



L.E.G.T.P. INSTITUTION SAINTE-CLOTILDE

1^{ère} année BTS MUC
Année scolaire 2013/2014

<p>Nom de l'UC :</p> <p>Adresse de l'UC :</p> <p>Secteur d'activité de l'UC :</p> <p>Nom du contact :</p> <p>Fonction du contact :</p>	
<p>Secteur d'activité étudié par le groupe :</p>	<p>N°1 <input type="checkbox"/> Grandes Surfaces Alimentaires (GSA)</p> <p>N°2 <input type="checkbox"/> Commerces et Grandes Surfaces Spécialisées (GSS) dans la culture, les loisirs et les sports</p> <p>N°3 <input type="checkbox"/> Commerces et Grandes Surfaces Spécialisées (GSS) dans l'ameublement, le jardinage, le bricolage</p> <p>N°4 <input type="checkbox"/> Commerces et Grandes Surfaces Spécialisées (GSS) dans l'électroménager, la HiFi, le multimédia</p> <p>N°5 <input type="checkbox"/> Commerces et Grandes Surfaces Spécialisées (GSS) dans l'équipement de la personne</p> <p>N°6 <input type="checkbox"/> Banques et Assurances</p> <p>N°7 <input type="checkbox"/> Agences immobilières</p> <p>N°8 <input type="checkbox"/> Autres entreprises de services</p>
<p>Nom et prénom de l'enquêteur :</p> <p>Nom et prénom des autres membres du groupe :</p> <p>-</p> <p>-</p> <p>-</p> <p>-</p>	
<p>RALLYE DES UNITES COMMERCIALES</p> <p><i>A la découverte d'un secteur d'activité</i></p>	

⇒ ⇒ PENSEZ BIEN A RECUPERER TOUS LES SUPPORTS UTILES A L'ILLUSTRATION DE VOTRE PRESENTATION ⇐ ⇐

Les champs mentionnés en gris devront être complétés avant le départ en rallye !

1. Présentation de l'unité commerciale et de son réseau	Identifié	Description	Ressource
<ul style="list-style-type: none"> LE RESEAU - Présentation du groupe auquel appartient l'UC (histoire, concept, slogan) - Renseignements juridiques (forme juridique, capital, SIRET, code APE/NAF, etc.) - Type de commerce (franchise, groupement, succursale, etc.) - Nombre total et localisation géographique des points de vente appartenant au groupe 	<input type="checkbox"/> OUI (à récupérer) <input type="checkbox"/> OUI (à récupérer) <input type="checkbox"/> OUI (à récupérer) <input type="checkbox"/> OUI (à récupérer)	Site internet du groupe www.societe.com Site internet du groupe Site internet du groupe
<ul style="list-style-type: none"> L'UNITE COMMERCIALE - Présentation du point de vente visité - Renseignements juridiques (forme juridique, capital, SIRET, code APE/NAF, etc.) 	<input type="checkbox"/> OUI (à récupérer) <input type="checkbox"/> OUI (à récupérer)	Plaquette de présentation www.societe.com
2. Description du contexte organisationnel de l'UC	Identifié	Description	Ressource
<ul style="list-style-type: none"> LE MANAGEMENT DE L'EQUIPE COMMERCIALE - Missions du manager - Style de management (directif, participatif, délégatif ou non) - Modes d'évaluation de la performance individuelle et de la performance collective - Outils de formation de l'équipe - Outils de motivation et de rémunération de l'équipe 	<input type="checkbox"/> OUI <input type="checkbox"/> OUI <input type="checkbox"/> OUI <input type="checkbox"/> OUI <input type="checkbox"/> OUI	
<ul style="list-style-type: none"> LA COMPOSITION DE L'EQUIPE COMMERCIALE - Détails sur les membres de l'équipe (nombre, âge et statut, type de contrat de travail) - Missions des membres de l'équipe 	<input type="checkbox"/> OUI <input type="checkbox"/> OUI	
3. Description du contexte géographique de l'UC	Identifié	Description	Ressource
<ul style="list-style-type: none"> LA ZONE DE CHALANDISE DE L'UNITE COMMERCIALE - Description du contexte local d'implantation (ZAC, quartier, etc.) - Description de la zone de chalandise du point de vente 	<input type="checkbox"/> OUI <input type="checkbox"/> OUI	
<ul style="list-style-type: none"> LES CLIENTS DE L'UNITE COMMERCIALE - Nombre moyen de clients et cible principale de l'UC - Identification des principaux segments de clientèle et de leurs caractéristiques sociodémographiques (âge, CSP, etc.) - Freins et motivations à l'achat des clients 	<input type="checkbox"/> OUI <input type="checkbox"/> OUI <input type="checkbox"/> OUI	
<ul style="list-style-type: none"> LES CONCURRENTS DE L'UNITE COMMERCIALE - Dénombrement de tous les concurrents sur la zone via une recherche par code APE/NAF sur Alsaco - Liste des principaux concurrents directs et indirects 	<input type="checkbox"/> OUI <input type="checkbox"/> OUI	Annuaire Alsaco

