

## SCÉNARIO 2

# Traiter et exploiter les informations



### Mise en situation

Vous êtes embauché(e) dans le magasin Bricomarché de Montaren-et-Saint-Médiers (département du Gard, région Occitanie), près d'Uzès. Cette enseigne est spécialisée dans le matériel de bricolage et de jardinage. La clientèle du magasin est composée essentiellement de particuliers (92 %) et de quelques artisans (8 %).

Vous êtes directement rattaché(e) au directeur du magasin, M. Brassart, qui souhaite vous missionner sur un nouveau projet.

#### Compétences :

- Assurer la veille commerciale
- Traiter et exploiter l'information
- Diffuser l'information
- Fidéliser la clientèle

#### Comportement :


- Faire preuve d'aisance relationnelle
- Faire preuve d'organisation et de méthode
- Être curieux, attentif et à l'écoute



**MISSION 1 Analyser les informations sur le marché et la concurrence**

1:00

M. Brassart souhaite proposer à ses clients particuliers et professionnels un service proposé par certains magasins de la même enseigne : le service *click & collect*. Il vous demande de collecter des informations sur ce service.

- 1 Consultez les **documents 1 et 2**. Vous pouvez également consulter le site Internet de l'enseigne Bricomarché et la vidéo de présentation du service *click and collect*.
- 2 Localisez les principaux concurrents de Bricomarché sur le secteur de Montaren-et-Saint-Médiers (**document 3**).
- 3 Réalisez une note adressée à votre responsable sur l'opportunité de proposer le service *click & collect*, en complétant la trame proposée dans l'annexe 1. Dans un second temps, vous présentez cette note à l'aide d'un logiciel de traitement de texte.  
 Aidez-vous de la fiche outil n° 4 : Réaliser une note d'information avec Word.

**MISSION 2 Collecter les informations sur la clientèle**

1:00

M. Brassart doit prendre en compte les besoins de ses clients pour que le service *click & collect* soit en adéquation avec leurs attentes. Il est donc important de réaliser une enquête auprès de la clientèle actuelle.

- 4 Consultez le **document 4** ainsi que le mail envoyé par votre responsable (**document 5**).
- 5 Réalisez le projet de l'enquête qui sera administrée dans le magasin en complétant l'annexe 2. Vous pouvez également réaliser ce travail à l'aide d'un logiciel de traitement de texte.
- 6 Testez votre enquête auprès des différents profils de clients (**document 6**). Chaque élève joue à tour de rôle le profil d'un client pendant qu'un autre joue le rôle de l'enquêteur.
- 7 Analysez les prestations en vous aidant de la grille d'analyse (**annexe 3**).



## MISSION 3 Exploiter le fichier clients

0:15

L'enquête a révélé un réel intérêt pour le service *click & collect*. Votre responsable souhaite valoriser ses clients professionnels dans l'objectif de les fidéliser, car ce sont des clients à fort potentiel. Il vous demande de cibler les professionnels potentiellement intéressés par ce nouveau service afin de les inviter à une opération de fidélisation.

**8** Prenez connaissance des consignes laissées par M. Brassart ([document 7](#)).

**9** Consultez le fichier clients du magasin ([document 8](#)) et sélectionnez les clients à partir des critères indiqués dans le mail de M. Brassart. Vous pouvez effectuer cette sélection à l'aide du tableur Excel.

 Aidez-vous de la fiche outil n° 6 : Trier des données dans Excel.

## MISSION 4 Informer le personnel du magasin

0:30

M. Brassart vous demande de vous intéresser aux conditions réglementaires d'utilisation du service *click & collect*. Il est important que le personnel connaisse bien les conditions générales d'utilisation de ce service. M. Brassart vous demande de réaliser la note interne qui sera affichée à l'accueil du magasin à l'attention du personnel dédié au service *click & collect*.

**10** Consultez les conditions générales du service *click & collect* ([document 9](#)) et les consignes de M. Brassart ([document 10](#)).

**11** Réalisez la note à l'attention du personnel en complétant l'[annexe 4](#). Vous pourrez réaliser cette note à l'aide d'un logiciel de traitement de texte.

 Aidez-vous de la fiche outil n° 4 : Réaliser une note d'information avec Word.

## MISSION 5 Contribuer à des actions de fidélisation

1:00

M. Brassart a décidé d'inviter les clients sélectionnés à une soirée de présentation du service *click & collect* autour d'un cocktail convivial. Il vous demande de préparer les différents supports qui permettront de réaliser une communication dynamique lors de cette soirée.

