Affichage** bascule entre **Liste** et **Tableau**.

Le **Tableau** range vos commandes en colonnes de statut. Faites **glisser** une carte d'une colonne à l'autre : Kardinal demande confirmation avant de changer le statut. En mode Devis, le tableau a ses propres colonnes (Brouillon, Envoyé, À relancer, Relancé, Accepté, Expiré ou Refusé).

Sur la fiche d'une commande, vous cochez les **jalons** d'avancement (validée, livrée, payée), vous retrouvez le **vendeur**, et vous **Transmettre à la marque** si le bon n'est pas parti.



Le Tableau : une colonne par statut, des cartes à faire glisser.

Pièces jointes et photos de casse

Sur la fiche d'une commande, le bloc **Pièces jointes** accepte des photos (JPG, PNG, HEIC, WebP) et des PDF, jusqu'à 10 par commande. Chaque pièce porte un motif (*Casse*, *Livraison*, *Facture* ou *Autre*) et une case « Visible par la marque dans son espace », cochée au dépôt et décochable fichier par fichier. **Prévenir la marque** lui envoie un e-mail avec les pièces visibles ; ce bouton n'existe pas pour une vente depuis votre stock ni pour une réservation. Utile pour une casse constatée à la livraison.

Un ajustement de commission sur une commande

Sur la fiche, la carte **Commission** et son bouton **Ajuster cette commande** forcent un pourcentage ou un montant pour cette seule commande (avec un motif). Réservé au titulaire ; **Retirer l'ajustement** revient au calcul habituel.

QUI REÇOIT LE BON, ET AVEC QUOI

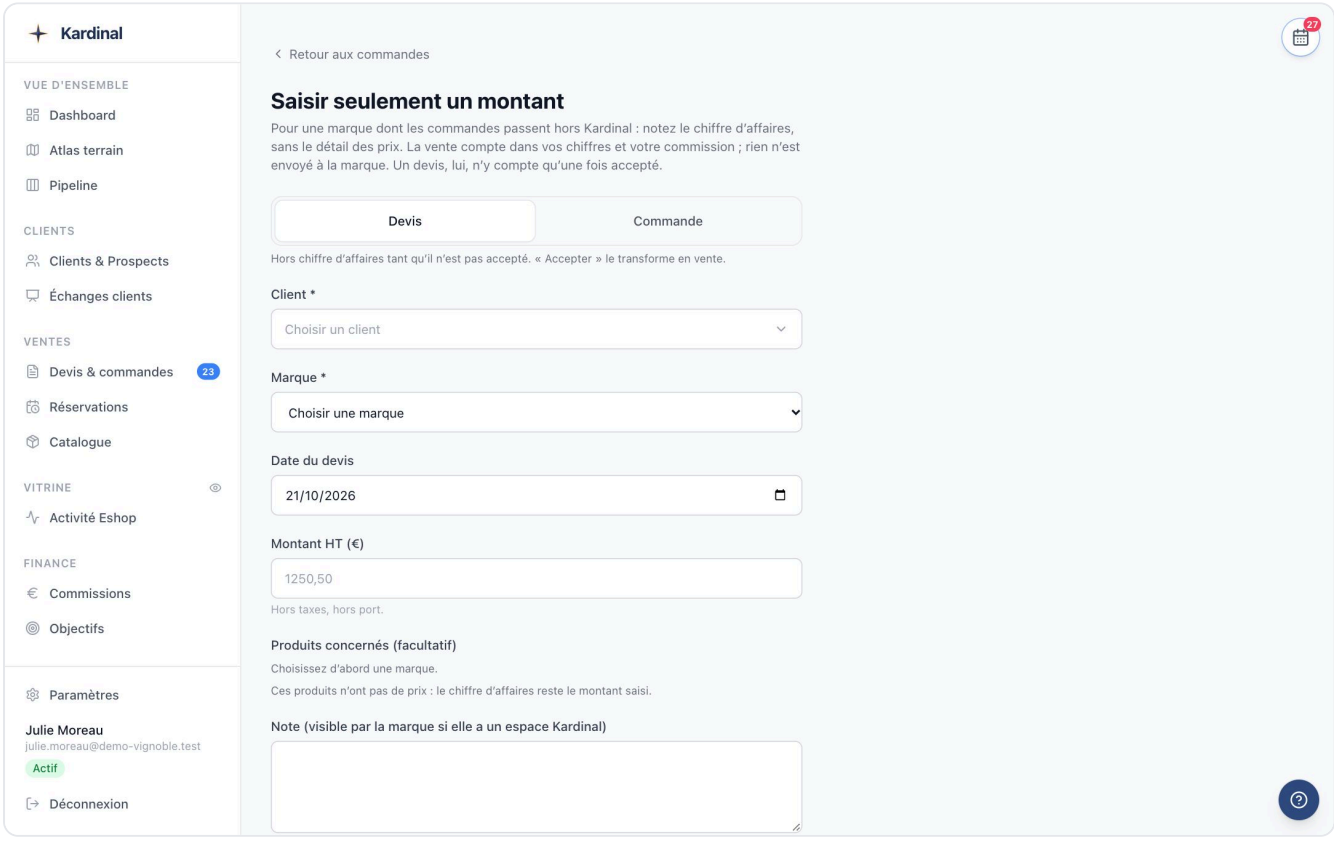
Ces réglages sont dans **Paramètres › Personnalisation › Commandes** :

Réglage	Ce qu'il fait
Envoi automatique du bon de commande à la marque	Actif par défaut : valider une commande envoie aussitôt le bon à la marque. Désactivé, rien ne part chez la marque tant que vous n'avez pas cliqué *Transmettre à la marque*.
Mode Devis	Vous émettez des devis, pas des bons de commande (voir plus bas).
Joindre aussi un fichier Excel	Un classeur Excel accompagne le bon, avec le modèle de colonnes de votre choix.
En copie de chaque commande	Vous choisissez qui reçoit une copie : le vendeur, le titulaire, des membres de l'agence.
Textes des mails	L'objet et le message des mails de devis et de commande, et les conditions du devis. Le tableau des produits, les totaux et la signature restent automatiques.

Pour une **marque étrangère**, cochez « Marque étrangère : bons de commande en HT, sans TVA » dans sa fiche (chapitre 8) : le bon, en PDF, Excel et e-mail, n'affiche que le HT, avec la mention d'autoliquidation.

SAISIR SEULEMENT UN MONTANT

Certaines marques prennent leurs commandes **hors de Kardinal**. Dans la fiche de la marque, réglez *Les commandes de cette marque passent par* « La marque, hors Kardinal (je saisis seulement le chiffre d'affaires) ». L'écran de commande affiche alors le lien **Saisir seulement un montant** : vous n'indiquez que le client, la marque, le jour et le montant HT. Le chiffre d'affaires et la commission se calculent comme pour une commande ordinaire ; rien ne part chez la marque. Le client reste modifiable après coup, et un devis peut lui aussi se saisir au montant.



La saisie au montant : client, marque, jour et montant HT, rien d'autre.

LE MODE DEVIS

Activez-le dans **Paramètres › Personnalisation › Commandes › Mode Devis**, avec une durée de validité par défaut. Au lieu d'un bon transmis à la marque, vous produisez un **devis** pour votre client : rien ne part chez la marque, aucun stock ne bouge, le document porte une date de validité.

1. Créez le document, puis, sur sa fiche, **Envoyer le devis** : le client est coché d'office.
2. Six vignettes suivent vos devis : *Devis émis*, *En attente*, *À relancer*, *Relancé*, *Expiré*, *Refusé*. Un devis sans réponse dont l'échéance approche à sept jours (ou envoyé depuis sept jours) est rangé dans « À relancer ».
3. **Relancer** écrit au client avec le PDF du devis. La relance est client par client.
4. Le jour de l'accord, **Accepter et créer la commande** ouvre la fenêtre « Accepter le devis et créer la commande ? » : une case « Envoyer le bon de commande à la marque maintenant » (le nom de la marque y figure) vous laisse transformer le devis **sans rien envoyer**. Un brouillon de devis peut aussi être accepté.

