

Atouts compétences



MCO

1^{re} et 2^e années

BLOC

1

Sous la coordination de
I. Chaupart

Développer la relation client et assurer la vente conseil

NOUVELLE ÉDITION

- Préparation complète à l'épreuve E41
- Synthèses rédigées et audio
- 22 quiz interactifs
- Compétences numériques **pix**



Ressources

EN ACCÈS LIBRE

dont 50 vidéos



foucherconnect.fr/1542120



Développer la relation client et assurer la vente conseil

NOUVELLE ÉDITION

**Sous la coordination de
Isabelle Chaupart**

Parcours Entrepreneuriat - Université d'Avignon

Anne-Marie Dassier

Professeur d'économie-gestion, classes de BTS,
lycée Monnet-Mermoz, Aurillac

Marie Duval

Professeur d'économie-gestion, classes de BTS,
lycée Georges de La Tour, Nancy

Élisabeth Lumineau

Professeur d'économie-gestion, classes de BTS,
lycée Pierre Mendès France, La Roche-sur-Yon

Laetitia Steiner

Professeur d'économie-gestion, classes de BTS,
lycée Gustave Eiffel, Bordeaux

SOMMAIRE

COMPÉTENCE 1 Assurer la veille informationnelle



1	Assurer la veille commerciale	7
2	Traiter l'information	19
3	Diffuser l'information	31

COMPÉTENCE 2 Réaliser et exploiter des études commerciales



4	Mettre en place des études	43
5	Réaliser une étude documentaire du marché	53
6	Réaliser une étude par questionnaire	65
7	Exploiter les résultats des études	77

« Le Code de la Propriété Intellectuelle n'autorisant aux termes de l'article L. 122-5, d'une part, que, les copies ou reproductions strictement réservées à l'usage privé du copiste et non destinées à une utilisation collective et, d'autre part, que, les analyses et courtes citations dans un but notamment d'exemple et d'illustration, toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle, faite, par quelque procédé que ce soit, sans le consentement de l'auteur, ou de ses ayants droit est illicite et constitue une contrefaçon sanctionnée par les articles L. 335-2 et suivants du Code de la Propriété Intellectuelle. Le Centre Français de l'exploitation de la Copie (20, rue des Grands-Augustins 75006 Paris) est, conformément à l'article L. 122-10, le seul habilité à délivrer des autorisations de reproduction par reprographie, sous réserve en cas d'utilisation aux fins de vente, de location, de publicité ou de promotion de l'accord de l'auteur ou des ayants droit. »

© Foucher, une marque des Éditions Hatier – Paris, 2022.

COMPÉTENCE 3 Vendre dans un contexte omnicanal



8	Tenir compte du comportement d'achat du client	89
9	Segmenter et cibler la clientèle	101
10	Développer l'efficacité relationnelle	113
11	Accueillir le client.....	125
12	Découvrir les besoins et les motivations du client	137
13	Argumenter et traiter les objections	149
14	Conclure la vente	161

