

FICHE D'ACTIVITE : FONCTIONNEMENT DE L'UC

DUC - MODULE 1 : LES BASES DE LA MERCATIQUE	
CHAPITRE 2 : Le système d'information mercatique	
SAVOIRS : S41- Les bases de la mercatique	
411- La démarche marketing <i>* Le système d'information marketing</i>	<u>OBJECTIFS :</u> - Définir la notion de système d'information marketing - Indiquer sa place dans le système d'information de l'entreprise - Souligner l'importance de l'information dans la démarche marketing - Préciser les finalités, les enjeux et les composantes du système d'information marketing.
GRC - MODULE 1 : LA RELATION COMMERCIALE ET LES UNITÉS COMMERCIALES	
CHAPITRES 1 à 5	
SAVOIRS : S42- La relation commerciale	
422- La relation commerciale et le marché <i>* La clientèle</i> <i>* La concurrence</i>	<u>OBJECTIFS :</u> - Définir la zone de chalandise et préciser ses méthodes d'évaluation - Indiquer la structure et les caractéristiques géographiques et économiques de la clientèle - Déterminer l'attractivité de l'implantation commerciale - Distinguer et caractériser des groupes de clients ayant des comportements homogènes - Identifier les caractéristiques de la concurrence locale - Réaliser un benchmarking - Créer une carte de positionnement / mapping
LIENS ACRC/PDUC ET COMPETENCES PROFESSIONNELLES	
U5 ACRC	C6 Rechercher et exploiter l'information nécessaire à l'activité commerciale
U6 PDUC	C43 Développer et maintenir la clientèle de l'unité commerciale C51 Élaborer une offre commerciale adaptée à la clientèle

Félicitations, vous avez trouvé votre entreprise de stage. Vous allez maintenant devoir vous intégrer à une équipe de travail, connaître le fonctionnement de l'UC, les codes afin de vous familiariser avec le secteur d'activité et toutes les parties prenantes. L'objectif à terme étant d'être autonome tout en faisant preuve d'esprit d'équipe et devenir force de proposition en proposant des projets afin de développer la clientèle et/ou l'offre de produits/services.

Consignes de travail :

I. Répondez aux questions suivantes (guide d'entretien à réaliser avec votre tuteur - travail individuel) :

1. Pouvez-vous me présenter le réseau et ses performances commerciales (chiffres clés et évolution) ?
2. Quelle est l'autonomie de l'UC / au réseau ?
3. Quels sont les différents acteurs avec lesquels l'UC entre en contact ?
4. Qui s'occupe de réaliser la veille commerciale ? Périodicité ?
5. Qui identifie : la cible de clientèle, les performances des concurrents ? À quelle fréquence ? Avec quels outils ?
6. Qui réalise des enquêtes de satisfaction de notoriété... ?
7. Qui mesure l'impact des actions (ex : modification d'un prix, animations commerciales, campagnes de communication) ? Avec quels indicateurs ? Outils ?
8. Réalisez-vous des extractions de données dans le système d'information de l'UC (ou le logiciel de GRC) afin de faciliter la prise de décisions ?
9. Comment sont exploitées les informations collectées sur la clientèle et la concurrence de l'UC ?
10. Avez-vous identifié des lacunes dans le fonctionnement du système d'information ?

II. Rechercher des informations, des documents, des données sur les éléments indiqués dans la fiche intitulée « Grille d'évaluation : description de l'UC ».

III. Rechercher des informations sur Internet et dans la documentation commerciale.

- Créer des Google alertes.
- Faire de la veille commerciale :
 - Faire des recherches sur des sites web spécialisés : LSA, Points de vente, E-marketing, Le hub de La Poste, Ecommercemag, Marketing-professionnel, Strategies, JDN, AFE (ex-APCE)...
 - Créer une recherche par thème : Scoop.it
 - S'abonner à des newsletters
 - Faire des recherches dans des journaux : Le Monde, Les Echos, Le Figaro...

IV. Comparez vos résultats avec ceux de votre groupe et profitez-en pour faire une auto-évaluation des informations que vous avez collectées.

- Utiliser la fiche intitulée « Grille d'évaluation : description de l'UC »

V. Types d'activités à réaliser dans votre UC :

- Poser les questions à son tuteur pour mieux connaître le fonctionnement de l'UC.
- Collecter et extraire des données du système d'information (performances commerciales, zone de chalandise, profil type de la clientèle, résultats d'une précédente enquête de satisfaction...).
- Assurer la veille sur Internet.
- Recenser tous les logiciels/applications utilisés.

VI. Outils informatiques à mobiliser :

- Traitement de texte et tableau de recherche des informations : Microsoft Word
- Calculs, scoring, graphiques, carte de positionnement : Microsoft Excel, tableur

- Diaporama Microsoft PowerPoint, Prezi, Emaze
- Localisation géographique avec insertion de texte : Paint
- Localisation géographique : Mappy, Google Map, ViaMichelin...
- Zone de chalandise : www.owlapps.net/application-geomarketing
- Schémas : Diagram.ly
- Carte heuristique : Freemindmap

🔗 Voir la méthodologie complète de l'activité sur le site www.deltabut.com