Dans le tableau, déposer une carte dans « Accepté » ouvre la même fenêtre. Rien n'expire tout seul : un devis dépassé reste lisible et modifiable. En grande distribution, le devis s'appelle une **précommande**.

LES RÉSERVATIONS

Une **réservation** est une commande ferme dont la livraison est différée : cochez *Réservation* dans l'écran de commande et donnez la date. Le chiffre d'affaires et la commission comptent au mois de cette date. Le jour venu, la réservation est **convertie automatiquement** chaque matin, et son bon part chez la marque (la case *Envoyer le bon automatiquement le jour J* se décoche si vous préférez le faire vous-même). Dans **Ventes › Réservations**, les sections *À activer* et *À venir* montrent ce qui arrive. Les réservations ne sont pas disponibles en mode Devis.

BON À SAVOIR

- Une commande passée par un client sur votre boutique arrive en **Demande client** ; vous la chiffrez et la transmettez.
- Tant que le bon n'est pas parti chez la marque, le bouton « Transmettre à la marque » reste sur la fiche de la commande.
- L'historique d'avant Kardinal se charge avec **Importer l'historique** (chapitre 3).
- Le vendeur d'une commande est le détenteur du client, pas forcément celui qui l'a saisie (chapitre 13).

SUR L'APPLICATION MOBILE

Le bouton central **+** ouvre la prise de commande (ou de devis selon votre mode) avec le catalogue de la marque. Elle fonctionne hors réseau. Certaines fonctions avancées (le Tableau, la saisie au montant, les pièces jointes, l'ajustement de commission, le réglage des destinataires) restent sur ordinateur ; l'application évolue régulièrement, et en cas de doute sur un prix, vérifiez sur ordinateur.

Partager avec vos marques

À QUOI ÇA SERT

Une marque connectée à Kardinal voit ce que vous choisissez de lui montrer, et rien d'autre. Vous réglez, marque par marque, ce qu'elle voit de votre activité : vos comptes rendus, vos clients, vos relevés en rayon, votre pipeline, vos objectifs. Le réglage est vérifié côté serveur : une marque ne peut pas lire ce que vous n'avez pas partagé.

OÙ LE TROUVER

Ventes › Catalogue › Marques, la fiche de la marque, puis la carte repliable **Ce que je partage avec** (le nom de la marque suit).

Le partage automatique des comptes rendus : **Paramètres › Partage CR**.

Depuis la Présence nationale : le bouton **Partager avec** Agent GMS (chapitre 14).

PAS À PAS

1. Ouvrez la fiche de la marque (**Catalogue › Marques**, puis la marque). La carte **Ce que je partage avec** se déplie d'un clic ; fermée, elle indique « N sujets partagés ».
2. Réglez chaque sujet. Chaque changement est **enregistré aussitôt** ; si l'enregistrement est refusé, l'écran revient à la dernière valeur et l'explique.
3. Pour une marque qui n'a pas encore rejoint Kardinal, la carte s'appelle **Ce que la marque verra quand elle aura rejoint Kardinal** : vous posez le réglage avant de l'inviter, il s'appliquera tel quel.

Les sujets que vous réglez

Sujet	Ce que la marque voit
Commandes	Toujours partagées : la marque les livre.
Clients	Au choix « Commandes et visites » ou « Seulement ceux qui ont commandé ». Une case *Masquer leurs coordonnées (téléphone, e-mail, contact)* cache les coordonnées.
Comptes rendus de visite	Vos notes, vos avis produits et vos photos.
Relevés en rayon	La présence, les prix et les ruptures relevés en magasin : ils nourrissent la Présence nationale et la carte de la marque.
Tableau de détention Agent GMS	La marque le consulte et le télécharge dans son espace, avec les photos des relevés en rayon. Il montre tous les magasins de l'enseigne, quel que soit votre choix « Clients ».
Pipeline	Vos prospects en cours pour cette marque.
Mes objectifs	Les cibles de chiffre d'affaires que vous vous fixez pour cette marque.
Cadenciers Agent GMS	La marque les consulte et les télécharge dans son espace. Un cadencier de magasin n'est montré que si la marque voit déjà ce client ; ceux d'un groupe ne le sont jamais.

Partager la Présence nationale d'un clic

Sur l'écran **Présence Nationale**, le bouton **Partager avec** (suivi du nom de la marque) ouvre à la marque connectée l'accès à cet écran en un clic. Si la marque n'est pas encore connectée, il prépare une invitation « cet écran seulement » : la marque ne voit rien d'autre. Le lien *Régler le partage* mène à la carte de la marque.

Les comptes rendus partent par e-mail

Dans **Paramètres › Partage CR**, le bloc **Partage automatique des CR** liste vos marques : cochez celles qui reçoivent automatiquement un e-mail à chaque compte rendu de visite que vous rédigez. Pour une marque connectée à Kardinal, le partage est actif par défaut et ne se décoche pas. Le bloc **Contenu du compte-rendu** règle si les avis produits y figurent. À l'enregistrement d'une Visite, la case **Envoyer à chaque marque sa partie** (décochée par défaut) décide si elle part, et l'écran dit chez quelles marques (chapitre 6).

Inviter une marque à rejoindre Kardinal

Sur la fiche d'une marque que vous avez créée, la carte **Inviter cette marque sur Kardinal** l'invite à se connecter. Vous pouvez aussi relier son catalogue au vôtre. Vous restez son agent.

BON À SAVOIR

- Seul le titulaire de l'agence modifie ces réglages ; un collaborateur les lit.
- L'espace de la marque dit lui-même ce que vous partagez avec elle : elle ne cherche pas ce qui manque.
- Les documents d'une marque (catalogue, fiches) peuvent s'afficher sur votre boutique : case **Visible sur la boutique** sur chaque document de la fiche de la marque.
- Une marque cachée pour un client sur la boutique se règle ailleurs : fiche du client, carte « Marques de la boutique pour ce client », ou en masse avec **Modifier › Fermer / rouvrir une marque** (chapitre 11).

SUR L'APPLICATION MOBILE

Le réglage du partage se fait sur ordinateur. Vos échanges et vos relevés saisis sur mobile suivent les mêmes règles de partage.

CHAPITRE 11 · BOUTIQUE

Votre boutique en ligne (Eshop)

À QUOI ÇA SERT

Votre Eshop est une boutique à vos couleurs où vos clients commandent seuls, à leurs prix, à toute heure. Vous la personnalisez une fois, vous invitez vos clients, et vous suivez ce qu'ils y font. Une commande passée sur la boutique arrive dans vos commandes, en « Demande client ».