**12** Consultez les consignes de M. Brassart ([document 11](#)) ainsi que le [document 12](#) sur la méthode AIDA.

**13** Rédigez le mail d'invitation en complétant l'[annexe 5](#).

**14** Réalisez l'affiche qui sera placée à l'entrée du magasin en complétant l'[annexe 6](#). Vous pouvez réaliser ce travail à l'aide d'un logiciel de présentation comme PowerPoint.

**15** Construisez le plan du diaporama du nouveau service *click & collect* sur l'[annexe 7](#) puis réalisez-le à l'aide d'un logiciel de présentation comme PowerPoint.

 Aidez-vous de la fiche outil n° 5 : Réaliser un diaporama avec PowerPoint.





DOCUMENT 1 Bricomarché de Montaren

Accueil > Magasins Bricomarché > France > Languedoc-Roussillon > Gard > Fontarèches > BRICOMARCHÉ Montaren

RETOUR À LA CARTE

**PRÉSENTATION**

Votre magasin Bricomarché Montaren vous propose une offre complète pour tous vos travaux de Bricolage et aussi de jardinage. Faites le choix de la proximité et profitez des conseils de notre équipe pour réaliser tous vos projets : du choix d'une tondeuse, à la sélection d'une couleur pour vos murs, nos équipes se feront un plaisir de vous guider dans l'utilisation, et le mode de pose de nos produits. Installés dans notre belle région de Languedoc-Roussillon, nous vous proposons toute l'année des prix bas dans tous nos rayons : Décoration et luminaires, aménagement intérieur et rangement, outillages et équipement, chauffage et sanitaires, matériaux et menuiserie, jardin et aménagement extérieur, animalerie ...

Magasin agréé, pour les activités de Vente de produits phytopharmaceutiques à des utilisateurs non professionnels : N° d'agrément LR00880



**BIENVENUE AU MAGASIN BRICOMARCHÉ MONTAREN**



Route d'Alès  
Lieu dit les Sables  
30700 Montaren  
Tél : 04 66 20 83 90

> RECEVEZ NOS COORDONNÉES

@ CONTACTEZ-NOUS

**LE CLICK & COLLECT BRICOMARCHÉ : UN SERVICE SIMPLE, PRATIQUE ET GRATUIT.**

LES ÉTAPES DU CLICK & COLLECT BRICOMARCHÉ\* :

<p><b>1</b></p>  <p>Je me rends sur le site internet de mon magasin Bricomarché pour réserver les produits dont j'ai besoin : <a href="http://www.bricomarche.com">www.bricomarche.com</a></p>	<p><b>2</b></p>  <p>Mon magasin valide la réservation et prépare gratuitement mes produits sous 2 heures.</p>	<p><b>3</b></p>  <p>Je dispose ensuite de 48 heures pour retirer et payer mes produits en magasin.</p>
--	---	--

PAROLE DE CLIENTS : Les 3 bonnes raisons d'utiliser le Click & Collect



Paul, 35 ans, banquier

En général, je dispose de peu de temps pour effectuer des achats la semaine et je ne veux pas passer mon temps dans les magasins le week-end, le Click & Collect me permet un réel gain de temps.



Manon, 42 ans, professeur

Le bricolage et moi ça fait deux ! Je prends le temps de faire des recherches sur internet pour choisir le bon produit. Une fois trouvé, je n'ai plus qu'à le réserver.



Thierry, 63 ans, retraité

Jeune retraité, je veux profiter au maximum de mes journées. Je gagne du temps en réservant mes produits sur internet, ce qui me permet de consacrer plus de temps à d'autres occupations. Plus de mauvaises surprises en magasin, je suis sûr d'avoir tout le nécessaire pour mes projets



**vidéo** Nathan live

Le service click & collect Bricomarché

[youtu.be/14rEHPGVbtg](http://youtu.be/14rEHPGVbtg)

[www.bricomarche.com](http://www.bricomarche.com)



## DOCUMENT 2 Click & collect : trois raisons de le proposer à vos clients

Le *web-to-store* continue de faire des émules. Parmi les nombreux éléments qui le définissent, le phénomène du *click & collect* apparaît aujourd'hui comme un élément incontournable d'une stratégie cross-canal. Et ce ne sont pas les plus de 72 % de grands commerces français l'ayant déjà mis en place qui diront le contraire : 2016 est l'année qui démocratisera le *click & collect* auprès des petits commerçants, qui ne sont aujourd'hui que 23 % à l'avoir mis en place.