COMPÉTENCE 4 Entretenir la relation client



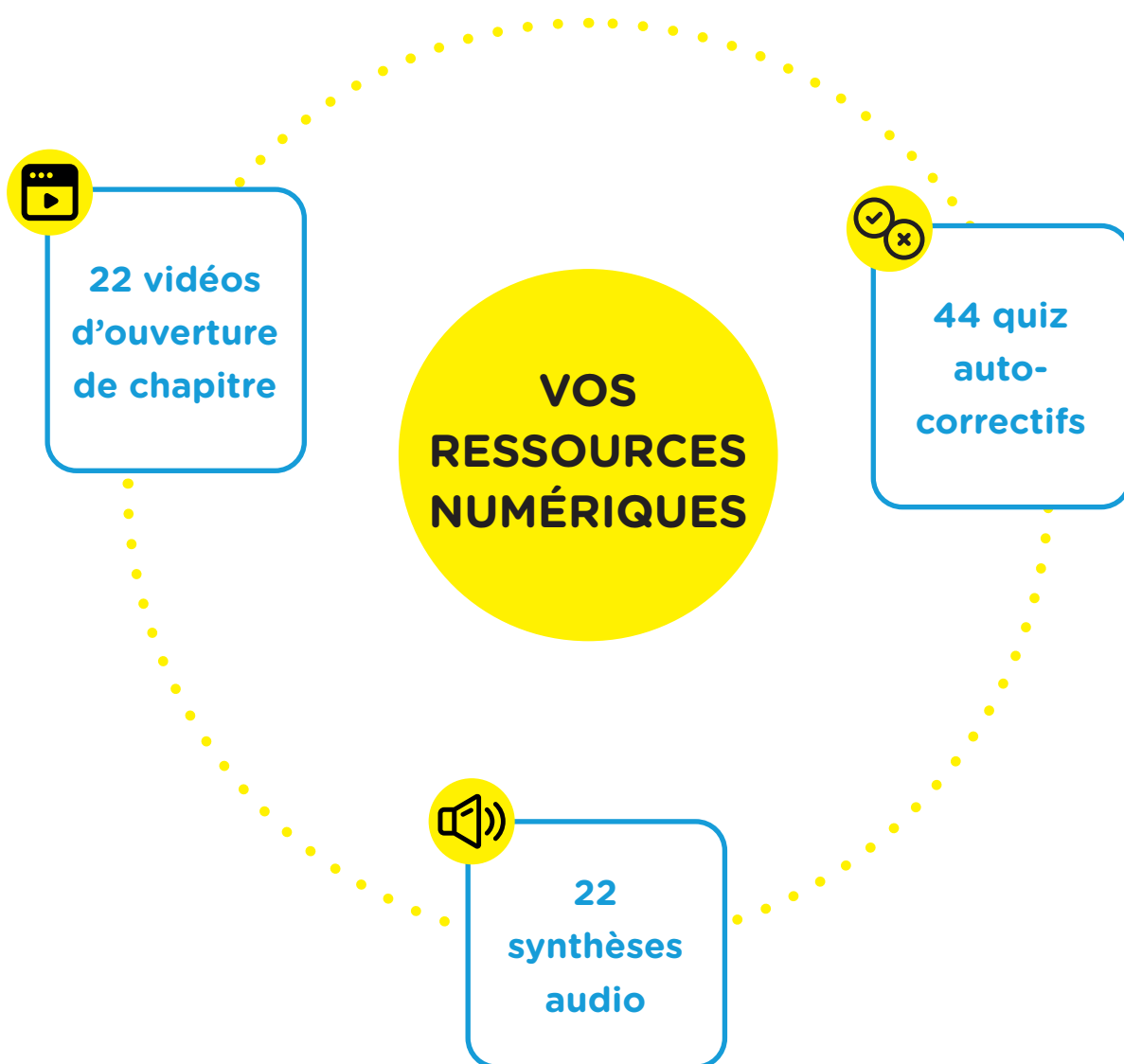
15	Évaluer la zone de chalandise	171
16	Exploiter la zone de chalandise	183
17	Évaluer l'expérience client	193
18	Valoriser l'expérience client	203
19	Tenir compte de la diversité des relations commerciales.....	213
20	Suivre le client	225
21	Développer la fidélité	235
22	Gérer l'après-vente	247

FICHES OUTILS	257
---------------------	-----

PRÉPARATION À L'ÉPREUVE

1	Présentation de l'épreuve E41.....	272
2	Préparer l'épreuve E41.....	274

LEXIQUE DES MOTS-CLÉS	283
-----------------------------	-----



DANS LE DÉTAIL

Pour animer la classe, une **vidéo** lance la réflexion autour de la thématique. Un **quiz autocorrectif** l'accompagne pour bien appréhender le contenu.



