

# Entrainement E33 – PFMP 3 (première bac pro)

Le rapport d'étonnement doit présenter le contexte professionnel et refléter vos premières impressions concernant la gestion de la relation client

## PROPOSITION DE PLAN

### 1. LE CONTEXTE PROFESSIONNEL

#### 1.1. L'entreprise (DOSSIER ECRIT : fiche signalétique + organigramme + zone de chalandise + tout autre élément pertinent)

Objectif de la présentation orale (avec support informatique) : présenter l'entreprise et son environnement

- Identification de la structure : historique, coordonnées, forme commerciale et juridique, chiffres clés, activités, assortiment, etc.
- Environnement commercial : profil de la clientèle, zone de chalandise, identification de la concurrence, etc.
- Stratégie omnicanale : site internet, réseaux sociaux, outils digitaux d'aide à la vente, etc.

#### 1.2. Diagnostic stratégique (DOSSIER ECRIT : tableau des forces et faiblesses de l'entreprise – diagnostic interne – et des opportunités et menaces de l'environnement – diagnostic externe)

Objectif de la présentation orale (avec support informatique) :

A partir de sources d'information fiables et récentes (expliquer les modes de collectes et de sélection), établir un diagnostic stratégique efficace permettant de mettre en lumière les principales forces et faiblesses de l'entreprise et les principales opportunités et menaces de l'environnement.

Exemple de questions que vous pouvez vous poser pour réaliser un diagnostic stratégique

	FORCES	FAIBLESSES
DIAGNOSTIC INTERNE	<ul style="list-style-type: none"><li>- Que faites-vous de mieux que vos concurrents ?</li><li>- Qu'est-ce qui différencie votre entreprise/marque/produit ?</li><li>- Avez-vous des avantages concurrentiels solides ?</li><li>- Votre notoriété/réputation est-elle solide ?</li><li>- Votre image de marque est-elle bonne ?</li><li>- Avez-vous suffisamment d'expérience ?</li><li>- Avez-vous un brevet déposé, une technologie innovante ?</li><li>- Savez-vous utiliser les nouveaux moyens de communication ?</li><li>- Connaissez-vous vos clients ? Avez-vous une relation privilégiée avec chacun d'entre eux ?</li><li>- Vos employés sont-ils hautement qualifiés ?</li><li>- Le climat de travail au sein de votre entreprise est-il bon ?</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Que faites-vous moins bien que vos concurrents ?</li><li>- Votre portefeuille de produit est-il équilibré ?</li><li>- Manquez-vous de ressources ?</li><li>- Vos moyens financiers / logistiques / humains sont-ils suffisants ?</li><li>- Vos clients sont-ils fidèles à votre entreprise/marque ?</li><li>- Votre communication est-elle suffisante pour générer de la demande ?</li><li>- Votre localisation est-elle un atout ?</li><li>- Votre base de client est-elle suffisante ?</li><li>- Votre système informatique est-il dépassé ?</li><li>- La taille de votre force de vente est-elle suffisante ?</li><li>- Votre taux de rotation du personnel est-il élevé ?</li><li>- Votre taux d'absentéisme est-il élevé ?</li></ul>

	OPPORTUNITES	MENACES
DIAGNOSTIC EXTERNE	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Le marché progresse-t-il ?</li> <li>- De nouveaux segments à fort potentiel ont-ils émergés ?</li> <li>- Existe-t-il une nouvelle législation favorable susceptible de stimuler la demande ?</li> <li>- Y a-t-il des possibilités de partenariat avec d'autres acteurs du marché ?</li> <li>- Pouvez-vous profiter de la mondialisation avec l'ouverture de nouveaux marchés ?</li> <li>- Existe-t-il de nouvelles chaînes de distribution ?</li> <li>- Y a-t-il des changements de comportement des consommateurs qui pourraient vous être favorables ?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Quel est le niveau de concurrence ?</li> <li>- Y a-t-il de nouveaux acteurs potentiels sur le marché ?</li> <li>- Quels sont les risques de complexification au niveau légal et juridique ?</li> <li>- La conjoncture économique est-elle favorable ?</li> <li>- La situation sanitaire est-elle un frein à l'activité ?</li> <li>- Quels sont les changements à venir favorisant l'obsolescence des produits actuels ?</li> <li>- Existe-il des marchés matures ou en décroissances ?</li> <li>- Avez-vous observé une chute des prix en raison d'un excès de production ?</li> </ul>

## 2. OBSERVATION DE LA GESTION DE LA RELATION CLIENT (GRC)

**2.1. Ce que j'ai aimé dans la GRC** (les actions/pratiques/organisations de travail qui fonctionnent, ce que vous avez trouvé pertinent, efficace et/ou innovant)

**2.2. Ce qui m'a surpris, étonné dans la GRC** (les actions/pratiques/organisations de travail qui ne fonctionnent pas ou mal, ce que vous avez trouvé inutile, inefficace ou dépassé)

Exemple de questions que vous pouvez vous poser pour orienter votre réflexion :

- Comment évolue le chiffre d'affaires ?
- Comment évolue la fréquence de visite de la clientèle ?
- Comment évolue le nombre de carte de fidélité ?
- Comment évolue la notoriété de l'entreprise/ du magasin / de la marque ?
- Existe-t-il la nécessité de développer la clientèle à la suite du lancement d'un nouveau produit ?
- Existe-t-il la nécessité de redynamiser le point de vente ?
- Existe-t-il la nécessité de rechercher de nouveaux clients ?

### 2.3. Proposition de 2 actions de fidélisation et/ou de développement de la relation client

Chaque proposition doit avoir comme point de départ un problème observé dans l'entreprise : vous devrez proposer une ou des solutions pour résoudre ce problème par une ou des actions de fidélisation et/ou de développement de la relation client.

Présentation de l'action :

- Pourquoi : problème observé
- Qui : clientèle ciblée
- Quoi : produits sélectionnés
- Quand : période
- Où : lieu
- Comment : budget, organisation (rétroplanning : établir de façon chronologique la liste des tâches à effectuer et le temps attribué à chaque tâche), moyens de fidélisations et/ou de développement de la relation client choisis (préciser les moyens matériels, humains, de communication, etc.)