4. Description du contexte commercial de l'UC	Identifié	Description	Ressource
<ul style="list-style-type: none"> • POLITIQUE PRODUIT ET SERVICES - Degré d'autonomie de l'unité commerciale (ce qui relève du réseau, ce qui relève de l'UC, en matière de référencement et de choix d'assortiment) - Catalogue produits (commerce) ou grille des honoraires et tarifs (services) - Dénombrement des services associés (cartes de fidélité, livraison à domicile, SAV, etc.) 	<input type="checkbox"/> OUI <input type="checkbox"/> OUI (à récupérer) <input type="checkbox"/> OUI	à récupérer
<ul style="list-style-type: none"> • POLITIQUE DE PRIX - Degré d'autonomie de l'unité commerciale (ce qui relève du réseau, ce qui relève de l'UC, En matière de fixation des prix et promotions) - Fréquence des promotions, des soldes (dates, produits concernés, réductions pratiquées, etc.) 	<input type="checkbox"/> OUI <input type="checkbox"/> OUI	
<ul style="list-style-type: none"> • POLITIQUE D'AGENCEMENT ET FACTEURS D'AMBIANCE - Degré d'autonomie de l'unité commerciale (ce qui relève du réseau, ce qui relève de l'UC, En matière de choix de merchandising) - Surface de vente totale du point de vente (m²) - Choix de décoration, mobilier, codes couleurs, matériaux, éclairage et sonorisation du magasin, etc. 	<input type="checkbox"/> OUI <input type="checkbox"/> OUI <input type="checkbox"/> OUI (photos)	Photos
<ul style="list-style-type: none"> • POLITIQUE DE COMMUNICATION - Degré d'autonomie de l'unité commerciale (ce qui relève du réseau, ce qui relève de l'UC, En matière de communication média et hors-média) - Identification des supports de communication média (nom, fréquence d'utilisation, type de message, etc.) - Identification des supports de communication hors-média (nom, fréquence d'utilisation, type de message, etc.) - Identification des événements et animations organisés sur le lieu de vente 	<input type="checkbox"/> OUI <input type="checkbox"/> OUI (à récupérer) <input type="checkbox"/> OUI (à récupérer) <input type="checkbox"/> OUI	à récupérer à récupérer
<ul style="list-style-type: none"> • RELATIONS CLIENTS ET GESTION DES RC - Degré d'autonomie de l'unité commerciale (ce qui relève du réseau, ce qui relève de l'UC, En matière de communication relationnelle vers les clients) - Méthode(s) de vente utilisées (libre service, libre service assisté, vente assistée, vente au comptoir, vente numérique, etc.) - Existence d'un club de fidélité ou d'outils de marketing relationnel (ventes privées, services VIP, newsletter, etc.) 	<input type="checkbox"/> OUI <input type="checkbox"/> OUI <input type="checkbox"/> OUI	
<ul style="list-style-type: none"> • RELATIONS FOURNISSEURS ET GESTION DES STOCKS : - Degré d'autonomie de l'unité commerciale (ce qui relève du réseau, ce qui relève de l'UC, En matière de commande produits et choix de fournisseurs) - Type de centrale (centrale d'achat ou de référencement) - Modalités habituelles et délai moyen de livraison (réassort à J+2, etc.) 	<input type="checkbox"/> OUI <input type="checkbox"/> OUI <input type="checkbox"/> OUI	

Les missions et activités suivantes peuvent-elles être confiées à des stagiaires BTS ?