Pour ceux qui sortiraient tout juste d'une longue phase d'hibernation, le *click & collect* est un procédé simple qui consiste pour un consommateur à réserver un produit en ligne pour ensuite venir le récupérer en magasin. Il ne s'agit pas d'une simple option de retrait en magasin où le produit serait disponible sous plusieurs jours. Ici, le consommateur commande le produit puis se voit proposer différents points de vente à proximité de son lieu d'habitation où il peut venir récupérer son produit, sans délai.

Pas convaincu(e) des atouts de la mise en place d'un service de *click & collect* dans votre boutique ? Laissez-nous vous faire un petit florilège des raisons pour lesquelles la question n'est pas de savoir si vous devez en mettre un en place mais quand vous devez le faire.

Extrait issu du blog de LUNDI MATIN, éditeur de logiciels spécialisés dans la gestion omnicanale, [www.lundimatin.fr](http://www.lundimatin.fr), 26 avril 2016.



## DOCUMENT 3 Enseignes de bricolage, Montaren-et-Saint-Médiers

### BRICOMARCHE

4,1 ★★★★★ (43) · Magasin de ...  
D981 Route d'Alès, Lieu dit les Sa...  
04 66 20 83 90

Fermé · Ouvre à 09:00 (jeu.)

Chaînes proposant une gamme de produits de construction, de bricolage, de décoration et de jardinerie.

### WELDOM UZES

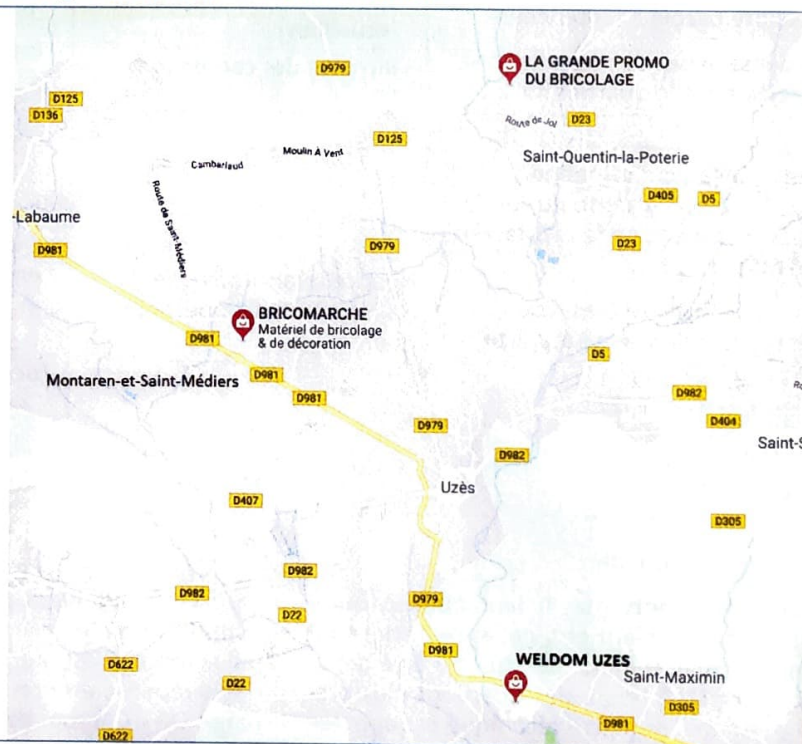
3,8 ★★★★★ (89) · Magasin de ...  
Mas de la Place  
04 66 03 09 10

Fermé · Ouvre à 09:00 (jeu.)

Chaîne proposant du matériel de bricolage, des articles d'aménagement et de déco d'intérieur et d'extérieur.

### LA GRANDE PROMO DU BRICOLAGE

Aucun avis · Magasin de bricolage  
543 Chemin de Fontarèches  
04 66 22 69 87  
Fermé · Ouvre à 00:00 (jeu.)







## DOCUMENT 4 Conseils pour la réalisation d'une enquête terrain

### Les questions du questionnaire

Elles doivent être courtes et compréhensibles par le plus grand nombre. Il est conseillé d'être bref et de ne pas dépasser vingt ou trente questions, sinon le sondé se lassera et ne répondra pas bien aux questions posées.

Au sein d'un questionnaire, le choix du type de questions a également une incidence sur les résultats de l'enquête. [...]



