

## Mission n°1 : Découvrir la politique de Placement (= distribution)



**M. El Markouchi**, votre tuteur qui est directeur commercial de l'agence SOSH de Lyon, vous explique que vos différentes missions ne se feront jamais en contact direct, dit en « face à face », avec les clients. Toutes vos missions se dérouleront à distance, en effet il n'existe aucune agence physique chez SOSH.

### Tâche 1.

- ⇒ Distinguer les espaces de vente physiques et virtuels
- ⇒ Découvrir le phygital

#### 1.1 Présentation de SOSH



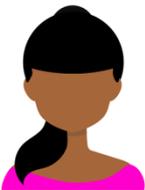
Votre tuteur, souhaite vous former au métier de conseiller commercial à distance. Auparavant, vous devez vous familiariser avec l'entreprise afin de répondre à la clientèle.

**Activité A.** Complétez la carte d'identité de Sosh après avoir consulté le site « mon petit forfait »

*Consulter :* <https://www.monpetitforfait.com/sosh> (Rubriques 1 à 9 uniquement)

*Compléter :* Annexe 1

#### 1.2 Les espaces de vente virtuels et physiques



Mlle Pasquier souhaite acheter un portable et s'engager dans un forfait mobile. Elle hésite entre les offres de Sosh et celles d'Orange. Selon le choix de la marque, la cliente ne suivra pas le même parcours ...

**Activité B.** Distinguez l'espace de vente virtuel et physique en complétant l'annexe 2.

*Consulter :* Document 1

*Compléter :* Annexe 2

#### 1.3 Le phygital

Mlle Pasquier décide d'abord de découvrir l'offre de la boutique Orange située dans le centre commercial de Val Semnoz à Seynod. Elle découvre une boutique hyper connectée dite phygital ...



**Activité C.** Le phygital est une contraction de « physique » et de « digital ». Définissez le contexte commercial phygital des enseignes. Vous avez contacté par téléphone le responsable de boutique ...

*Ecouter le responsable de la boutique :* [https://drive.google.com/open?id=1\\_sp44RW5JOSvM04WzyEX8uCHheqMmYTu](https://drive.google.com/open?id=1_sp44RW5JOSvM04WzyEX8uCHheqMmYTu)

*Compléter :* Annexe 3

**Activité D.** Distinguez les solutions digitales et phygiales.

*A faire sur PC ou Smartphone :* <https://learningapps.org/watch?v=py47auwmc20>



### Document 1 : Les espaces de vente

#### La boutique Orange dans le centre commercial Val Semnoz - Seynod

La boutique Orange qui se situe à Seynod est implantée dans le centre commercial de Géant. C'est un bâtiment qui regroupe un ensemble de commerce de détails (= boutiques) très varié autour d'une ou plusieurs locomotives (= Grande surface alimentaire et/ou spécialisée) qui assurent un flux de client important. Les centres commerciaux sont majoritairement implantés en périphérie des villes pour en faciliter l'accès au client, et le stationnement est souvent gratuit. La location des boutiques est souvent onéreuse et subissent les assauts du e-commerce.

#### La boutique Orange située en centre-ville d'Annemasse

La boutique Orange qui se situe dans la ville d'Annemasse fait partie du commerce de proximité. Ce terme désigne l'ensemble des commerces qui vendent au détail des produits alimentaires et non-alimentaires dans des boutiques situées dans les centres villes. La boutique Orange d'Annemasse souffre comme tous les autres commerces de centre-ville de la concurrence des grandes surfaces, des centres commerciaux implantés dans les périphéries des villes, de l'e-commerce et du coût de stationnement pour les clients.

#### Le concept des boutiques orange

##### **Bienvenue dans votre boutique Orange**

Toute notre équipe vous accueille et vous guide pour trouver l'offre (abonnement internet-TV-mobile, Orange Bank) ou le produit le plus adapté à vos besoins. Venez découvrir et tester nos mobiles, accessoires et objets connectés du moment.

Nos conseillers vous accompagnent dans vos choix et dans la prise en main de vos équipements : paramétrage de votre téléphone, reprise de vos anciens mobiles.

Retrouvez toutes les informations utiles pour préparer votre visite : les horaires, le plan d'accès de votre magasin, les ouvertures du dimanche et les horaires exceptionnels.

#### La boutique en ligne Sosh

Le e-commerce regroupe l'ensemble des ventes et des achats qui se réalisent à distance sur internet à partir de différents terminaux (P.C, tablette, Smartphone, console, TV connectée ...). Les clients peuvent acheter leurs articles 7j/7, 24h/24. La vente en ligne représente 9,1% du commerce de détail en France. Un chiffre modeste qui se justifie peut-être par le fait que les clients ne peuvent ni toucher, ni tester les produits.

Il n'existe pas de boutique physique Sosh. Les offres de téléphonie mobile et fixe de la marque Sosh sont vendues exclusivement en ligne. De la même manière, le service clients est uniquement présent en ligne. Le contact se fait principalement via chat, soit sur le site internet de la marque, soit via les réseaux sociaux, tels que Facebook ou Twitter. Sosh a toutefois mis en place une communauté, constituée de ses abonnés, afin que chacun puisse répondre aux questions des uns et des autres.