DÉCOUVRIR AUTREMENT

VIDÉO + QUIZ

foucherconnect.fr/22drc01



Des **quiz autocorrectifs** pour vérifier et évaluer ses acquis.



SE TESTER

QUIZ

foucherconnect.fr/22drc04



Une **version audio** mp3 de la synthèse pour bien mémoriser où que l'on soit !



RETENIR AUTREMENT

AUDIO

foucherconnect.fr/22drc05



Et plus de **50 liens** (internet : vidéos, sites ; PDF ; Word ; Excel...) pour varier les supports et enrichir les ressources de l'ouvrage.



vidéo

Faire de la veille avec Netvibes
6,11 min

foucherconnect.fr/22drc02



Toutes vos ressources sont accessibles *via* des flashcodes et des liens foucherconnect.fr

Assurer la veille commerciale

COMPÉTENCES

- > Rechercher, mettre à jour, sélectionner, hiérarchiser, analyser l'information
- > Assurer la veille informationnelle
- > Mobiliser les ressources numériques



- 1.1 Mener une recherche et une veille d'information
- 1.2 Gérer des données
- 1.3 Traiter des données
- 2.1 Interagir
- 2.2 Partager et publier
- 3.1 Développer des documents textuels

CONTEXTE PRO

iceRoll

Localisation : Paris
Effectif : 11 personnes
CA : 2 millions d'€

IceRoll, c'est une histoire qui commence en 2013 lorsque Quentin Bourdonnay décide de partir se balader en Asie. C'est en Thaïlande qu'il découvre la vente de glaces confectionnées sur

une plaque congelée. Il est enthousiasmé par le concept et, de retour en France, il l'explique à Félix Larchevêque, un de ses amis. Tous les deux décident de tenter l'aventure.

Ils développent alors une machine avec un frigoriste et créent des recettes avec un artisan glacier. La marque commence à se déployer en 2014 en mode itinérant sur les quais de Seine, à Paris. Rapidement, c'est un succès et ils sont mandatés pour créer des événements. Ils font aussi face à de nombreuses demandes d'ouverture en franchise. Fort de la maîtrise de leur offre événementielle et de la vente en direct, iceRoll souhaite partager son concept et son expertise avec les aspirants entrepreneurs. La jeune start-up développe un réseau de franchises en France et à l'international, à travers trois formats de licence de marque : l'événementiel, dans lequel le licencié réalise essentiellement des prestations lors de salons ou de soirées ; le corner, destiné à être déployé dans des centres commerciaux, par exemple ; et enfin la boutique classique. L'offre packagée (formation, équipement matériel, consommable, communication) s'adapte au projet de chacun, et présente l'avantage de proposer une solution clé en main accessible à tous et abordable (aux alentours de 10 000 € HT).



VOTRE OBJECTIF

Vous êtes stagiaire en BTS MCO et avez été recruté(e) au siège social d'iceRoll auprès du responsable commercial Félix Larchevêque. Il vous charge de nombreuses recherches et de veille au niveau commercial.

DÉCOUVRIR AUTREMENT



VIDÉO + QUIZ

foucherconnect.fr/22drc01



MISSIONS & RESSOURCES

MISSION 1 Préparer la recherche d'informations

Félix Larchevêque souhaite que la recherche d'information soit plus régulière et mieux organisée au sein de l'entreprise. En effet, il aimerait notamment suivre la parution d'articles dans la presse afin d'actualiser le site internet d'iceRoll mais également les mises en ligne de vidéos afin de mieux communiquer à l'intérieur et à l'extérieur de l'entreprise.