OÙ LE TROUVER

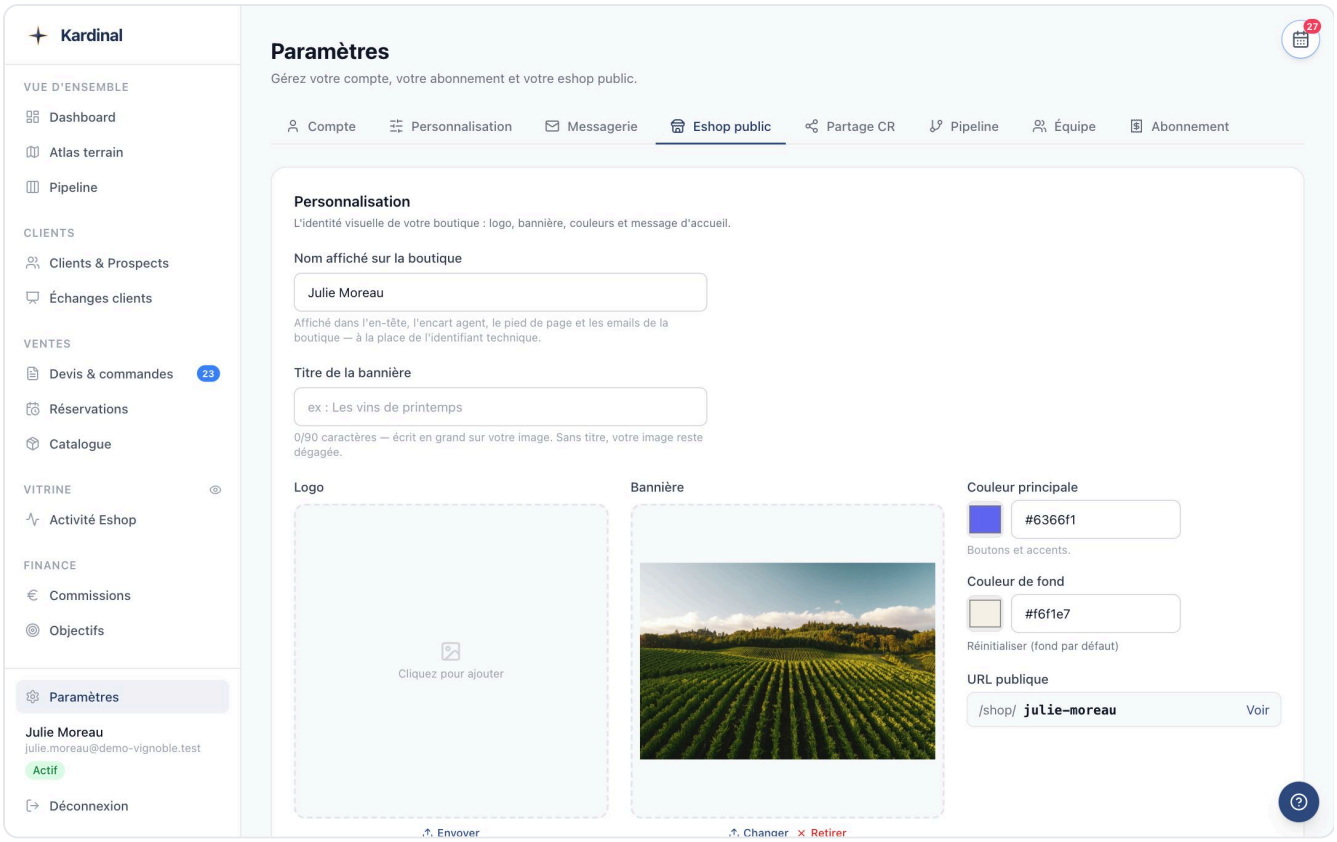
Eshop › Activité Eshop : le suivi (sous-onglets **Activité** et **Messagerie**). L'icône en forme d'œil, en haut du groupe Eshop, ouvre votre boutique telle que le client la voit. En mode Devis, le groupe s'appelle **Vitrine**.

Paramètres › Eshop public : la personnalisation.

Catalogue › Textes des catégories : les textes d'accueil des catégories.

PAS À PAS : OUVRIR LA BOUTIQUE

1. **Personnalisez-la** dans **Paramètres › Eshop public** : *Nom affiché sur la boutique*, *Titre de la bannière*, *Bannière* (une photo horizontale d'au moins 2 000 px de large, 5 Mo au plus ; cliquez la photo pour choisir le point à garder), couleurs, *Phrase d'accueil*.
2. **Choisissez ce qu'elle montre** : *Marques affichées*, une *Marque à la une* (avec une accroche) et jusqu'à trois *Produits à la une*. Ajoutez, si vous le souhaitez, un *Bandeau annonce* et votre *Encart agent* (photo et mot). Le *Franco de port* de la boutique se règle dans le même onglet.
3. **Ouvrez l'accès** avec l'interrupteur *Accès à la boutique*, et, pour un bouton de rendez-vous, la case **Afficher mon calendrier** (bloc « Prise de rendez-vous », chapitre 6).
4. **Invitez un client.** Ouvrez sa fiche, onglet **Eshop**, carte **Accès Eshop**, puis **Inviter ce client** : il reçoit par e-mail son lien personnel, un clic le connecte, sans mot de passe.
5. **Invitez-en plusieurs d'un coup.** Dans **Activité Eshop**, l'onglet **Jamais invité** puis le bouton **Inviter ces N clients** (100 au plus) ouvre votre fenêtre d'e-mail avec ces fiches déjà cochées et le lien de la boutique joint. Rien ne part avant que vous n'écriviez le message.



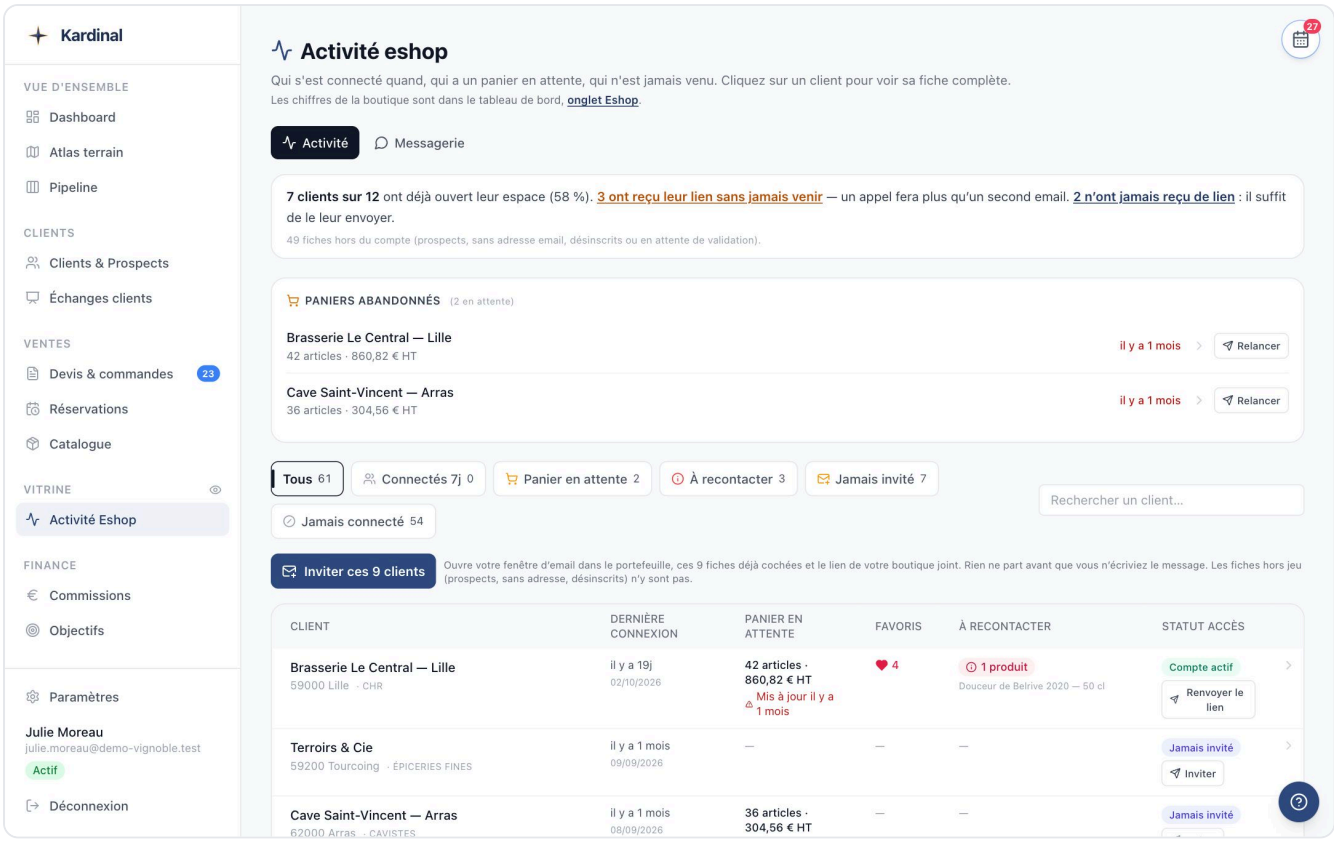
Les réglages de la boutique : identité, bannière, marques et produits à la une.

SUIVRE L'ACTIVITÉ

La page **Activité Eshop** montre, client par client : la dernière connexion, le panier en attente, les favoris, les demandes « à recontacter » et un **statut d'accès** honnête :

Statut	Ce que ça veut dire
Compte actif	Le client s'est connecté : le seul fait acquis.
Invité	Le lien est parti, le client n'est pas encore venu.
Jamais invité	Vous pouvez l'inviter tout de suite.
Sans adresse	La fiche n'a pas d'adresse e-mail : rien à envoyer.
Accès coupé	Vous avez coupé l'accès de ce client.