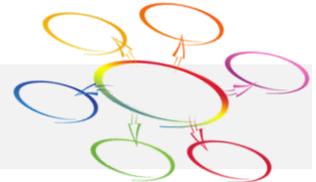
The screenshot shows the Sosh website interface. At the top, there is a navigation bar with links for 'Suivi de commande', 'Aide et contact', and 'Identifiez-vous'. Below this, a menu lists 'Forfaits mobile', 'Boîte Internet', 'Téléphones', 'Bons plans', 'Espace client', and 'Communauté'. The main content area features a large red banner with the text 'Internet à la maison à partir de 19,99€/mois sur le réseau internet Orange avec La Boîte Sosh'. There are also small cartoon characters on the left side of the banner.

## Mission n°1 : Découvrir la politique de Placement (= distribution)



**Mlle Pasquier** achète un téléphone de la marque XIAOMI (Mi9) sur le site Sosh et s'engage aussi dans un forfait mobile le jeudi 09 janvier 2020. Sa commande apparaît sur votre écran.

Vous savez que votre entreprise ne fabrique pas de téléphone mobile et qu'il est nécessaire de passer par un fabricant. Vous vous demandez quel est le parcours que va suivre le produit avant d'être livré au domicile de votre cliente.



### Tâche 2.

⇒ Identifier le circuit de distribution

Afin de bien comprendre et de pouvoir répondre aux interrogations des clients, M. El Markouchi vous explique les différentes étapes de la distribution, il décide de les illustrer d'exemples concrets avec les situations d'entreprises variées :

1. M. Bernard est producteur de légumes. Il les vend directement sur le marché de son village.
2. Mme Jasmin, responsable du rayon produit frais à Geant Annemasse, commande ses produits à la centrale d'achat de GEANT CASINO France. Cette dernière achète ses produits au fabricant Danone.
3. Le fabricant XIAOMI approvisionne la marque SOSH en smartphone.
4. Le grossiste M.A.C spécialisé dans l'informatique, commande ses produits en grande quantité au fabricant Microsoft afin d'obtenir des prix compétitifs. M.A.C revend ses produits à plusieurs magasins spécialisés en petite quantité.

**Activité A.** Représentez schématiquement les différents chemins suivis par les produits jusqu'au consommateur à partir des situation écrites précédemment.

*Compléter : Annexe 4*

**Activité B.** Chaque schéma de l'annexe 4 représente un canal de distribution. Définissez « canal de distribution » en vous aidant des schémas remplis (annexe 4).

*Compléter : Annexe 4*



M. El Markouchi, vous précise que le canal de distribution est dit « direct, court, long et long intégré » en fonction du nombre d'intermédiaires entre le producteur/fabricant et le consommateur final.

**Activité C.** Trouvez l'appellation des différents canaux que vous venez de rencontrer et écrivez leur nom en dessous de chaque schéma de l'annexe 4.

Pour vous aider, le canal long intégré correspond au canal dans lequel intervient la centrale d'achat.

Compléter : Annexe 4

M. El Markouchi, vous signale qu'une même entreprise peut utiliser plusieurs canaux de distribution.

Reprenons la situation de notre cliente, Mlle Pasquier qui a acheté un Smartphone de la marque XIAOMI. Cette marque commercialise ses produits en utilisant plusieurs canaux :

- ⇒ 1/ Directement auprès du consommateur final sur son site internet,
- ⇒ 2/ Dans les espaces de vente virtuels et physiques des opérateurs téléphoniques français,
- ⇒ 3/ Auprès des centrales d'achat de la grande distribution (spécialisée ou non).



**Activité D.** Représentez schématiquement les différents canaux utilisés par Xiaomi.

Compléter : Annexe 5

**Activité E.** Après avoir bien étudié le schéma de l'annexe 5, définissez « circuit de distribution ».

Compléter : Annexe 5

## Mission n°1 : Découvrir la politique de Placement (= distribution)



**M. Frelut**, qui navigue sur le site internet de Sosh, vous contacte par la messagerie CHAT et vous demande de le renseigner sur les modes de livraison proposés par votre entreprise et les modalités de suivi de la commande.

### Tâche 3.

⇒ Assurer le suivi de la commande du produit

**Activité A.** Relevez les modes et les délais de livraison proposés par Sosh. Vous recherchez les informations sur les Offres Sosh.

Consulter : Offres Sosh : <https://drive.google.com/open?id=1qldujTQT2FmOcZh4sGI3efADTLos6pc>

Compléter : Annexe 6



**Activité B.** Échangez avec votre client par CHAT et vous répondez à sa demande.

Consulter : Offres Sosh : <https://drive.google.com/open?id=1qldujTQT2FmOcZh4sGI3efADTLos6pc> et <https://www.sosh.fr/> et de votre agenda sur votre Smartphone

Compléter : Annexe 7

