

**BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR
NÉGOCIATION ET DIGITALISATION DE LA RELATION CLIENT**

E5.1 : RELATION CLIENT A DISTANCE ET DIGITALISATION

BTS BLANC – DECEMBRE 2019

Durée : 3 heures
Coefficient : 2

La Marmite bretonne



Le sujet comprend 9 pages annexes comprises.
Dès que le sujet vous est remis, assurez-vous qu'il est complet.

L'usage de la calculatrice n'est pas autorisé.

Dossier 1 : Analyse de la stratégie digitale

Pour le dossier 1 : annexes 1 à 5

Dossier 2 : Animer le site de la Marmite Bretonne

Pour le dossier 2 : annexes 6 à 7

Dossier 3 : Réflexion structurée sur la communication multicanale



La conserverie a été créée en **2015** par **Elisabeth et Loïk**, deux engagés qui souhaitaient proposer des **produits conciliant qualité, transparence sur l'origine des ingrédients, respect de l'environnement et soutien à l'agriculture bio bretonne**. Après deux ans de travail, en août 2016, les premiers bocaux sont commercialisés autour du Golfe du Morbihan, berceau de la conserverie. L'équipe de La Marmite Bretonne relève quotidiennement le défi de cuisiner toutes ses recettes avec **100% d'ingrédients bio bretons** et donne accès à l'origine précise de tous ses ingrédients.

La conserverie est installée dans le bourg de **Plougoumelen** (Morbihan), dans des locaux adaptés aux normes agro-alimentaires. Du parage des légumes à la stérilisation des bocaux, **toutes les étapes sont réalisées à la conserverie**. Pour proposer de savoureux bocaux, tous les légumes et les fruits sont travaillés frais et à la main au fil des saisons. Nous avons sélectionnés nos équipements pour leur qualité et leur fabrication française (marmite et sauteuse fabriquées à Quimper (29), autoclave à Sainte-Bazeille (47), équipement inox de Tournus (71)...).



DOSSIER 1 : Analyse de la stratégie digitale

Annexe 1 : Conserverie. Elisabeth et Loïck mettent les légumes bretons en bocaux

Annexe 2 : En tête et corps de la page d'accueil du site « La Marmite Bretonne »

Annexe 3 : Pied de page de la page d'accueil du site « La Marmite Bretonne »

Annexe 4 : Extrait de la page « Nos produits »

Annexe 5 : Extrait de la page « Le bocal connecté »

Travail à faire

- 1.1. Analysez la page d'accueil du site « La Marmite bretonne »
- 1.2. Proposez des actions d'amélioration pour optimiser la page d'accueil du site.
- 1.3. Réalisez un persona marketing correspondant à la stratégie de l'entreprise.

DOSSIER 2 : Animer le site de la marque

L'entreprise souhaite dynamiser son activité commerciale en renforçant sa présence dans différents points de vente. A l'occasion des fêtes de fin d'année, La marmite bretonne souhaite mettre en avant ses packs découverte auprès de ses clients.

Elisabeth Plassard et Loïck de Ferraudy vous ont chargé de mettre en place les animations dans les magasins Bio de Brest le samedi 14 décembre. Ils vous demandent de réfléchir à l'envoi d'une newsletter à destination des clients qui habituellement commandent sur le site marchand.

Partie 1 : Animer la relation client

Annexe 6 : Extrait de la page « Pack Découverte »

Annexe 7 : Conseils pour rédiger une newsletter

Travail à faire

2.1. Quelles sont les obligations légales à respecter concernant l'envoi d'e-mails à des particuliers (l'opt-in) ?

2.2. Rédigez la newsletter à publier, présentant l'animation commerciale qui se déroulera dans les magasins bio. Cette newsletter sera envoyée aux clients particuliers de la zone de chalandise de Brest.

Partie 2 : Publier du contenu à caractère commercial

Afin de renforcer la communication autour de la mise en place des animations dans les magasins bio, Elisabeth et Loïck, vous demande de réfléchir à de nouveau contenus à publier sur le site et les réseaux sociaux pour toucher un maximum de clients.

2.3. Proposez un contenu à publier sur le site de La Marmite Bretonne pour annoncer l'événement et indiquez sur quelle page vous publiez ce contenu. Vous préciserez le(s) objectif(s), le sujet abordé, les mots clés à utiliser et le format.

2.4. Proposez à La Marmite Bretonne d'autres canaux pour relayer l'événement.

DOSSIER 3 : Réflexion structurée sur la communication multicanale

A partir du cas de l'entreprise La Marmite Bretonne, vous répondrez à la question suivante :

Quels sont les intérêts pour une entreprise de communiquer à travers différents canaux ?