À RÉALISER

1. Repérez quelles sont les attentes de votre manager en matière de recherche d'information. **RESSOURCE 1**
2. Identifiez les sources d'information possibles pour les deux recherches à effectuer et les outils de recherche à mobiliser. **RESSOURCE 2**
3. Mettez en place une grille d'analyse des informations qui sera à disposition des futurs stagiaires en fonction des consignes du manager. **RESSOURCE 1**
4. Présentez les enjeux de la veille pour l'entreprise, les outils utilisables et les étapes à respecter. **RESSOURCES 6, 8, 9**

MISSION 2 Rechercher et sélectionner les informations

Vous connaissez les attentes de votre manager et avez réfléchi aux sources d'information utilisables. Vous réalisez vos recherches et proposez à Félix Larchevêque d'apporter des réponses conformes aux questions posées et aux consignes données.

À RÉALISER

5. Recherchez des informations pour constituer la revue de presse et l'étude de la concurrence et mettez-les à la disposition de votre manager.
RESSOURCES 1 à 5, 7, 9 FICHE OUTIL 1
6. Réalisez les recherches et l'analyse du site YouTube d'iceRoll. **RESSOURCE 1 FICHE OUTIL 3**

MISSION 3 Sélectionner des informations

Félix Larchevêque a apprécié votre présentation des outils pour la mise en place d'une veille commerciale. Il vous laisse carte blanche pour mettre en place un ou plusieurs outils en fonction des besoins de l'entreprise.

À RÉALISER

7. Choisissez les outils pertinents pour la veille commerciale de l'entreprise et mettez-les en place.
RESSOURCES 7 à 9
8. Rédigez une note dans laquelle vous expliquez le fonctionnement des outils mis en place.
RESSOURCE 9 FICHE OUTIL 3

RESSOURCE 1 Premier entretien avec Félix Larchevêque

 **Félix L.** : Bonjour, je souhaiterais compléter mon « book » de l'ensemble des articles ou commentaires parus dans la presse ou sur internet en France à propos d'iceRoll. Je te donne la liste à ma disposition. Comme tu pourras le constater, elle n'est pas vraiment à jour. Pourrais-tu rechercher les articles parus depuis moins de 2 ans et les

déposer dans le dossier « revue de presse » déjà créé sur le réseau de l'entreprise ?

 **Vous** : Oui, bien sûr. S'il s'agit de documents papier, je les scanne ?

 **Félix L.** : Oui, très bien. Ensuite, j'aimerais que tu en sélectionnes un en particulier en fonction de sa pertinence,

récence... pour l'accrocher sur le tableau d'affichage du siège et pour le transmettre par e-mail à l'ensemble de nos partenaires iceRoll. Par ailleurs, le concept que nous avons mis en place a été pas mal copié et j'aimerais que tu regardes sous quelle forme se développe la concurrence. Tu m'enverras par e-mail ton avis sur la question (felixL@iceroll.fr).

 **Vous :** D'accord.

 **Félix L. :** Comme tu as pu le constater, nous avons une chaîne YouTube pour iceRoll. J'aimerais également que tu fasses un peu le point sur le contenu de cette chaîne et que tu me donnes ton avis. Il faudrait rechercher toutes les vidéos qui ont été réalisées sur la marque et notamment les nombreuses interviews données par Quentin ! Pourrais-tu me rédiger tes commentaires sous forme de note sur l'utilisation de notre chaîne YouTube et me la déposer sur mon bureau lundi prochain ?

 **Vous :** Oui, d'accord, je vais chercher cela. De ton côté, tu as aussi donné des interviews ?

 **Félix L. :** Non, je suis plus discret ! Enfin, comme tu as pu le constater, notre activité se développe bien puisque nous avons enrichi notre offre, depuis 2018, en créant avec Quentin une nouvelle société, Le Food Corner. Mais, comme

nous avons peu de temps, nous ne parvenons pas à suivre l'actualité de notre secteur et nous avons peur de rater quelque chose d'important. Je pense que nous devrions mettre en place une veille commerciale et comme tu es en BTS MCO, j'ai pensé que tu pourrais m'expliquer en quoi cela consiste et ce que cela pourrait apporter à l'entreprise. En tout cas, j'aurais vraiment besoin d'être mieux organisé dans ma recherche d'informations pour gagner du temps. Pourrais-tu dans un premier temps me briefer lundi prochain sur les enjeux de la veille et les outils qui existent aujourd'hui ?