Les onglets *Tous*, *Connectés 7j*, *Panier en attente*, *À recontacter*, *Jamais invité* et *Jamais connecté* filtrent la liste, et un champ cherche un client. Sur l'accueil, l'onglet **Eshop** résume la boutique : commandes passées, chiffre d'affaires, clients venus, paniers en attente, échantillons à traiter.



Activité Eshop : qui est venu, qui a un panier en attente, qui n'a jamais été invité.

Relancer un panier laissé en plan

Le bloc **Paniers abandonnés** de la page montre ce qui dort. Le bouton **Relancer** envoie au client un e-mail court qui annonce le nombre d'articles et le total HT, sans le détail des prix, avec son lien personnel. Une relance par panier tous les sept jours au plus.

Répondre aux questions de vos clients

Un client connecté peut poser une question depuis la boutique (« Une question ? », ou « Une question sur ce produit ? »). Vous répondez, fil par fil, dans l'onglet **Messagerie** d'Activité Eshop ; **Clore** termine la conversation.

LES TEXTES DE CATÉGORIES ET LES MARQUES CACHÉES

Dans **Catalogue › Textes des catégories**, vous écrivez un texte (et une image) qui s'affiche en tête de la boutique quand un client choisit une catégorie ou une sous-catégorie. Celui de la sous-catégorie passe avant celui de la catégorie ; celui d'une marque passe avant le texte général quand le client a choisi cette marque.

Pour cacher une marque à un client sur la boutique : sur sa fiche, onglet Eshop, la carte **Marques de la boutique pour ce client** ; ou, en masse, dans la liste Clients, **Modifier › Fermer / rouvrir une marque**.

BON À SAVOIR

- Le lien de votre boutique, partagé par message, affiche un aperçu (titre, photo). Le catalogue complet s'ouvre depuis l'accueil de la boutique.
- Seuls vos clients **connectés et validés** peuvent écrire depuis la boutique : les inscriptions en attente sont dans **Clients › À valider**.
- En mode Devis, le client demande un **devis** sur la boutique, pas une commande ; en grande distribution, une précommande.
- Un client ne voit que les prix qui sont les siens (circuit, remises, centrale).

SUR L'APPLICATION MOBILE

Le réglage de la boutique se fait sur ordinateur ; l'application évolue régulièrement, et l'activité Eshop se suit aussi dans le navigateur du téléphone.

CHAPITRE 12 · FINANCE

Commissions et factures

À QUOI ÇA SERT

Chaque commande calcule votre commission, au prix réellement facturé et remises déduites. Vous lisez ce que vous avez gagné, ce que chaque marque vous doit encore, puis vous facturez la marque sans ressaisir un chiffre.

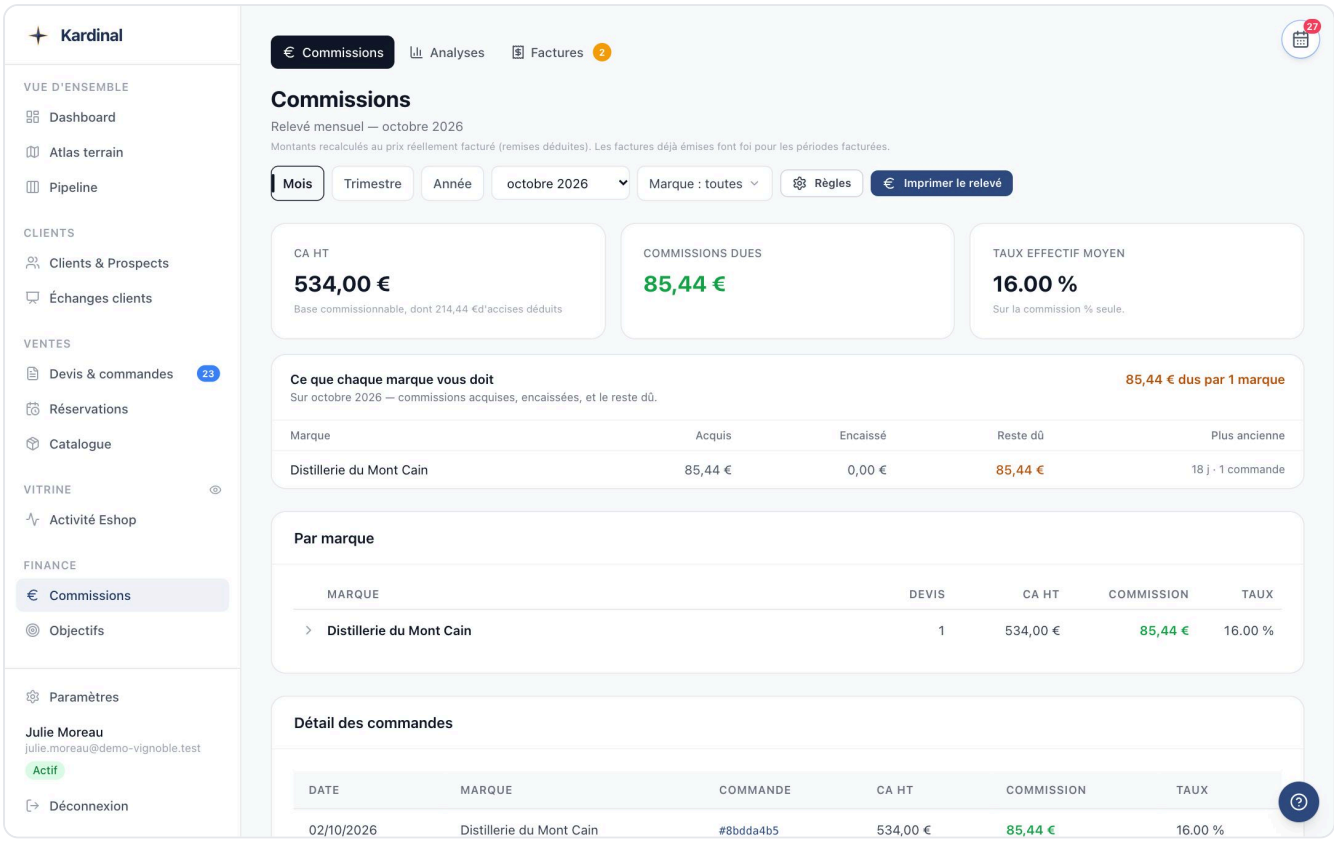
OÙ LE TROUVER

Finance › Commissions, sous-onglets **Commissions** · **Analyses** · **Factures**.

Vos informations de facturation : **Paramètres › Abonnement** (identité, adresse, IBAN, préférences).

PAS À PAS : LIRE VOS COMMISSIONS

1. Ouvrez **Commissions** : le mois en cours s'affiche. Changez de période avec le sélecteur (mois, trimestre, année).
2. Lisez le résumé : chiffre d'affaires HT, commissions dues et taux effectif moyen, puis le tableau **Par marque** et le **Détail des commandes** : chaque ligne renvoie à la commande d'origine.
3. Le bloc **Ce que chaque marque vous doit** sépare, par marque, ce qui est *acquis*, *encaissé* et le *reste dû*, avec la date de la plus ancienne commande dont la commission est encore due. Pour noter qu'une marque vous a payé, ouvrez la commande et cochez **Commission encaissée**.
4. Une commission vous surprend ? Ouvrez **Règles** : un *Taux par défaut (toute la marque)*, puis des règles plus fines par catégorie, par produit, un taux bonifié ou un palier. La règle la plus précise l'emporte.
5. **Imprimer le relevé** produit une version à archiver ou à envoyer à la marque.