Type d'interrogation	Avantages	Inconvénients
<b>La question fermée à choix unique</b> Ex. : « Quel âge avez-vous ? », « Possédez-vous un ordinateur ? »	– Rapidité d'administration – Simplicité de traitement	Ne se prête pas à l'étude du comportement des sondés
<b>La question fermée à choix multiple</b> Ex. : « Comment avez-vous connu le site de l'APCE ? – Par un moteur de recherche – Par un organisme de conseil & d'accompagnement – Par la presse »	Simplicité de traitement et de dépouillement	– Influence les personnes interrogées par des réponses proposées – Difficile pour le sondé de mémoriser une longue liste d'éléments
<b>La question ouverte</b> Elle laisse la libre parole à l'interviewé. Ex. : « Que pensez-vous de l'installation d'une supérette dans le quartier ? »	– Spontanéité des réponses recueillies – Richesse des contenus	– Dépouillement et analyse des résultats difficiles – Risque d'un grand nombre de non-réponses
<b>Les échelles</b> Elles mesurent, à l'aide d'un rapport de grandeur, l'avis ou l'attente du sondé sur certains points précis de la satisfaction d'un service ou produit. Ex. : « Dans quelle mesure êtes-vous satisfait des services de votre garagiste ?  10   9   8   7   6   5   4   3   2   1 – Très satisfait (8 à 10) – Plutôt satisfait (4 à 7) – Plutôt insatisfait (1 à 3) »	Nuance quantitativement les réponses aux questions qualitatives	– Quelquefois difficile à mettre en place – Risque de retrouver des mesures trop moyennes pour prendre des décisions

### La structure du questionnaire

Elle est également importante. Il faut que les questions s'enchaînent facilement et qu'elles respectent un ordre. Dans un premier temps, elles doivent être générales puis aboutir peu à peu à des questions plus précises et plus personnelles. Cette technique est appelée « technique de l'entonnoir ». Chaque question doit par ailleurs être numérotée et les réponses codifiées.

Ex. : On n'indiquera pas : Question 6 « Consommez-vous du pain ? » :

– si la réponse est oui, question suivante,  
 – si la réponse est non, passez à la question n° 20  
 mais : Q6 « Consommez-vous du pain ? »

a : Oui => Q7

b : Non => Q20.



## DOCUMENT 5 Consignes de M. Brassart

Envoyer	À...	
	Cc...	
	Objet	Consignes pour l'élaboration de l'enquête terrain

Bonjour,

En ce qui concerne votre enquête terrain auprès des clients du magasin, j'aimerais que la première partie soit axée sur l'identification de la personne interrogée. Cela me permettra de connaître le profil des clients intéressés par ce service. Vous pouvez accorder 5 questions pour cette partie. Ensuite, il faudrait poser des questions sur la connaissance de ce service pour savoir si les clients se sont déjà servis du *click & collect* et leur intérêt pour ce service (4 questions). La troisième partie serait consacrée aux attentes des clients en termes de qualité de service et aux conditions de retrait de leurs articles (jours et heures), cela me permettra d'organiser le planning du personnel aux fortes affluences de retrait (3 questions).

Dans tous les cas, votre questionnaire ne doit pas dépasser 12 questions, de façon à ce qu'il ne soit pas trop long à administrer, autrement, le client ne souhaitera pas y répondre.

Bon courage,

Cordialement,

M. Brassart

## DOCUMENT 6 Profils des clients à interroger

Profil 1	Profil 2	Profil 3
		
<b>M. Brochard, 55 ans, en activité</b>	<b>Mme Cuzenic, 62 ans, retraitée</b>	<b>Mme Dejean, 32 ans, mère au foyer</b>
Client fidèle du magasin (possède la carte de fidélité) Habite à Montaren Bricoleur invétéré le week-end, il est souvent pressé lorsqu'il vient au magasin car pour lui, c'est du temps en moins pour réaliser ses travaux à la maison. Il sait ce qu'il veut car il a une bonne connaissance du bâtiment.	Cliente occasionnelle Habite à Saint-Quentin-la-Poterie Mme Cuzenic vient pour acheter essentiellement des articles de jardinerie. Elle choisit souvent seule ses articles et ne souhaite pas être importunée par les vendeurs. Elle vient rarement prendre des conseils car jardiner est sa passion.	Cliente fidèle (possède la carte de fidélité) Habite Serviers-et-Labaume Mme Dejean se rend au magasin avec ses trois enfants en bas âge. Elle a du mal à faire ses achats car ses enfants sont souvent débordants d'énergie. La communication est donc compliquée avec les vendeurs et elle fait le tour du magasin dans la précipitation. Elle achète souvent des articles de décoration.