 **Vous :** Oui, bien sûr. Je commence par te faire un compte rendu sur la veille et ses enjeux et les outils existants et bien sûr les étapes à suivre pour bien réussir la mise en place d'une veille.

 **Félix L. :** Très bien, je vois que tu sembles maîtriser le sujet. Ah, j'oubliais, ce sont souvent les jeunes en stage qui gèrent les recherches d'information. Pourrais-tu créer un document à mettre à leur disposition pour recenser les informations trouvées et analyser leur valeur ? Tu déposeras le fichier dans le dossier commun « recherche d'informations » sur le réseau de l'entreprise.

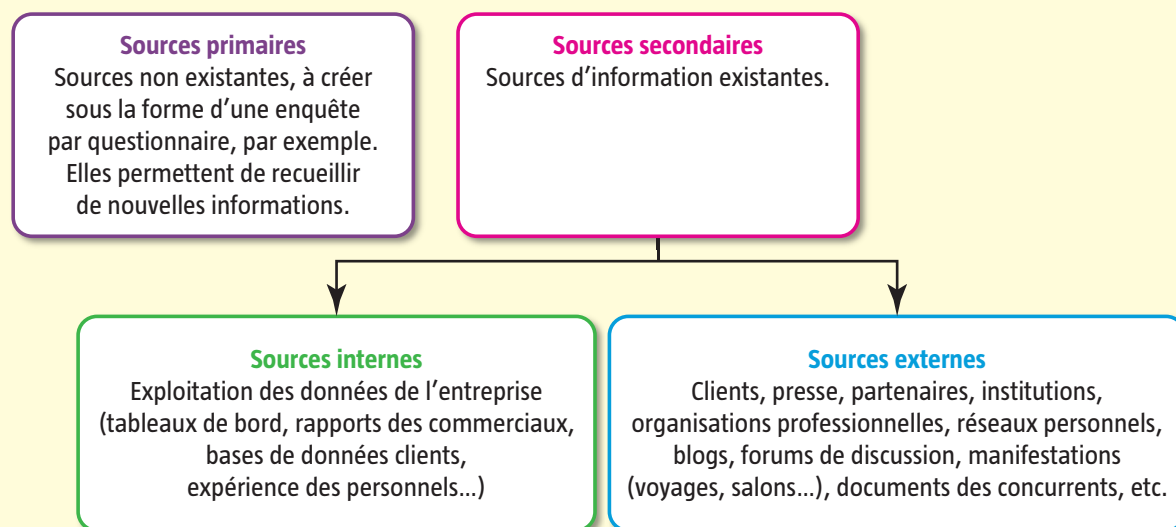
 **Vous :** D'accord, je m'occupe de tout cela.

RESSOURCE ² Les sources d'information

NOTION

L'information correspond à tout élément qui augmente la connaissance d'un individu et réduit l'incertitude en permettant une meilleure connaissance de l'environnement.

Il existe de nombreuses sources d'information :