Annexe 1 : Conserverie. Elisabeth et Loïck mettent les légumes bretons en bocaux

La jeune conserverie de légumes Er Vro vient de créer La Marmite Bretonne. A 40 ans, le couple a effectué un virage à 180° pour vivre en lien avec la terre. Pari réussi.

« On en avait assez de voir des produits venir de la terre entière alors que l'on peut en trouver de très bons à proximité. On voulait donner du sens à notre alimentation tout en étant acteur du territoire », expliquent *Elisabeth Plassard et Loïck de Ferraudy*, issus du monde de l'entreprise.

Commercial pour Loïck et dans la gestion financière pour *Elisabeth*, le couple a effectué un virage à 180°. **« On voulait un lien avec la terre. À 40 ans, c'est difficile de se reconvertir dans l'agriculture. Alors la transformation des produits s'est progressivement imposée à nous. »**

Après deux années de réflexion pour mûrir leur projet, ils ont créé en janvier 2016, Er Vro (local en breton), une conserverie de légumes installée à l'entrée de Plougoumelen (Morbihan).

« Les légumes ne voyagent pas »

La Marmite Bretonne, le nom de la marque, c'est une histoire de rencontres. Avec des producteurs locaux surtout. **« On ne crée pas nos recettes en fonction de ce qui existe déjà. On part des produits et on élabore la recette. Chez nous, les légumes ne sont pas de grands voyageurs », souligne *Elisabeth*.**

Le couple s'efforce de dénicher des pépites à proximité, le champignon de Paris de Moustoir-Remungol, le vinaigre de cidre de Carnac ou encore les pommes du verger de Saint-Marcel. Dernièrement, c'est la lentille verte de Plumergat qui s'est invitée dans les recettes élaborées après de multiples essais. **« Et aussi des ratages. Comme nous ne rajoutons aucun additif, il faut s'assurer de la qualité et de la fraîcheur des produits et jouer sur la cuisson », dit le couple.**

L'autre credo de la conserverie, c'est la traçabilité. Ici pas de listes d'ingrédients à rallonge, pas d'additifs alimentaires. À l'aide d'un flash-code et d'un portable, le consommateur peut vérifier la provenance des produits.

Le couple est d'ailleurs fier d'annoncer du 100 % bio et breton. Tartinables, soupes, plats cuisinés, purée de fruits, la gamme de produits s'étoffe. La Marmite Bretonne propose déjà vingt-six références et a créé deux emplois à temps pleins.

Élisabeth et Loïck sont en passe de réussir leur pari, être des acteurs de leur territoire. Des produits frais et locaux, travaillés à la main, avec une juste rémunération des producteurs, la démarche est de mieux en mieux comprise par la clientèle qui peut trouver ces produits dans les supérettes locales et magasins bio ou directement à l'entreprise et sur internet.

www.ouest-france.fr, le 3 février 2017

Annexe 2 : En tête et corps de la page d'accueil du site « La Marmite Bretonne »

Le Blog

Connexion

PACK DÉCOUVERTE | PACK TARTINABLE | NOS PRODUITS | LES RDV DE LA MARMITE | LA CONSERVÉRIE BIO | LE BOCAL CONNECTÉ

BRETAGNE

Conseiller familial bio du Golfe du Morbihan

DÉCOUVRIR

Découvrez l'origine de tous les ingrédients de votre bocal

Annexe 3 : Pied de page de la page d'accueil du site « La Marmite Bretonne »

LA MARMITE BRETONNE

- Conserverie familiale bio du golfe du Morbihan
7 bis rue Yves de Pont-Sal
56400 PLOUGOUMELEN
- 02 97 29 65 19
Nous contacter par e-mail
contact@lamarmitebretonne.bzh
- La Marmite fait son réuz

AVEC LE SOUTIEN



NOS RECETTES

- Toutes nos recettes végétariennes
- Toutes nos recettes sans gluten
- Recettes naturellement faibles en sel
- Les spécialités de la Marmite Bretonne aux graines de sarrasin
- Recettes originales pour l'apéritif

LA MARMITE ENGAGÉE

- Nous respectons les saisons
Nous ne travaillons que des produits frais et de qualité, cuisinés sans additifs ni agents de texture.
- Nos fruits et légumes ne sont pas de grands voyageurs
Pourquoi faire venir de loin, ce qui pousse naturellement à nos côtés ?
- Nos bocaux n'ont rien à cacher
Pour chaque bocal, retrouvez les producteurs de tous les ingrédients grâce au QR code ou sur notre site avec le numéro de lot.

