

BTS Management des Unités Commerciales
Session 2015
Épreuve d'Analyse et de Conduite de la Relation Commerciale

Fiche d'activités professionnelles n°6
RECHERCHER ET EXPLOITER L'INFORMATION NECESSAIRE A
L'ACTIVITE COMMERCIALE

<u>CANDIDAT(E)</u> NOM : COEFE PRENOM(S) : Robert	<u>UNITE COMMERCIALE</u> RAISON SOCIALE : CHAUSSEA ADRESSE : 23 RUE Madeline Vionnet 93300
--	---

Compétences déclarées (cocher les cases correspondantes)	
Compétence 6 Rechercher et exploiter l'information nécessaire à l'activité commerciale	
C61- Assurer la veille commerciale	
611 Repérer les sources documentaires	
612 Sélectionner les informations	
613 Mettre à disposition les informations	
C62- Réaliser et exploiter des études commerciales	
621 Concevoir et mettre en œuvre des études commerciales	
622 Analyser les informations commerciales issues d'études et exploiter les résultats	
C63- Enrichir et exploiter le système d'information commercial	
631 Mettre à jour les données du système d'information commercial	
632 Interroger le système d'information commercial	
C64- Intégrer les technologies de l'information dans son activité	
641 Organiser son activité	
642 Organiser l'activité de l'équipe commerciale	

Enquête de satisfaction

Date : Du 1 Avril au 8 Avril 2017.

Contexte :

Le chiffre d'affaire de mon unité commerciale était en stagnation pendant une longue période. Mon but était de le faire augmenter notamment en analysant les besoins et les attentes de ma clientèle.

Objectifs poursuivis :

Quantitatifs	Qualitatifs
Questionner 150 clients.	Déterminer les points faibles et forts
	Mesurer le niveau de satisfaction

Description de l'activité :

- J'ai élaboré un modèle de questionnaire grâce au logiciel sphinx en m'appuyant sur le modèle fourni par mon manager.
- En rayon, j'abordais les clients en lui demandant s'il n'avait pas besoin d'un renseignement et je profitais pour lui.

- J'ai administré le questionnaire grâce à ma tablette.

Moyens et techniques mis en œuvre :

- Ordinateur.
- Logiciel Sphinx.
- Tablette.

Résultats obtenus :

J'ai analysé les besoins et les attentes des clients, j'ai interrogé 150 personnes sur mois.

	Non-réponses	Modalité citée en n° 1	Modalité citée en n° 2	Modalité la moins citée
Concurrents	0	Marmon Sports : 41	Chaussea : 38	Autre : 0
Magasins chaussea	0	Bobigny : 82	Sevran : 34	Autre : 2
Connaissance chaussea	0	Publicité : 46	Site Internet : 44	Bouche à oreilles : 1
Fréquentation	0	Une fois par semaine : 85	Une fois par mois : 34	moins d'une fois par an : 1
Motivation	0	Accueil : 87	Horaires : 66	Autres : 1
Achat	0	Pour vous : 68	Pour votre conjoint : 39	Pour la famille : 2
Occasion	0	Cadeau : 73	Solides/Promotions : 41	Par Plaisir : 5
Offres	0	Chaussures pour Hommes : 89	Chaussures pour Femmes : 73	Accessoires : 5
Raisons d'achats	0	La nouveauté : 110	Le confort : 72	Autre : 0
Forces Produits	0	L'Accueil : 110	Les Offres : 76	Qualité : 7
Amenagement inentreieur	0	Très bien : 77	Bien : 44	Autre : 0
Faiblesses des produits	1	Taille : 105	Qualité : 101	prix : 26
Faiblesses	0	L'Accueil : 84	Le Choix : 84	Le Service Client : 44
Sexe	0	Femme : 103		Homme : 47
Age	0	26-35 ans : 47	36-45 ans : 45	46-65ans : 2
CSP	0	Artisan : 41	Ouvrier : 29	Chef d'entreprise : 4
Lieu	0	Aubervilliers : 56	Nord de Paris : 38	Autre : 7

L'analyse des résultats montrent que les clients passent très souvent dans l'unité commerciale.

Age	Nb. cit.	Fréq.
15-25 ans	37	24,7%
26-35 ans	47	31,3%
36-45 ans	45	30,0%
46-65ans	2	1,3%
+ de 65 ans	19	12,7%
TOTAL OBS.	150	100%

La majorité des clients de l'unité commerciale ont entre 26-45 ans environ 60%

Les occasions d'achats

Occasion	Nb. cit.	Fréq.
Cadeau	73	48,7%
Solides/Promotions	41	27,3%
Nouvelles Collections	31	20,7%
Par Plaisir	5	3,3%
TOTAL OBS.	150	100%

La majorité des clients sont des femmes.

Les atouts de l'unité commerciale.

Raisons d'achats	Nb. cit.	Fréq.
La nouveauté	110	73,3%
Le confort	72	48,0%
La qualité des conseils du vendeur	49	32,7%
Vitrine attrayante	5	3,3%
Rapport qualité/prix	34	22,7%
Carte de fidélité	29	19,3%
Autre	0	0,0%
TOTAL OBS.	150	

Motivation	Nb. cit.	Fréq.
Proximité	3	2,0%
Accueil	87	58,0%
Horaires	66	44,0%
Marques proposées	50	33,3%
Rapport Qualité/Prix	4	2,7%
Carte de fidélité	52	34,7%
Promotions	34	22,7%
Autres	1	0,7%
TOTAL OBS.	150	

Tableaux croisés

Raisons d'achats

Sexe	Femme	Homme	TOTAL
Achat			
Pour vous	52	16	68
Pour votre conjoint	20	19	39
Pour vos enfants	16	8	24
Pour la famille	1	1	2
Pour offrir	14	3	17
TOTAL	103	47	150

Les forces du produits par rapport à l'aménagement

Forces Produits	L'Accueil	Les Offres	Prix	Qualité	Autre Précisez	TOTAL
Amenagement interieur						
Très bien	61	29	19	4	41	154
Bien	28	33	16	3	7	87
Assez bien	21	14	16	0	7	58
Autre	0	0	0	0	0	0
TOTAL	110	76	51	7	55	299