RESSOURCE 3

Les articles de presse et vidéos sur iceRoll

- www.lejdd.fr/Economie/iceroll-la-glace-facon-rouleau-de-printemps-3726575, 10/08/2018
- « IceRoll, le nouveau concept de glaces venu d'Asie », LSA : HS - Avril 2018
- <https://business.lesechos.fr/entrepreneurs/idees-de-business/iceroll-une-creme-glacee-realisee-sous-les-yeux-des-clients-306177.php>, 21/02/2017
- www.magazine-avantages.fr/l-iceroll-la-glace-qui-nous-fait-fondre,183435.asp
- <https://clubsandwich.konbini.com/meets/on-a-teste-lice-roll-creme-glacee-rouleaux,14/09/2016>
- www.lesbonsplansdenaima.fr/2016/07/11/les-glaces-iceroll-deux-bons-plans-pour-les-deguster-a-paris.html, 11/07/2016
- <https://www.youtube.com/watch?v=6Yztk7027qY>, 20/06/2016
- www.maddyness.com/2016/05/30/iceroll-leve-285-000-euros/, 30/05/2016
- www.parisdepices.com/2016/05/19/iceroll-des-glaces-bien-roulees/, 19/05/2016
- www.lefigaro.fr/gastronomie/2016/05/17/30005-20160517ARTFIG00152-les-glaces-perdent-la-boule.php, 17/05/2016
- www.dailymotion.com/video/x491gia, 06/05/2016
- <https://fr.petitsfrenchies.com/interview-quentin-iceroll/>, 16/07/2015



RESSOURCE 4

Comment la start-up iceRoll est devenue un traiteur événementiel

Les stands de crème glacée iceRoll s'intègrent désormais dans une offre de traiteur événementiel, Le Food Corner. Retour sur le parcours de la start-up parisienne. [...]

Le lancement

« À la suite d'une grosse campagne de presse, nous avons reçu 500 demandes de franchises en quelques mois ! », se remémore-t-il. Deux personnes poussaient alors le stand lors d'événements. L'équipe a fait le choix d'une licence d'exploitation de marque, iceRoll Family, avec 31 franchises dans neuf pays en un an et demi, notamment au Moyen-Orient, au Koweït, au Liban, à Oman... Un réseau d'entrepreneurs est également présent en province, pour des prestations événementielles.

Le passage aux corners

Début 2017, des foncières de centres commerciaux démarchent l'équipe d'iceRoll pour installer des pop-up stores, d'une durée de trois à quinze mois. « C'est précaire, mais cela permet de tester des choses très rapidement, dans le flux des clients », souligne Quentin Bourdonnay. Les résultats varient fortement d'un centre commercial à l'autre : moins bons aux Quatre Temps et à Val d'Europe, plus satisfaisants à Beaugrenelle et à Parly 2. « Le produit plaît, mais il fallait définir la cible idéale », observe l'entrepreneur.

La réorientation vers l'événementiel

« La franchise nous a pris beaucoup de temps ! Nous avons donc réduit cette part de l'activité, en conservant notre réseau existant », indique Quentin Bourdonnay. IceRoll s'est donc concentré, en 2018, sur l'événementiel, avec 1 400 prestations réalisées. « Cela génère au moins 100 % de croissance par an ! », se satisfait-il. En rencontrant progressivement les traiteurs, les agences événementielles et les bartenders, l'équipe a souhaité développer son offre avec une nouvelle marque, Le Food Corner (40 % du chiffre d'affaires de l'entreprise), lancée en 2018.

La diversification produit

IceRoll a progressivement étendu son spectre au-delà de la glace roulée. « Nous étions frustrés de voir la qualité assez maigre des cocktails sur certains événements et le mobilier qui n'était pas à la hauteur », explique Quentin Bourdonnay, qui s'est adjoint les services du groupe Experimental. Des prestations thématiques sont désormais proposées : « l'ardoise » (planches apéritives revisitées), la raclette, le bagel, les bûches glacées, les jus de fruits frais, les cocktails, les vins bio et la bière artisanale. « Nous proposons une expérience : l'ensemble des produits sont préparés derrière le stand, avec une trancheuse et une cloche pour fumer. On doit reconnaître ce que l'on mange », poursuit Quentin Bourdonnay. [...]

Franck Stassi / businessmarches.com

RESSOURCE 5

Les qualités d'une information

NOTION

Qualités	Caractéristiques	Exemples
Fiabilité	Qualité des sources	Sites officiels (gouvernement, CCI, Insee...), magazines spécialisés, auteurs reconnus...
Actualité	Source récente	Pour les articles de presse, les articles sur internet, les références juridiques, les blogs...
	Source plus ancienne	Pour les livres, les articles de fonds, l'histoire...
Précision	Réduit l'incertitude et facilite la prise de décision	Informations nouvelles, enquêtes...
Disponibilité	Facile à obtenir	Internet, sites gratuits, abonnement à des revues spécialisées, à des lettres d'information...
Pertinence	Correspond à un besoin	Dépend des objectifs fixés par le manager.

