

Présentation de l'entreprise

L'entreprise dans laquelle nous avons mené notre deuxième action professionnelle est le magasin et institut Yves Rocher, 12 Rue du Bourg 21000 Dijon.

C'est une boutique avec une bonne accessibilité, en effet elle est facilitée par différents parking ce qui rend les déplacements en voiture possibles pour les personnes venant des zones périurbaines, les multiples arrêts de bus et de tram permettent également une affluence importante. La proximité avec la rue de la Liberté permet une visibilité au magasin.

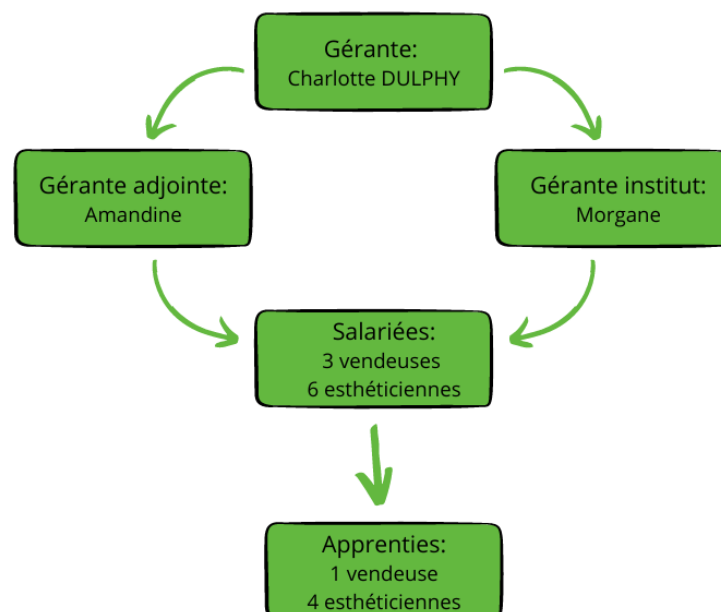
Les locaux sont modernes, ils se composent du rez-de chaussé comme lieu de vente des produits de la marque et de 2 étages composés de 6 cabines de soin pour permettre une disponibilité maximum à la clientèle pour la réalisation de leurs prestations.



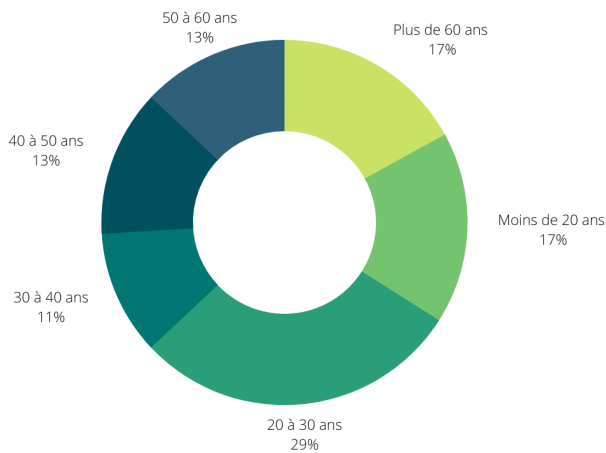
Les valeurs:

- recycler le packaging de vos produits de maquillages vides
- certification de nos 9 plantes les plus emblématiques "Union pour le Bio Commerce Éthique"
- soutient la fondation "International Award Terre de Femmes"
- flacons en PET 100% recyclé et recyclable
- mis en place du programme "plantons pour la planète"

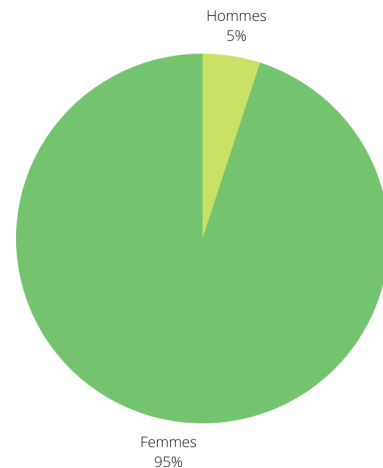
L'organigramme:



La clientèle:



Représentation en tranche d'âge de la clientèle



Représentation du sexe de la clientèle

Le soncase a été inventé en 1993 par Jean-Denis Larradet, c'est une méthode d'approche commerciale qui regroupe sept mots qui découvre les motivations d'achats des acheteurs potentiels ce qui permet au vendeur d'adapter son discours pour provoquer l'achat.

Les catégories de clientèles sont:

- Sécurité, besoin d'être rassuré et répondre à ses besoins physiologiques.
- Orgueil, besoin de rayonner dans la société et est centré sur son image.
- Nouveauté, besoins de tendance, de changement et d'innovation.
- Confort, besoins de bien-être physiologique, physique et psychologique pour lui et ses proches.
- Argent, besoins du gain et de faire des économies.
- Sympathie, besoin de la relation humaine et de bienveillance.
- Environnement, besoin d'argument écologique, durable et se rendre responsable.