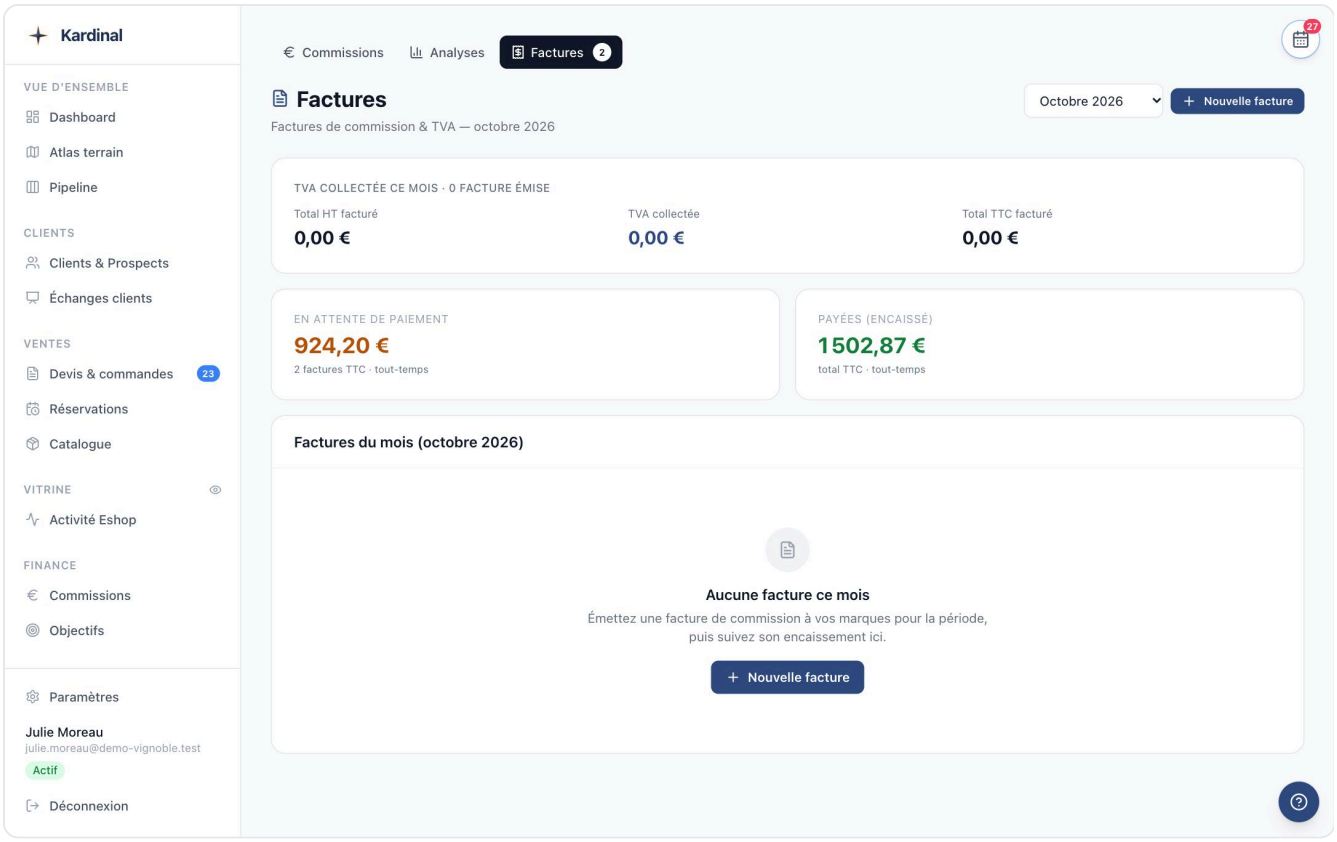
Le relevé de commissions : le résumé, le détail par marque et ce que chaque marque vous doit.

LES ANALYSES

Le sous-onglet **Analyses** reprend les statistiques détaillées d'avant : visites par type, commission sur 12 mois, chiffre d'affaires par client et par marque, pipeline des commandes, et le bloc **Mes marques chez mes clients**, qui repère les hausses et les baisses à surveiller. La période se choisit en haut de la page ; les exports s'y trouvent.

FACTURER UNE MARQUE

1. Complétez d'abord votre **identité de facturation** dans **Paramètres › Abonnement** (SIRET, adresse, IBAN) : sans elle, l'émission est bloquée.
2. Ouvrez **Factures**. Un bandeau « Il vous reste X € de commissions à facturer » donne, mois par mois et marque par marque, ce qui n'est pas encore facturé, avec un bouton qui ouvre la facture déjà préremplie. Sinon : **Nouvelle facture**.
3. Ajustez les lignes du brouillon si besoin (référence de commande, montant HT, taux, commission) ; les totaux se recalculent en direct. Une facture s'adresse à **une seule marque**.
4. Vérifiez le PDF (TVA et mentions légales B2B), puis **Envoyer à la marque** : le PDF part en pièce jointe.
5. À réception du paiement, ouvrez la facture et **Marquer comme payée**. Les en-cours (émis, en attente, payés) se filtrent par statut.



Les factures : le reste à facturer par marque, puis l'envoi et le suivi du règlement.

BON À SAVOIR

- Les commandes comptent dès qu'elles sont transmises, validées ou livrées : une commande payée ne disparaît pas du relevé. Une réservation compte au mois de sa date.
- Deux flux d'argent sont distincts : le paiement du client (la vignette *À encaisser* de la liste des commandes) et la commission que la marque vous doit (le *reste dû* ci-dessus). Une commande peut être réglée par le client alors que sa commission reste due par la marque.
- Un collaborateur ne voit pas les commissions de l'agence : il a son propre relevé **Ma commission** (chapitre 13).
- Les droits d'accise s'ajoutent au prix mais sont hors de la base de commission (chapitre 8).
- Les factures et les règles de commission restent réservées au titulaire.

SUR L'APPLICATION MOBILE

Les commissions et les factures se consultent sur ordinateur.

CHAPITRE 13 · ÉQUIPE

Travailler en équipe

À QUOI ÇA SERT

Si vous travaillez en agence, vous invitez des collaborateurs. Chacun occupe un siège, ne voit que le portefeuille que vous lui confiez, et vous suivez ce que chacun vend, ce qu'il rapporte à l'agence et ce qu'il lui revient. Tant que vous n'avez aucun collaborateur, toute cette mécanique reste invisible.

OÙ LE TROUVER

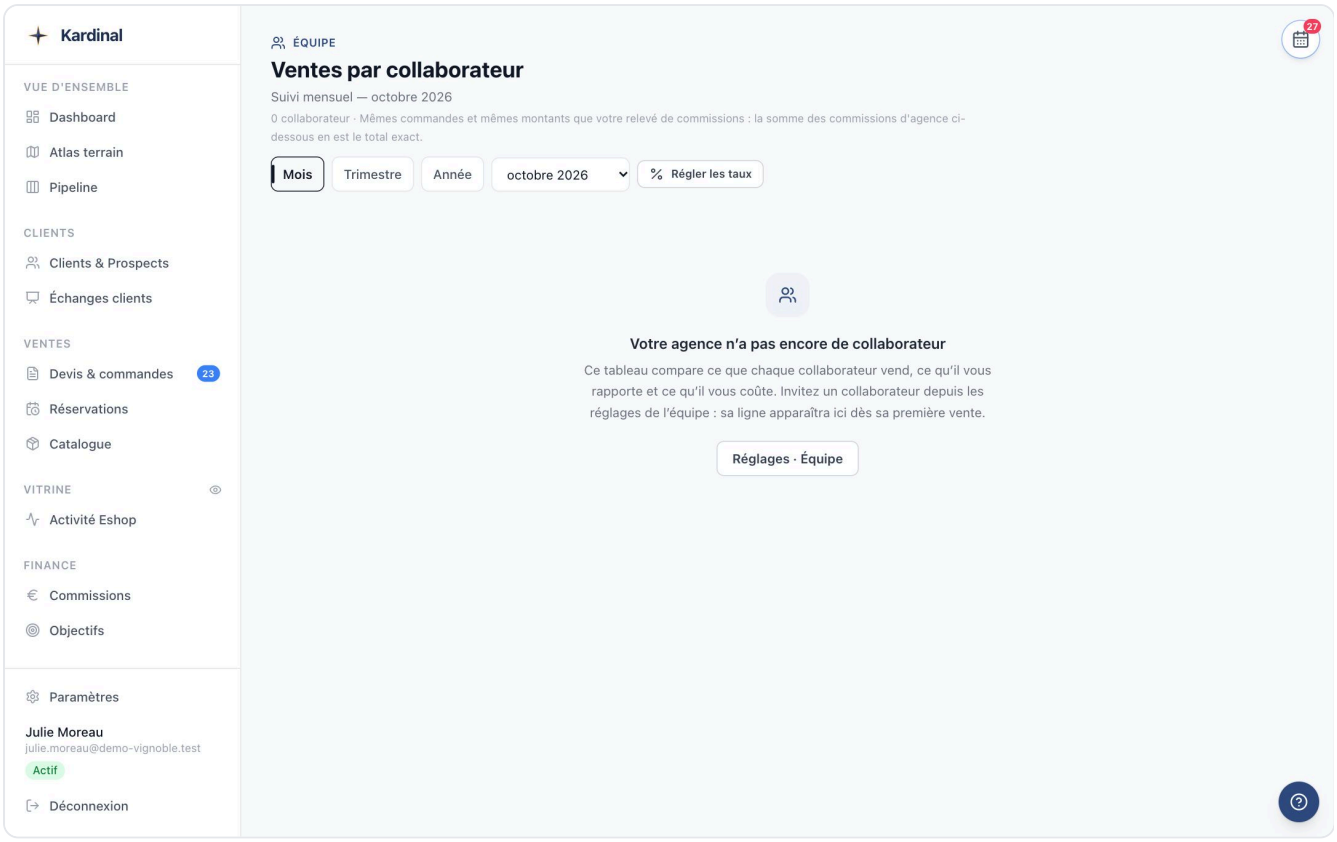
Paramètres › Équipe titulaire : inviter, voir les membres actifs et les invitations en attente, verrouiller les prix.