RESSOURCE 6

Les enjeux de la veille commerciale

NOTION

• **Définition de l'Afnor** : la veille est une « activité continue et en grande partie itérative visant à une surveillance de l'environnement technologique, commercial... pour en anticiper les évolutions ».

La veille commerciale permet de suivre le marché en général, les clients en termes quantitatifs et qualitatifs, les fournisseurs, les concurrents, les nouveaux produits ou technologies...

• **Rôles principaux de la veille commerciale** :

- **anticiper** les actions des concurrents, l'apparition de nouveaux besoins des consommateurs, l'évolution des technologies ;
- **découvrir** les nouveaux concurrents ou les concurrents potentiels ;
- **surveiller** l'évolution de l'offre de produits, des technologies, de la réglementation... ;
- **apprendre** les caractéristiques des marchés, les forces et les faiblesses des concurrents...

• **Enjeux de la veille commerciale** : dans un monde de plus en plus concurrentiel, les entreprises doivent faire preuve de réactivité. La veille permet de détecter les évolutions et donc de réagir en conséquence.

Elle permet ainsi :

- de gagner du temps ;
- d'accroître l'efficacité commerciale de l'entreprise ;
- d'évaluer objectivement la place de l'entreprise par rapport à son environnement ;
- de détecter des opportunités ;
- de déjouer des menaces ;
- de gagner en crédibilité auprès des clients ;
- de fidéliser les clients ;
- de prendre des décisions de manière plus sécurisée ;
- de pérenniser sa présence sur son marché.



RESSOURCE 7

Deuxième entretien avec Félix Larchevêque

Vous : Donc, je t'ai convaincu de mettre en place une veille commerciale ?

Félix L. : Oui, cela me semble indispensable.

Vous : Pour te proposer des outils adaptés, peux-tu me donner quelques compléments d'information ?

Félix L. : Oui, bien sûr...

Vous : Quelles informations seraient importantes pour vos sociétés ?

Félix L. : Il faudrait que l'on suive l'actualité : les nouveautés culinaires, la concurrence au niveau des foods corners et de l'organisation d'événements, les commentaires et avis, les articles parus, les grands événements à venir à Paris, les salons culinaires, les tendances marketing, etc.

Vous : Veux-tu que les informations soient disponibles sur internet ou uniquement sur ton PC ? Et uniquement pour toi ou pour toute l'équipe ?

Félix L. : Il faut qu'elles soient sur internet et accessibles pour toute l'équipe et pour les deux entreprises. Il faut aussi qu'on puisse facilement trouver les informations et qu'on puisse faire évoluer ce que tu auras mis en place après ton stage. Donc que cela ne soit ni trop compliqué ni trop long !

Vous : Disposes-tu d'une adresse Gmail ? D'une adresse commune pour les deux sociétés ?

Félix L. : Oui, j'ai une adresse Gmail de contact pour chaque société : contact-iceroll@gmail.com et contact-lefoodcorner@gmail.com. Nous y avons tous accès. Il arrive même que nous mettions des documents sur Google Drive.

Vous : Merci pour ces informations, je te fais une proposition d'outils de veille à mettre en place.



RESSOURCE 8

La construction de la veille commerciale

NOTION

1	Définir les axes de surveillance et la périodicité
2	Déterminer les informations à rechercher
3	Identifier et sélectionner les sources d'information
4	Collecter et sélectionner les informations
5	Analyser, synthétiser et communiquer les informations
6	Sélectionner les outils pour exploiter l'information
7	Ajuster