Vente assistée	<input type="checkbox"/> OUI <input type="checkbox"/> NON	Préparation, réalisation et évaluation d'entretiens de vente en magasin/agence, par téléphone ou en face à face
Prospection téléphonique	<input type="checkbox"/> OUI <input type="checkbox"/> NON	Préparation, réalisation et évaluation d'opérations de télé-prospection (acquisition ou exploitation d'un fichier, élaboration d'une trame téléphonique méthode CROC, élaboration d'une fiche de suivi des appels, évaluation et analyse des résultats)
Organisation d'un évènement ou d'une animation sur le lieu de vente	<input type="checkbox"/> OUI <input type="checkbox"/> NON	Conception, mise en œuvre et évaluation d'un évènement ou d'une animation sur le lieu de vente (organisation et planification de l'évènement, détermination des produits/services/prix, quantités commandées et choix de merchandising, suivi, contrôle et évaluation des résultats)
Référencement d'un nouveau produit ou service	<input type="checkbox"/> OUI <input type="checkbox"/> NON	Référencement d'un nouveau produit ou service (identification du besoin, élaboration d'un cahier des charges, sélection des fournisseurs via scoring, détermination des prix, des quantités commandées, des choix de merchandising, suivi et réception des commandes, contrôle et évaluation des résultats)
Conception et distribution de prospectus	<input type="checkbox"/> OUI <input type="checkbox"/> NON	Préparation, réalisation et évaluation d'une distribution de prospectus (ciblage géographique, choix de l'imprimeur, élaboration du support méthode AIDA, évaluation et analyse des résultats)
Elaboration d'un mailing, e-mailing ou SMS-mailing	<input type="checkbox"/> OUI <input type="checkbox"/> NON	Préparation, réalisation et évaluation d'un publipostage, d'un <i>e-mailing</i> ou d'un <i>SMS mailing</i> (ciblage, exploitation d'un fichier, élaboration d'une lettre type, fusion avec BDD, évaluation et analyse des résultats)
Organisation d'une opération promotionnelle	<input type="checkbox"/> OUI <input type="checkbox"/> NON	Conception, mise en œuvre et évaluation d'une opération promotionnelle (choix des produits/services, détermination des prix, des quantités commandées, des choix de merchandising, des choix de communication, suivi, contrôle et évaluation des résultats)
Mise en œuvre d'une modification tarifaire	<input type="checkbox"/> OUI <input type="checkbox"/> NON	Conception, mise en œuvre et évaluation de modifications tarifaires via relevé de prix (conception d'une grille, administration, analyse des résultats, adaptation des tarifs existants, suivi, évaluation et analyse)
Réimplantation d'un linéaire ou d'une TG	<input type="checkbox"/> OUI <input type="checkbox"/> NON	Implantation ou réimplantation d'un linéaire, d'une TG, etc. (diagnostics d'attractivité, diagnostic de linéaire (IS), préconisation quantifiée de linéaire optimal, réalisation d'un plan d'implantation, mise en œuvre, évaluation et analyse des résultats obtenus)
Confection d'une vitrine ou de PLV/ILV	<input type="checkbox"/> OUI <input type="checkbox"/> NON	Etude/conception, confection/adaptation et évaluation de vitrines, de PLV/ILV (étude du DAO, adaptation des choix d'implantation décidés, réalisation, évaluation et analyse des résultats obtenus)
Diagnostic et amélioration du site web	<input type="checkbox"/> OUI <input type="checkbox"/> NON	Diagnostic, amélioration/refonte et suivi d'un site internet (diagnostic Google Adwords, Google Analytics ou autre, élaboration de propositions d'amélioration, suivi, évaluation et analyse des résultats obtenus)
Etude déambulatoire	<input type="checkbox"/> OUI <input type="checkbox"/> NON	Etude déambulatoire (relevés de parcours clients en magasin, analyse et préconisations de réaménagement de linéaires avec plans)
Enquête de satisfaction	<input type="checkbox"/> OUI <input type="checkbox"/> NON	Conception, mise en œuvre et exploitation d'une enquête de satisfaction (élaboration d'un questionnaire, détermination d'un échantillon et d'une méthode d'échantillonnage, administration de l'enquête, dépouillement, tris simples et croisés, élaboration d'une note de synthèse, analyse des résultats, identification de préconisations possibles)
Etude de notoriété ou des comportements d'achat	<input type="checkbox"/> OUI <input type="checkbox"/> NON	Conception, mise en œuvre et exploitation d'études de la notoriété spontanée/assistée ou des comportements d'achat (élaboration d'un questionnaire, détermination d'un échantillon et d'une méthode d'échantillonnage, administration de l'enquête, dépouillement, tris simples et croisés, élaboration d'une note de synthèse, analyse des résultats, identification de préconisations possibles)
Enquête client mystère	<input type="checkbox"/> OUI <input type="checkbox"/> NON	Conception, mise en œuvre et exploitation d'enquêtes client mystère (conception d'une grille d'analyse, administration, dépouillement, analyse des résultats et identification de préconisations possibles)
Benchmarking des concurrents	<input type="checkbox"/> OUI <input type="checkbox"/> NON	Etude comparative des choix marketing de différents concurrents (conception d'un comparatif, administration, scoring, analyse des résultats et identification de préconisations possibles)
Etudes et enquêtes diverses	<input type="checkbox"/> OUI <input type="checkbox"/> NON	Conception, mise en œuvre et exploitation d'études diverses (évaluation de la qualité de l'accueil, de l'information-conseil, produits en retour S.A.V., clients mécontents, étude des suggestions et réclamations, identification des produits 20/80, étude de la zone de chalandise, etc.)
Exploitation et qualification de BDD	<input type="checkbox"/> OUI <input type="checkbox"/> NON	Constitution d'une base de données client avec suivi commercial, pige avec constitution de base de données et suivi commercial Mise à jour et/ou segmentation d'une base de données client, élaboration d'une offre adaptée à chaque segment identifié, conception d'une opération de fidélisation Utilisation des logiciels, analyse des résultats obtenus et des difficultés rencontrées, formulation de préconisations ou identification d'actions correctrices possibles.

Question subsidiaire : quelles autres activités un stagiaire BTS doit-il s'attendre à effectuer au quotidien ?

.....

.....

.....

.....

.....