Pour l'entreprise Yves Rocher, leur clientèle rentre dans la catégorie argent, en effet cette marque propose des produits à des prix peu chers ou des produits à prix plus élevés mais raisonnables. Chaque mois il y a des promotions et cadeaux pour les personnes qui possèdent un fichier client.

La catégorie écologie peut également être considérée en lien avec les valeurs de productions, de fabrication et de mouvements bénévoles. La marque fait une mise en avant de ces derniers.

La concurrence:

Enseigne	Adresse	Positif	Négatif
L'occitane en provence	81, bis Rue de la Liberté, 21000 Dijon	Présent sur la rue principal	Communication moins développé
Sephora	51 Rue de la Liberté, 21000 Dijon	Présent sur la rue principal Propose multitude de marque	Ne possède pas d'engagement propres, dépend de celle des marques

Présentation de l'action professionnelle

L'organisation:

Pour cette action professionnelle nous avons fait une réunion en visioconférence pour que chaque personne apporte ses idées de projet. Celui qui a été retenu est le diagnostic de peau car aucune d'entre nous ne l'avait fait lors de sa première action professionnelle. De plus ce projet nous a permis de voir le fonctionnement d'une innovation, en effet Yves Rocher sont les seuls sur Dijon à faire des diagnostics de peau avec des conseils sur mesure à la suite.

Après avoir effectué le choix du projet, nous avons pris contact avec le magasin et l'institut Yves Rocher avec l'aide de Tiffany car ayant déjà effectué un stage et travaillé pendant les vacances scolaires au sein de cette entreprise, elle avait en possession les contacts de la gérante adjointe, Amandine.

Nous avons convenu des réalisations de support en lien avec l'animation puis avons réparti les tâches à effectuer.

Prénom	Tâches
Tiffany	Création des flyers imprimer sur vistaprint.
Prisca	Création d'une story instagram avant l'événement.
Béline	Création d'une story instagram après l'événement.

Chaque support a des visées et objectifs différents:

- Les flyers, ils vont retenir l'attention et donner envie au public de s'intéresser et venir. Ils permettent un lancement d'animation tout en apportant les informations nécessaires à cette dernière.
- La story instagram avant animation, permet un rappel de l'événement et peut offrir une autre visibilité pour les personnes n'ayant pas reçu les flyers ou les ayant oublié.
- La story instagram après animation, apporte une évaluation des retours de la clientèle s'étant déplacés pour profiter de cette dernière.



Flyer distribué

Prix de revient de l'animation:

Produit	TTC	HT
100 flyers vistaprint	PU: 0,133 € 13,33 €	11,10 €
Frais de livraison	4,99 €	4,15 €
TOTAL	18,32 €	15,25 €

Le 20 avril 2022 nous avons eu un rendez-vous avec la gérante adjointe, pour lui donner les flyers destinés à être distribués à la clientèle par les employées lors des échanges et des ventes.

FICHE GAMME · SOIN VISAGE
FILLER VEGETAL

ATTENTES CLIENTES

Toutes les clientes qui souhaitent cibler leurs rides.

BENEFICES

COMBLE LES RIDES, REPULPE ET LISSE LA PEAU

ACTIF VEGETAL

CONCENTRE D'EFFICACITE BOTANIQUE ANTI-RIDES :

L'Ice Plant* fraîchement extraite permet de **booster la production naturelle d'acide hyaluronique** au cœur des cellules pour combler les rides. Cultivée en agroécologie à La Gacilly, l'Ice Plant* est récoltée 1 fois par an au pic de sa fraîcheur et de sa concentration en **molécules** actives. Notre technique de **Cryoextraction botanique** permet de **concentrer toute la puissance des actifs** pour un **extrait 100% frais, 100% préservé, parfaitement assimilable** par la peau, sans conservateur.

L'Acide Hyaluronique d'origine naturelle **retient l'eau à la surface de la peau** pour un **effet repulpant & lissant**. Instantanément la peau est réhydratée et repulpée. Il contribue à la parfaite hydratation de la peau permettant ainsi de **réduire les rides et ridules**. Notre acide hyaluronique est **100% d'origine naturelle**, issu de la biofermentation de glucose de blé et de maïs.