Finance › Équipe agence avec collaborateurs : la page « Ventes par collaborateur ».

Les taux : le lien **Taux des sous-agents** de **Paramètres › Équipe**.

PAS À PAS

1. **Invitez** dans **Paramètres › Équipe**, bloc « Inviter un collaborateur » : saisissez l'adresse e-mail, puis envoyez. Le lien d'invitation est valable trente jours ; vous pouvez le copier ou le révoquer.
2. Votre collaborateur ouvre le lien et crée son compte, gratuit pour lui.
3. **Confiez-lui ses clients** : dans **Clients › Clients & Prospects**, cochez des fiches, puis **Modifier › Confier à un collaborateur**. Le bouton **Attribuer par secteur** confie d'un coup les clients d'un secteur.
4. **Suivez** son activité avec le sélecteur *Collaborateur* (*Toute l'agence* ou *Mon portefeuille*), présent sur l'accueil, les listes et l'Atlas, et dans la page **Finance › Équipe**.
5. **Fixez ses taux** : le lien **Taux des sous-agents** montre une grille, un collaborateur par colonne, une marque par ligne. Un taux se règle depuis la fiche de la marque ; une case vide veut dire « rien n'a été fixé », pas zéro pour cent.



« Ventes par collaborateur » : pour chacun, la commission de l'agence, celle qui lui revient et ce qu'il vous reste.

CE QUE VOIT UN COLLABORATEUR

- Seulement **les clients qui lui sont attribués ou qu'il a créés**, et tout ce qui s'y rattache (échanges, commandes, tournées).
- Son propre relevé **Ma commission** (ses ventes et son taux, pas ceux de l'agence). Les règles de commission, les factures et l'Allocation lui restent fermées.
- Il peut importer des commandes et saisir une photo de profil (**Paramètres › Compte › Mon contact**) : ses collègues la voient.
- Ses objectifs de visites sont fixés par le titulaire (chapitre 7).

LE VENDEUR D'UNE COMMANDE

Chaque commande porte un **vendeur** : la liste des commandes se filtre par vendeur, et la fiche d'une commande permet de le corriger. Le vendeur est le **détenteur du client**, pas forcément celui qui a saisi : le chiffre suit le portefeuille, pas la frappe.

LES PRIX VERROUILLÉS

Dans **Paramètres › Équipe**, l'interrupteur **Prix verrouillés** empêche vos collaborateurs de modifier le prix et les remises (ligne, marque, globale) quand ils prennent une commande. Les prix automatiques (paliers, promotions, prix par catégorie de client) s'appliquent normalement.

LA COPIE DE COMMANDE, PAR MEMBRE

Dans **Paramètres › Personnalisation › Commandes**, le bloc **En copie de chaque commande** règle qui reçoit une copie du bon : le vendeur, le titulaire, ou des membres précis. Un collaborateur voit la règle, sans pouvoir la changer.

BON À SAVOIR

- **Le siège est facturé dès l'envoi de l'invitation**, pas à son acceptation. Révoquer une invitation en attente libère le siège. Un retrait de siège est crédité au cycle suivant.
- La formule du siège suit celle de votre abonnement. Inviter exige un abonnement actif.
- Retirer un membre vous rend automatiquement ses clients.
- Les onglets **Équipe** et **Abonnement** de Paramètres, et le dépliant « Mes données », sont réservés au titulaire.

SUR L'APPLICATION MOBILE

Un collaborateur se connecte à l'application avec ses propres identifiants et y voit son portefeuille. L'invitation, l'attribution des clients, les taux et les prix verrouillés se gèrent sur ordinateur.

CHAPITRE 14 · SELON VOTRE MÉTIER

Pour les agents en grande distribution (GMS)

À QUOI ÇA SERT

Si vous travaillez avec des enseignes, Kardinal ajoute ce qu'il faut pour suivre votre **présence en rayon** : ce qui est référencé, ce qui est en rayon, en rupture ou absent, à quel prix et sur combien de facings. Vous en tirez la distribution numérique (DN), un tableau de détention que vous pouvez envoyer à la marque, et des relevés en rayon avec photos. Ces écrans n'existent que si vous activez l'option.

OÙ LE TROUVER

Activation : **Paramètres › Personnalisation › Modules › Agent GMS** (interrupteur, réservé au titulaire).
Vue d'ensemble › Présence Nationale Agent GMS et **Vue d'ensemble › Cadencier** Agent GMS.
Le relevé en rayon : sur la fiche du client, le bouton **Relevé en rayon**.

PAS À PAS

1. **Activez « Agent GMS ».** L'interrupteur ouvre les relevés de présence et de prix dans vos échanges, le filtre et les logos d'enseigne de l'Atlas, et les tableaux Présence Nationale et Prix terrain.
2. **Posez vos cadenciers** : **Vue d'ensemble › Cadencier**, **Nouveau**. Un cadencier est la liste des références négociées pour une enseigne (niveau « Centrale ») ou pour un magasin précis, marque par marque : c'est la base de calcul de la détention. Cochez les références, nommez le cadencier, enregistrez. Un cadencier porte toujours une marque.
3. **Renseignez les codes-barres** (gencode, EAN-13) sur la fiche produit. Kardinal les vérifie (nombre de chiffres, clé de contrôle) mais ne les fabrique pas.
4. **Relevez en magasin.** Sur la fiche du client, **Relevé en rayon** ouvre un écran « Présence, facings et prix constatés en magasin, marque par marque » : pour chaque référence, présent, en rupture ou absent, les facings et le prix en rayon, plus les photos du rayon. Vous pouvez aussi saisir un relevé dans un échange.
5. **Lisez la Présence Nationale.** Un bandeau de quatre chiffres résume la distribution numérique ; les filtres tiennent sur une rangée et la DN se recalcule sous filtre. La rangée **Lecture du tableau** propose *Par magasin*, *Par produit* et *Tableau de détention*.
6. **Sortez le document d'assortiment et le plan de vente** : **fiche client › Autres actions › Assortiment du point de vente** et *Plan de vente* (les références manquantes, avec leur code-barres, à télécharger ou à envoyer).

Le tableau de détention

La lecture **Tableau de détention** montre, magasin par magasin et référence par référence, une pastille : *En rayon*, *En rayon, en rupture*, *Absent du rayon* ou *Non relevé* (jamais la couleur seule : chaque état a sa forme). Une bascule affiche les prix dans les cases. Trois gestes : télécharger le classeur **Excel**, **Envoyer à la marque**

(il faut une adresse de contact sur la fiche de la marque), et ouvrir les photos des relevés.