**DOCUMENT 7** Consignes de M. Brassart pour la sélection des clients professionnels

Bonjour,

Pour sélectionner les clients qui seront invités à l'opération de fidélisation, vous devez sélectionner dans le fichier clients uniquement les professionnels qui réalisent un chiffre d'affaires d'au moins 2 500 € par mois. Je vous communique le fichier Excel qui vous permettra de réaliser le tri par critère de sélection.

Cordialement,

M. Brassart



**DOCUMENT 8** Fichier Excel clients professionnels

Nom	Prénom	Catégorie de client	Spécialisation si professionnel	Date dernier achat	Montant des achats mensuels (en €)	Nombre de passages en caisse année N
Montapin	Christian	Particulier		26 mars	4 320,05	23
Técède	Philippe	Particulier		20 avril	4 090,95	12
Tillier	Bernard	Professionnel	Peinture/ Carrelage	19 avril	3 521,80	13
Givron	Jean-Paul	Particulier		22 mars	3 465,10	9
Caballero	José	Professionnel	Peinture	25 janv.	3 209,00	0
Traquigny	Patrick	Particulier		18 avril	3 075,85	16
Dupuis	Caroline	Particulier		18 avril	2 992,65	11
Goutirez	Stéphane	Particulier		10 avril	2 975,50	9
Croix	Esteban	Professionnel	Chauffage	30 mars	2 790,95	11
Antkoviak	Claire	Professionnel	Peinture	09 avril	2 755,15	9
Dumond	Laurent	Particulier		04 avril	2 605,50	12
Grémy	Jérémy	Professionnel	Paysagiste	28 mars	2 557,28	10
Chouraki	David	Professionnel	Carrelage/ peinture	05 mars	2 323,76	6
Prieur	Alain	Professionnel	Plomberie	07 févr.	2 175,54	4
Paquette	Eric	Particulier		23 mars	1 202,90	6
Pinto	Arnaud	Particulier		30 mars	3520,80	15
Bongibault	Bertrand	Particulier		23 janv.	960,60	5
Gascon	Michel	Professionnel	Couvreur	21 janv.	405,00	1



### 3.3 Prix des produits

Les prix affichés sur la page du magasin sont des prix en euros TTC. [...] Aucun supplément de prix au titre du retrait des produits en magasin n'est facturé par le magasin.

Au titre de l'offre *Click & Collect* réservation, le magasin promet de vendre au client le produit aux conditions visées dans la confirmation de réservation nonobstant toute augmentation de prix pouvant intervenir entre la date de réception de la confirmation de réservation par le client et la date à laquelle ce dernier se présentera au magasin aux fins de procéder au retrait. [...]

En cas d'affichage d'un prix erroné, manifestement dérisoire, quelle qu'en soit la raison (erreur manuelle ou technique), la réservation peut, à tout moment, être annulée par le magasin même si elle a déjà fait l'objet d'une confirmation de réservation. Dans cette hypothèse, le magasin s'engage à informer le client de cette annulation dans les plus brefs délais.

### 4.1 Modalités de réservation

Le client doit, pour effectuer une réservation sur la page du magasin, respecter l'ensemble des étapes mentionnées ci-dessous :

1. Choisir, sur la page du magasin, les produits proposés par ledit magasin (prix et stock disponible) qu'il souhaite réserver et selon la quantité souhaitée.

2. Cliquer sur le bouton de réservation ce qui a pour effet de faire apparaître la page panier. Les produits choisis par le client s'ajoutent à sa réservation, matérialisée par le panier. Le client peut modifier les quantités (ajout ou suppression) figurant dans le panier préalablement à la validation de sa réservation.

3. Saisir obligatoirement les informations suivantes : titre de civilité, nom et prénom, adresse de courrier électronique valide, et de manière facultative le numéro de téléphone portable. À ce titre, le client s'engage à fournir des informations fiables et véritables et le magasin ne saurait être tenu pour responsable d'éventuelles erreurs de saisie et des conséquences qui en découleraient telles qu'une erreur dans l'envoi de la confirmation de réservation.

4. Lire les conditions générales de réservation en vigueur et les accepter sans réserve en cochant la case « *J'accepte les conditions générales de réservation* » figurant sous le détail de sa réservation. [...]

