

MODULE 1 : LA RELATION COMMERCIALE ET LES UNITÉS COMMERCIALES

CHAPITRE 4 : La clientèle de l'unité commerciale.

S42- La relation commerciale

422- La relation commerciale et le marché

* La clientèle de l'unité commerciale

- Définir la notion de zone de chalandise et préciser ses méthodes d'évaluation.
- Indiquer la structure et les caractéristiques géographiques et économiques de la clientèle.
- Déterminer l'attractivité d'une implantation commerciale.
- Préciser les méthodes et les outils d'analyse : cartographie, géomarketing, études.
- Distinguer et caractériser des groupes de clients ayant des comportements homogènes.

A LA MAISON

☞ Faire télécharger le Chapitre 4 + progression sur le site Deltabut avant le cours.

☞ Vidéo : La zone de chalandise. A regarder à la maison + répondre aux questions.

↳ Questions :

1. La zone de chalandise est un espace territorial qui environne l'UC sur lequel se trouve ses clients actuels et potentiels ?
2. On peut définir cette zone en tenant compte des habitudes d'achat, des lieux de résidence...
3. Quels sont les outils permettant d'évaluer cette zone ?
4. Une zone isochrone est...
5. Une courbe isométrique est une courbe tracée en fonction des distances à parcourir par le consommateur pour atteindre l'UC ?

EN CLASSE

☞ Vérification des prérequis via Plickers (travail individuel réalisé par tous les étudiants en même temps).

☞ Prendre une feuille et la diviser en 4 parties (travail individuel).

- ↳ Dans chaque case, indiquer un objectif : définir la notion de zone de chalandise et préciser ses méthodes d'évaluation ; indiquer la structure et les caractéristiques géographiques et économiques de la clientèle ; déterminer l'attractivité d'une implantation commerciale ; préciser les méthodes et les outils d'analyse.

☞ Faire les exercices qui correspondent à chacun des objectifs et après chaque exercice résumer en une phrase, dans la partie correspondante, l'idée principale en lien avec l'objectif (travail en groupe) :

- ↳ Définir la notion de zone de chalandise et préciser ses méthodes d'évaluation : vidéo.
- ↳ Indiquer la structure et les caractéristiques géographiques et économiques de la clientèle : zoom P. 65 et 67, question 2 de l'application 1 P. 73, application 4 P. 75.
- ↳ Déterminer l'attractivité d'une implantation commerciale : question 1 de l'application 5 P. 76 + rendement au m², application 6 P. 77.

↳ Préciser les méthodes et les outils d'analyse: zoom P. 71.

- ☞ Pour chacun des objectifs, faire le lien avec son UC (travail individuel).
- ☞ Comparez vos résultats à ceux de votre groupe (travail en groupe).
- ☞ Test de connaissances : Quizzyourself = boucle de rétroaction par autoévaluation de l'étudiant (travail individuel selon le rythme de travail de l'étudiant) ⇒ QR code.
- ☞ Préparer une carte heuristique reprenant les objectifs du cours et les exemples issus de l'UC = boucle de rétroaction (travail en groupe).
- ☞ Test de connaissances : Plickers = boucle de rétroaction (travail individuel mais réalisé par tous les étudiants en même temps).
- ☞ Si besoin, remédiation : lire les articles et voir les vidéos sur le site Deltabut et indiquer les idées principales + faire le lien avec les objectifs du chapitre.

EN STAGE

- ☞ Liste de questions à poser à son tuteur :
 1. Une zone de chalandise a-t-elle déjà été réalisée par l'UC ou le réseau ?
 2. A quelle distance en km correspond chaque zone isométrique et à combien de temps en mn correspond la zone isochrone ?
 3. Quel est le nombre de clients et de prospects dans chaque zone ?
 4. Quelles sont les méthodes et techniques utilisées par l'UC pour localiser géographiquement la clientèle ?
 5. Quel est le profil type de notre clientèle, et quel pourcentage représente-t-il dans l'ensemble de notre clientèle ?
 6. La politique commerciale de l'UC est-elle adaptée à la structure de la clientèle sur la zone de chalandise ? Pourquoi ?
 7. A combien est évalué le marché potentiel théorique ?
 8. A combien est évalué le marché potentiel réel ?
 9. A combien est estimé l'indice d'attraction ? Quel est le taux d'emprise sur la zone de chalandise ?
 - ☞ Quoi faire en stage ?
 - A partir de documents internes à l'UC (factures, sondages, bons de garantie...), réaliser la zone de chalandise.
 - Repérer les concurrents présents dans la zone de chalandise et faire une étude de cette concurrence.
 - Étudier la stratégie de communication pour voir si elle est adaptée à la zone de chalandise.
- + Tutorat entre étudiants pour le travail en groupe.
- + Mutualisation de l'expérience avec les MUC 2.
- + QR code avec synthèse.
- + Fiche d'activité : rechercher des informations.

EN INFORMATIQUE

- ☞ Créer la zone de chalandise de son UC.