Cadenciers, centrales et écran de commande

- Dans **Clients › Centrales**, une centrale peut porter un **cadencier de centrale** hérité par ses magasins (une sous-centrale sans cadencier reprend celui de sa centrale).
- Dans l'écran de commande, le sélecteur *Au cadencier · N* limite la liste aux références du magasin ; les colonnes *Rayon*, *Invendus* et *Casse* apparaissent pour une commande en grande distribution.
- Dans la fiche d'une marque, vous pouvez **partager vos cadenciers**, et la Présence nationale, avec la marque : chapitre 10. La marque voit le prix de vente conseillé du cadencier s'il est coché, jamais votre prix négocié.
- Les objectifs de détention se posent dans **Finance › Objectifs › Détention** (chapitre 7).
- En mode Devis, le devis s'appelle une **précommande** et le menu devient **Commandes & précommandes**.

BON À SAVOIR

- Sans relevé, les tableaux restent vides : commencez par relever la présence dans vos visites.
- Un delta de prix s'affiche par rapport au relevé précédent du même magasin.
- Le document d'assortiment liste **tout** l'assortiment, présent comme absent ; le plan de vente, lui, ne montre que les références manquantes.
- Un collaborateur consulte les cadenciers de centrale de l'agence, mais ne les modifie pas.
- La couleur de la carte « DN » de l'Atlas se lit d'après le cadencier du magasin (chapitre 5).

SUR L'APPLICATION MOBILE

L'application permet de saisir la présence (présent, rupture, absent) et les facings dans un échange en magasin. La Présence Nationale, le tableau de détention et la gestion des cadenciers se consultent sur ordinateur ; l'application évolue régulièrement.

CHAPITRE 15 · SELON VOTRE MÉTIER

Si vous vendez en direct

À QUOI ÇA SERT

Trois options pour les agents qui détiennent de la marchandise ou qui vendent des quantités limitées : le **stock déporté** (un stock chez vous, pour servir vos clients), le mode **grossiste / distributeur** (vous achetez, vous revendez, vous facturez) et l'**allocation** (le droit de vente qu'un domaine vous accorde). Chacune apparaît dans le menu uniquement une fois activée.

OÙ LE TROUVER

Activation : **Paramètres › Personnalisation › Modules** : **Stock déporté**, **Allocation**, **Grossiste / distributeur**.

Ventes › Mon stock `stock déporté` · **Ventes › Allocation** `allocation, titulaire` · **Finance › Factures reçues** `grossiste`.

PAS À PAS : CHOISIR L'OPTION QUI VOUS CONCERNE

1. Ouvrez **Paramètres › Personnalisation › Modules**. L'assistant de configuration (chapitre 1) a peut-être déjà allumé ce qu'il faut.
2. Choisissez : **Stock déporté** si vous gardez un stock mais restez mandataire de la marque ; **Grossiste / distributeur** si vous achetez et revendez ; **Allocation** si un domaine vous accorde des volumes à vendre. Vous pouvez en cumuler plusieurs.
3. Le menu s'enrichit aussitôt : **Ventes › Mon stock**, **Ventes › Allocation** ou **Finance › Factures reçues**.
4. Renseignez ensuite vos produits (stock, allocation) puis prenez vos commandes comme d'habitude : la provenance se choisit ligne par ligne.

LES TROIS OPTIONS EN DÉTAIL

Le stock déporté

Vous suivez un stock tampon (dépôt, échantillons) tout en restant mandataire : la vente servie depuis votre stock part **toujours chez la marque**, vous êtes commissionné, et seule la sortie de stock change. Le bon porte la mention « expédié depuis le stock de l'agent ». Dans la fiche produit, volet **Stocks**, renseignez le stock disponible, le seuil d'alerte et le stock tampon. Dans une commande, la provenance se choisit ligne par ligne (*Mon stock* ou *Stock marque*) ; un panier qui mélange les deux est scindé en deux commandes à la validation.

Le mode grossiste / distributeur (achat-revente)

Vous achetez la marchandise et vous la revendez : la vente sort de votre stock, n'est pas transmise à la marque, n'est pas commissionnée, et c'est **vous** qui facturez le client final. En l'activant, Kardinal vous rappelle ces conséquences, et allume automatiquement le stock déporté.

1. Enregistrez vos achats dans **Finance › Factures reçues** : fournisseur, numéro de facture, lignes, TVA, justificatif. **Enregistrer les entrées de stock** fait monter le stock ; **Marquer payée** le jour du règlement.
2. Vendez : créez la commande, laissez les lignes sur *Mon stock*, validez. Sur la fiche de la commande, `Générer la facture de vente` produit la facture au client (une seule par commande).
3. Surveillez le bloc **À réassortir** de **Mon stock** : il compare votre stock à vos seuils d'alerte, marque par marque, et ouvre une facture de réassort préremplie.

L'allocation

Une **allocation** est le droit de vente qu'un domaine vous accorde sur un produit : ce n'est ni votre stock, ni le sien. Renseignez *Allocation accordée* sur chaque produit concerné (fiche produit, volet « Allocation »), puis suivez **Ventes › Allocation** : pour chaque produit, ce qui est *accordé*, *vendu*, *réservé* et ce qui reste *libre*. Consultez-la avant de promettre des volumes à un client. Une allocation dépassée s'affiche en négatif.

LES RÉSERVATIONS

Souvent associées à l'allocation en vins et spiritueux : une commande ferme à livraison différée, activée à sa date (voir chapitre 9).

BON À SAVOIR

- Le régime est **figé à la création** de chaque commande : activer le mode grossiste ne change rien aux commandes déjà passées.
- **Stock déporté n'est pas achat-revente** : hors mode grossiste, servir depuis votre stock reste un mandat, avec commission.
- Une facture reçue enregistrée n'est plus modifiable, et une facture payée ne se supprime plus.
- La page Allocation est réservée au titulaire : un collaborateur ne voit qu'une partie des ventes, son « libre » serait faux.
- Un champ *Allocation accordée* vide veut dire « produit non alloué » ; zéro veut dire « le domaine a accordé zéro ».

SUR L'APPLICATION MOBILE

Ces modules se règlent et se pilotent sur ordinateur (suivi de stock, factures reçues, allocation).

CHAPITRE 16 · SUR LE TERRAIN

L'application mobile

À QUOI ÇA SERT

L'application Kardinal est votre compagnon en visite : votre journée, vos clients, votre catalogue, la saisie d'un échange ou d'une commande, et un itinéraire, même sans réseau. Elle ne remplace pas le site : les réglages, les analyses et les écrans de pilotage restent sur ordinateur.

OÙ LA TROUVER

Cherchez **Kardinal**, éditée par **Karavane**, sur l'App Store ou sur Google Play. Elle est gratuite ; c'est votre abonnement Kardinal qui ouvre l'accès.

Connexion : la même adresse e-mail et le même mot de passe que sur le site. **Mot de passe oublié ?** envoie un lien de réinitialisation.

PAS À PAS : VOTRE PREMIÈRE JOURNÉE

1. Ouvrez l'application et connectez-vous. L'onglet **Aujourd'hui** est l'accueil par défaut : ce qui est en retard, ce qui est prévu aujourd'hui et sur les sept prochains jours.
2. La barre du bas donne accès à tout : **Aujourd'hui**, **Tournée**, un bouton central **+**, **Clients**, **Catalogue**.
3. Le bouton central **+** propose : saisir un rendez-vous (une visite), passer une commande (ou un devis, selon votre mode), créer un client ou un prospect, poser un rappel.
4. Sur la fiche d'un client, vous retrouvez ses coordonnées et ses interlocuteurs, et vous pouvez lancer une saisie.
5. Hors réseau, vos saisies s'empilent sous la mention **À synchroniser** et partent toutes seules au retour du signal ; **Synchroniser maintenant** force l'envoi.

Ce que fait l'application, écran par écran

Écran	Ce que vous y faites
Aujourd'hui	Votre journée : en retard, aujourd'hui, 7 prochains jours.
Tournée	Vos clients sur la carte, pour composer un itinéraire du moment et le lancer.
Bouton +	Visite, commande ou devis, client ou prospect, rappel.
Clients	Votre portefeuille et la fiche de chaque client.
Catalogue	Vos marques, vos produits et leurs documents, à montrer devant le client.
Agenda (en haut)	Vos rendez-vous et vos rappels.
Cloche (en haut)	Vos notifications et leurs réglages : les types que vous recevez, et vos heures calmes.