5. Vérifier le détail de sa réservation et corriger le cas échéant, lors de l'affichage du récapitulatif de la réservation,

les produits et leur quantité. En cas d'erreur de saisie, le client sera responsable des retards ou erreurs qui pourraient en découler.

6. Valider la réservation en cliquant sur l'icône « *Finaliser ma réservation* ».

À l'issue de ces étapes, le client reçoit un courrier électronique automatique l'informant du traitement de sa demande de réservation par le magasin. Ce courrier électronique ne vaut pas confirmation de sa réservation.

### 4.2 Confirmation de la réservation

La réservation ne sera considérée comme validée qu'à compter de la réception par le client d'un courrier électronique de confirmation de la réservation libellé « *Votre réservation est disponible dans votre magasin Bricomarché* », reprenant l'ensemble des informations relatives à ladite réservation [...] Le client aura la possibilité, depuis les liens figurant dans le courrier électronique automatique d'information de traitement de sa demande et dans la confirmation de réservation, d'annuler sa demande de réservation à tout moment, et ce jusqu'à la date limite de retrait. [...]

### 5.1 Date Limite de Retrait

À compter de la confirmation de la réservation, le client disposera d'un délai maximum de quarante-huit (48) heures pour procéder au retrait auprès du guichet *Click & Collect* du magasin concerné aux heures d'ouverture de ce dernier [...]. Dans le cas où la date limite de retrait viendrait à expirer un dimanche, la date limite de retrait sera automatiquement [prolongée] au jour d'ouverture suivant du magasin. [...] Par ailleurs, le client recevra un SMS lui rappelant l'expiration de la date limite de retrait le matin (9 h) du dernier jour de mise à disposition de la réservation.

Dans l'hypothèse où le client (ou son représentant) ne se déplacerait pas dans le magasin pour procéder au retrait au plus tard à la date limite de retrait, la réservation sera caduque et le produit ne sera plus réservé au bénéfice du client. Aucun frais ne sera appliqué au client de ce fait.



www.bricomarche.com




**DOCUMENT 10** Consignes de M. Brassart pour la note adressée au personnel de l'accueil

Envoyer	À...	
	CC...	
Objet		Objet : Consignes pour la réalisation de la note adressée au personnel d'accueil

Bonjour,

Nous allons mettre en place le service *click & collect* très prochainement, et il est indispensable que le personnel de l'accueil puisse avoir toutes les informations nécessaires aux conditions de retrait des produits commandés par le client, puisque ce sont les personnes de l'accueil qui seront garants de la qualité de ce service. J'aimerais que vous réalisiez une note qui leur sera adressée. Celle-ci devra être claire et concise de façon à ce qu'elle soit lisible facilement et rapidement. Elle devra contenir les informations suivantes :

- des consignes sur les conditions administratives du retrait ;
- des consignes sur les délais de retrait des produits ;
- des informations sur les réclamations liées au prix.

Je vous remercie pour votre collaboration sur ce projet qui touche bientôt à sa fin.

Cordialement,

M. Brassart

**DOCUMENT 11** Consignes de M. Brassart pour la réalisation des supports de communication

La soirée VIP de présentation du nouveau service de *click & collect* pour les professionnels aura lieu le samedi 15 juin à partir de 19 h. Elle se déroulera dans notre salle de réunion.

Pour la soirée, il faudrait avoir un support de présentation qui ne dépasse pas 6 diapos.

Pour l'invitation et l'affiche, vous vous appuyerez sur le modèle AIDA. Je vous joins une trame de courriel qui explique cette méthode.

Pensez à identifier le magasin par le logo, l'adresse et le numéro de téléphone pour que le client dispose de toutes les informations qui permettent le contact.

Durant cet évènement, le personnel d'accueil du magasin pourra développer les différents avantages du service. Ce sera l'occasion de renforcer nos relations commerciales avec cette catégorie de clients.

Pensez à indiquer aux clients qu'ils doivent nous informer de sa présence, de façon à organiser au mieux leur accueil.







**Attention :**  
capter l'attention de l'internaute avec un objet court, précis et qui éveille la curiosité.

**Intérêt :**  
susciter l'intérêt de l'internaute avec une phrase d'accroche thématique percutante.

**Désir :**  
créer le besoin avec un visuel attractif et un texte descriptif clair et concis.

**Action :**  
insérer des liens cliquables appelés « call-to-action » bien visibles.