INFORMATIONS

- Mon compte
- Commande groupée
- Mode de paiement
- Livraisons
- CGV
- Mentions légales

SUIVEZ-NOUS



CERTIFICATIONS & ENGAGEMENTS



Annexe 4 : Extrait de la page « Nos produits »

FILTRER PAR

CATÉGORIES

- Les tartinables
- Les soupes
- Les plats revisités
- Purées de légumes
- Les sauces et condiments
- Les purées de fruits



CARACTÉRISTIQUES

- Sans gluten
- Sans lait
- Sans œuf
- Sans sel ajouté
- Végétarien
- Sans sucres ajoutés
- Aux graines de sarrasin

SOUPE CHOUX-FLEUR, SARRASIN & PANAI (250 ML)

19,20 € (3,20€ par unité)

Détails

Je commande

COFFRET ASSORTIMENT 6 SOUPES NOMADES (6 X 250ML)

19,20€ (6 bocaux)

Détails

Je commande

PURÉE DE POMMES BIO PILOT (320 G)

19,20 € (3,20€ par unité)

Détails

DÉCOUVREZ AUSSI

[CRÉER MON COFFRET TARTINABLE](#)



FILTRER PAR

CATÉGORIES

- Les tartinables
- Les soupes
- Les plats revisités
- Purées de légumes
- Les sauces et condiments
- Les purées de fruits



CARACTÉRISTIQUES

- Sans gluten
- Sans lait
- Sans œuf
- Sans sel ajouté
- Végétarien
- Sans sucres ajoutés
- Aux graines de sarrasin

SOUPE CHOUX-FLEUR, SARRASIN & PANAI (250 ML)

19,20 € (3,20€ par unité)

Détails

Je commande

COFFRET ASSORTIMENT 6 SOUPES NOMADES (6 X 250ML)

19,20€ (6 bocaux)

Détails

PURÉE DE POMMES BIO PILOT (320 G)

19,20 € (3,20€ par unité)

Détails

DÉCOUVREZ AUSSI

[CRÉER MON COFFRET TARTINABLE](#)



Annexe 5 : Extrait de la page « Le bocal connecté »

Le bocal connecté

Innover pour garantir à nos clients un accès rapide à l'origine de tous les ingrédients



De la réception des matières premières à l'expédition des bocaux, l'organisation de la conserverie a été pensée pour permettre de garder l'information sur l'origine précise de tous les ingrédients de chaque bocal.

Et parce que derrière chaque ingrédient, il y a des hommes et des femmes qui s'engagent quotidiennement pour une alimentation durable, nous vous donnons accès aux noms et à la localisation de tous les producteurs.

88

Le défi quotidien de la Marmite Bretonne

S'appuyer exclusivement sur la richesse des ressources de notre territoire pour inventer des recettes végétales à base d'ingrédients 100% bio et bretons.



Tomates, choux, artichauts, betteraves, sarrasin, millet... La Bretagne nous offre une grande diversité et des possibilités immenses d'inventer les recettes qui vont avec un territoire. Laissez-nous vous embarquer à la découverte des producteurs et de leur savoir-faire.

88

L'origine des produits d'un clic sur Smartphone

Accéder simplement à l'origine de tous les ingrédients de chacune des recettes de La Marmite Bretonne d'un clic sur votre téléphone !



Pour chaque bocal, le flash code vous permet d'obtenir d'un clic, les coordonnées et la localisation des producteurs à l'origine de votre bocal. Une traçabilité facile d'accès !

88

L'origine de tous les ingrédients grâce au numéro de lot

Tranquillechez vous, vous pouvez également accéder à l'origine de l'ensemble des ingrédients de chacune des recettes de la Marmite Bretonne.



Grâce au numéro de lot, vous obtenez d'un clic, la liste complète des maraîchers et producteurs de tous les ingrédients de la recette, jusqu'au moindre grain de sel

88

Annexe 6 : Extrait de la page « Pack Découverte »



COFFRET ASSORTIMENT 6 SOUPES NOMADES (6 X 250ML)

19,20€ (6 bocaux)

[Détails](#)

[Je commande](#)



COFFRET DÉCOUVERTE LÉGUMES AU NATURES (6 BOCAUX)

24,00€ (6 bocaux)

[Détails](#)

[Je commande](#)



PACK DÉCOUVERTE SENIZ (SOLO/DUO)

195,00€ (60 bocaux)

[Détails](#)

[Je commande](#)

Annexe 7 : Conseils pour rédiger une newsletter

- Soignez le titre et l'accroche : soignez percutant et donnez envie
- Pensez Responsive design : votre contenu doit être lisible sur tous les supports
- Donnez la possibilité de se désabonner
- Proposez un sommaire pour faciliter la lecture
- Rédigez un contenu de qualité : Gardez toujours à l'esprit que votre envoi, même s'il parle de votre actualité, doit avant tout rendre service au lecteur
- Limitez ce que vous avez à dire
- Adressez-vous vraiment à votre abonné
- Soignez le vocabulaire : il doit être adapté à votre cible
- Respectez votre ligne éditoriale