Ce qui reste sur ordinateur

Certaines fonctions avancées restent sur ordinateur (ou dans le navigateur de votre téléphone) ; l'application évolue régulièrement. Parmi elles :

- l'**Atlas** et ses cinq vues, le panneau « À faire », les tournées enregistrées ;
- le **Pipeline**, la **Prospection** (Trouver des points de vente), **Ma journée**, les **Objectifs** ;
- les listes enregistrées, les centrales de clients, le filtre « Pour les marques », l'import ;
- les commissions, les factures, les réglages de l'Eshop, l'équipe et tous les **Paramètres**.

BON À SAVOIR

- **Les notifications sur le téléphone n'existent que dans l'application installée.** Les heures calmes se règlent uniquement depuis l'application : pendant cette plage, les notifications arrivent dans la cloche sans faire sonner l'appareil.
- La tournée composée sur mobile **ne s'enregistre pas**. Pour une tournée que vous retrouverez, préparez-la depuis l'Atlas, sur ordinateur (chapitre 5).
- Si vous êtes déjà abonné, vous vous connectez et c'est tout : rien à racheter.
- L'application évolue régulièrement : en cas de doute sur un prix ou sur une fonction récente, vérifiez sur ordinateur.
- Kardinal reste utilisable depuis le navigateur de votre téléphone, mais sans notifications.

CHAPITRE 17 · COMPTE

Abonnement et aide

À QUOI ÇA SERT

Savoir où en est votre abonnement, le gérer sans nous écrire, régler vos notifications, exporter vos données, et trouver de l'aide quand vous en avez besoin : le guide que vous lisez, l'Académie, un appel de 15 minutes ou le support.

OÙ LE TROUVER

Paramètres › Abonnement titulaire : votre abonnement et vos informations de facturation.

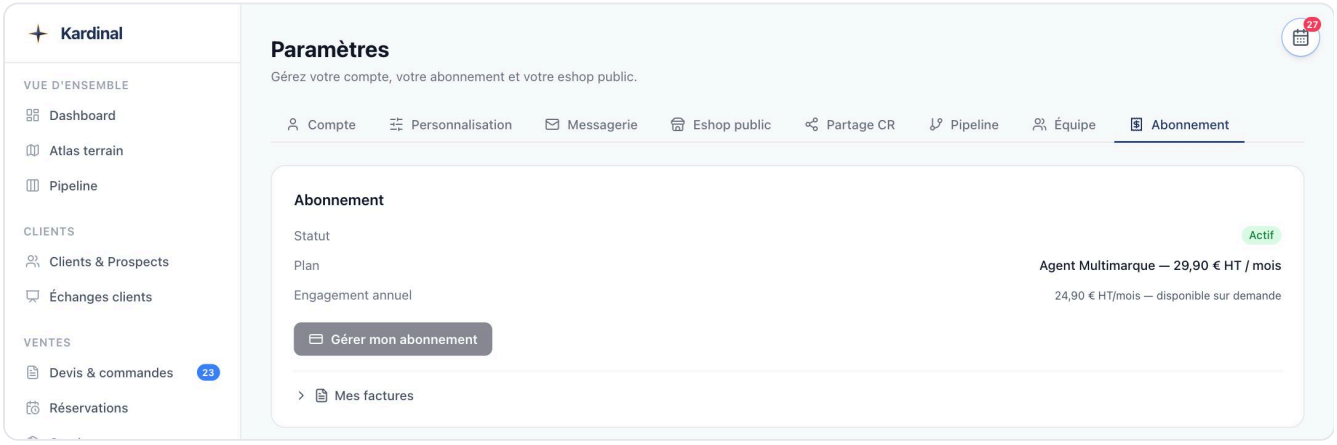
Paramètres › Messagerie : vos notifications par e-mail et sur le téléphone.

Paramètres › Compte › Mes données titulaire : l'export et la suppression du compte.

L'aide : la bulle **Aide**, en bas à droite de chaque page.

PAS À PAS : VOTRE ABONNEMENT

1. **Activez-le.** Si votre accès n'est pas encore actif, Kardinal vous conduit à la page **Activer mon abonnement** : choisissez votre formule, indiquez votre SIRET (ou cochez **Je n'ai pas de SIRET**), puis réglez par le paiement sécurisé Stripe (TVA en sus).
2. **Deux formules existent :** *Agent Multimarque* à 29,90 € HT par mois, sans engagement et résiliable à tout moment, ou l'engagement annuel à 24,90 € HT par mois. Le détail est sur la page Tarifs de getkardinal.com.
3. **Suivez-le** dans **Paramètres › Abonnement** : statut (Actif, Paiement en retard, Inactif), plan, puis **Gérer mon abonnement**, qui ouvre le portail Stripe : moyen de paiement, factures, résiliation.
4. **Renseignez votre identité de facturation** (identification de l'entreprise, adresse, coordonnées bancaires, préférences) dans le même onglet : elle sert à vos factures de commission (chapitre 12).



L'onglet Abonnement : votre statut, votre plan et le portail de gestion.

Collaborateurs et sièges

Chaque collaborateur invité occupe un siège, facturé avec votre abonnement dès l'envoi de l'invitation (chapitre 13).

Votre formule exacte

Votre formule exacte s'affiche dans **Paramètres › Abonnement** : elle peut différer des deux formules publiques ci-dessus selon votre situation.

VOS NOTIFICATIONS

Dans **Paramètres › Messagerie** :

- **Notifications email** : un interrupteur coupe tout d'un coup, ou vous choisissez e-mail par e-mail (résumé quotidien, nouvelles commandes, changements de statut, demandes de la boutique, factures, questions de clients, nouveaux points de vente dans votre zone).
- **Notifications push** : le bouton **Envoyer une notification de test** vérifie que tout arrive (il exige l'application installée). Les types de notifications reçus sur le téléphone se règlent dans l'application, avec la cloche.
- Le **résumé quotidien** part en début de matinée, seulement s'il y a quelque chose à dire : vos tâches du jour, vos relances oubliées, et les trois premières actions de Ma journée.

VOS DONNÉES

Vos données vous appartiennent et sont cloisonnées : une autre marque ou un autre agent n'y accède pas. Dans **Paramètres › Compte**, le dépliant **Mes données** propose **Télécharger mes données (Excel)**, un fichier de portabilité au format JSON (pour un autre logiciel), et **Supprimer mon compte**. Pour exercer un droit d'accès, de rectification ou d'effacement, écrivez à support@getkardinal.com (réponse sous 30 jours).

SE FAIRE AIDER

Besoin	Où aller
Un pas à pas sur une fonction	Le **Centre d'aide (Académie)** : getkardinal.com/academie, ou la bulle Aide. Un article par fonction, avec « Où le trouver ».
Revoir ce guide	La bulle Aide › **Guide de prise en main**, ou le hub **Prise en main**.
Parler à quelqu'un	La bulle Aide › **Réserver un appel** : 15 minutes avec l'équipe.
Un blocage, une question	La bulle Aide › **Écrire au support**, ou support@getkardinal.com. Précisez ce que vous faisiez, et joignez une capture d'écran si possible.



La bulle d'aide, en bas à droite de chaque page.

BON À SAVOIR

- Les messages liés à votre compte et à votre sécurité (connexion, facturation) partent toujours : ils ne se coupent pas avec les notifications.
- L'abonnement et les informations de facturation sont réservés au titulaire de l'agence.
- Si votre accès se ferme, la page d'abonnement reste ouverte, avec un lien vers ce guide.

SUR L'APPLICATION MOBILE

Les notifications du téléphone et leurs heures calmes se règlent dans l'application (la cloche). L'abonnement se gère sur le site.

Pour finir : vos trois premiers gestes.

1. Importez vos clients : **Clients › Clients & Prospects**, **Import CSV**.
2. Vérifiez vos marques : **Ventes › Catalogue**. Les produits des marques qui vous lient sont déjà là.
3. Notez votre première visite : **Clients › Échanges clients**, **Nouvel échange**. Le pipeline et la carte se remplissent.

Une question pendant la prise en main ? Écrivez à **support@getkardinal.com**, nous vous répondons vite.