

FICHE D'ACTIVITE : DYNAMISER L'OFFRE DE PRODUITS ET SERVICES

GRC - MODULE 2 : LA RELATION COMMERCIALE ET LA MERCATIQUE DE SITE	
CHAPITRE 9 : La communication locale.	
SAVOIRS : S42- La relation commerciale	
423- La relation commerciale et la mercatique opérationnelle de l'unité commerciale <i>* La communication locale</i>	OBJECTIFS : - Présenter les enjeux et les dimensions de la communication locale. - Identifier les formes de communication. - Caractériser les médias et supports utilisés. - Préciser les critères de choix. - Justifier la pertinence des choix de communication locale et montrer leur efficacité.
LIENS ACRC/PDUC ET COMPETENCES PROFESSIONNELLES	
U5 ACRC	C54 Dynamiser l'offre de produits et de service C41 Vendre 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

Vous vous êtes maintenant familiarisés avec votre UC. Dans le cadre de l'activité « dynamiser l'offre de produits et de service », vous devez montrer quelle est l'importance de la communication locale pour une UC.

Consignes de travail :

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

1. Qui analyse les retombées au niveau local de la communication ? Quels indicateurs utilisez-vous ?
2. Qui décide du choix des produits/services à promouvoir ?
3. Connaissez-vous le nombre de flyers, journaux gratuits distribués sur la zone de chalandise ? Qui les distribue et avec quelle périodicité ?
4. Quelle est la marge de manœuvre de l'UC en matière de communication locale ?
5. Quels sont les médias et les supports utilisés pour la communication locale ?
6. Votre UC utilise-t-elle Internet et/ou les réseaux sociaux pour sa communication locale ? Comment personnalise-t-elle ses messages ?

II. Comparez vos résultats avec ceux de votre groupe et présentez une synthèse détaillée reprenant l'ensemble des points évoqués (travail en groupe).

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

- Recenser les moyens de communication utilisés par votre UC au niveau local sur la zone de chalandise (en interne, en externe, analysez-les et présentez les indicateurs utilisés pour mesurer l'efficacité des campagnes de communication),
- Animation commerciale : présentation de produit, événement particulier...
- Actions promotionnelles : brochures, flyers, actions de marketing direct...

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