LE RITUEL

SÉRUM

SOINS DE JOUR

SOIN DE NUIT

PRODUITS COMPLÉMENTAIRES



SÉRUM REPULPANT SURCONCENTRÉ - 30ML



SOIN ANTI-RIDES REPULPANT JOUR - 50ML



SOIN LISSANT ECLAT - 50ML



SOIN ANTI-RIDES REPULPANT NUIT - 50ML



GRAND SOIN ANTI-RIDES VISAGE, COU & DÉCOLLETÉ - 75ML



SOIN ANTI-RIDES REPULPANT REGARD - 14ML

RESPECT DE LA PEAU

- Formules contenant **plus de 97 %** d'ingrédients d'origine naturelle.
- Formules testées sous contrôle dermatologique - Sans parabène

RESPECT DE LA PLANÈTE

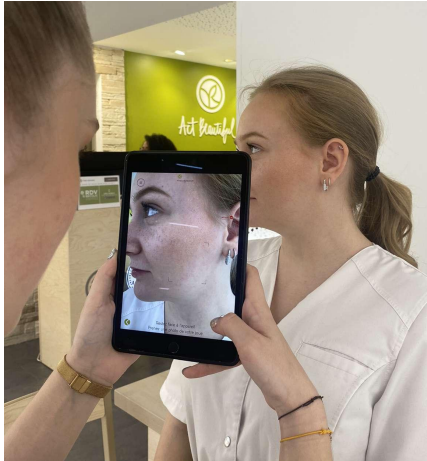
- Étui engagé en carton certifié FSC • Flacon et pots en verre recyclables.

Nous avons récupéré des plaquettes de fiches produits pour pouvoir prendre connaissance de chaque ligne afin d'apporter les meilleurs conseils. De plus nous avons effectué une documentation personnelle sur les autres gammes tels que les soins corps et douche, maquillage, parfum et cheveux. Afin de pouvoir diriger et conseiller la clientèle si besoin même si ce n'est pas la visée de notre animation.

Explication du projet:

Le 30 avril 2022, jour de l'action professionnelle, nous sommes arrivés 10 min avant le commencement afin d'avoir le temps de nous changer, se présenter à l'équipe et de pouvoir installer le kakemono de l'école.

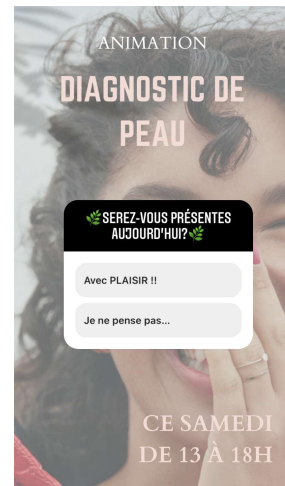
Nous avons commencé l'animation à 13 heures et l'avons terminé à 18 heures. Durant celle-ci nous avons attiré 15 client.e.s pour faire l'expérience du diagnostic de peau, nous demandons d'abord aux personnes leurs routines beauté du matin et du soir avec chaque produit. Puis nous demandons comment elles ressentent leur peau pendant la journée ainsi qu'avant et après leurs routines. Afin d'effectuer un diagnostic le plus complet possible nous prenons leur visage dans son ensemble en photo avec la tablette puis faisons une photo ciblée sur les joues de la clientèle.



Sur l'ensemble des personnes ayant effectué le diagnostic 10 personnes ont donné suite en effectuant un achat de un ou plusieurs produits dans la gamme soin visage. Nous avons également accueilli d'autre client.e.s qui souhaitaient des renseignements sur différents produits et prestations .

Observation après l'événement:

A la fin de notre journée nous avons recueilli quelques données sur la story que nous avons publié le matin sur le compte instagram de Yves Rocher centre ville avant l'évènement. Elle a effectué 316 vues avec 70% répondant positif pour leurs présences contre 30% de réponse défavorable.



Nous avons publié une deuxième story afin d'avoir un retour de satisfaction de la part de la clientèle. Elle a effectué 288 vues avec 93% réponses positives et seulement 7% mitigés.

Un comparatif du chiffre d'affaires des produits soin visage a été élaboré. Il en ressort une augmentation de 73% liée à notre projet.

Samedi 30 avril 2021	Samedi 30 avril 2022
Nom du produit Quantité vendu - PVTTC	Nom du produit Quantité vendu - PVTTC
Gel crème zéro défaut 1 - 17,90 €	Sérum liquide ultra-hydratant 1 - 19,90 €
Démaquillant express yeux pur bleuet 3 - 10,90 €	Crème hydratante protectrice FPS 20 1 - 17,90 €
Crème riche hydratation non-stop 1 - 17,90 €	Masque désincrustant au charbon végétal 2 - 15,50 €
Crème légère apaisante 2 - 18,90 €	Gommage purifiant pure menthe 2 - 12,50 €
	Sérum repulpant surconcentré 1 - 33,90 €
	Grand soin filler végétal anti-rides 1 - 38,90 €
	Lait démaquillant lissant pure calendula 2 - 9,50 €
	Démaquillant douceur pure bleuet 3 - 5,50 €
TOTAL: 106,30 € TTC / 85,04 € HT	TOTAL: 202,90 € TTC / 162,32 € HT

Remerciements

Je remercie l'entreprise Yves Rocher de nous avoir accueilli pour notre action professionnelle ainsi que notre école EISEC et mes collègues.