

PLAMSPORTS

Contexte :



Plamsports (SARL) est un équipementier sportif implanté à Mions dans le Rhône (69). Cette entreprise, créée il y a 9 ans, est en forte croissance depuis quelques années. Les premières années, son chiffre d'affaires moyen s'élevait à 300 000 €. Aujourd'hui, il représente 750 000 € et l'entreprise se fixe l'objectif à court terme d'atteindre 1 000 000 €.

L'entreprise s'est spécialisée dans la distribution de produits pour les sports collectifs « majeurs » essentiellement auprès des clubs sportifs : Rugby, Handball, Volley Ball, Basket Ball et Football. Ce dernier sport représente 80% de son activité.

Pour cela, elle propose une diversité de produits textile et matériel sportif (cônes, panneaux de baskets...), sérigraphie, récompenses et trophées, produits paramédicaux, objets publicitaires... Ces produits sont mis en avant dans le showroom de l'entreprise à Mions (69).

Implantée historiquement sur le département du Rhône, l'entreprise a engagé un fort développement commercial régional avec l'extension au département de l'Isère en 2016. Par ailleurs, Plamsports a su créer des partenariats avec les grandes marques internationales en devenant, par exemple, distributeur officiel des marques Uhlsport ou Puma pour le football, ou encore distributeur officiel d'Hummel pour le handball.

La majorité des clients de l'entreprise sont des petits clubs sportifs. En plus de la vente de matériel et de textile, PLAMSPORTS leur propose des services complémentaires. L'événementiel en est un exemple. L'entreprise accompagne ses clients dans l'organisation de leurs événements (tournoi, loto, vide grenier...). Elle dispose par exemple d'un contrat négocié avec le groupe Carrefour pour fournir aux clubs des consommables alimentaires.

De plus, l'entreprise propose aux clubs un projet sponsoring, elle met en place des formations auprès des dirigeants pour les aider à trouver de nouvelles ressources.

PLAMSPORTS souhaite aujourd'hui consolider sa position sur les clubs sportifs en développant son activité dans le département de l'Ain.

L'un des associés de l'entreprise, Patrick MICHAUD, vous accueille dans l'entreprise comme stagiaire NDRC après quelques semaines d'activité ralentie.

Organisation du travail dans le groupe :

Pour faciliter le travail et les échanges intra groupe à distance vous pourrez utiliser les outils suivants : Zoom, Skype, Whatsapp à votre convenance
La classe virtuelle sera utilisée pour les échanges avec vos professeurs.

Certaines ressources mobilisables seront déposées au fur et à mesure de l'avancement des missions et/ou actions.

Ces ressources doivent être complétées par des recherches personnelles sur d'autres supports.

Mission 1 : Marketing stratégique

Action n°1 : Analyse du Macro environnement : **du lundi 18 au mercredi 20 mai**

La récente crise sanitaire et ses impacts sur l'économie vous ont fait prendre conscience de l'importance de l'étude du macro environnement, il paraît alors important de surveiller les menaces et les opportunités que l'entreprise pourrait rencontrer sur son marché

A faire dans le cadre de cette action :

A l'aide de l'outil PESTEL, procéder à l'analyse du marché du sport en étudiant ses composantes.

Consignes :

- Réunion obligatoire le mardi 19 mai matin à pour un point intermédiaire (lien : classe virtuelle) - tous les membres du groupe sont obligatoirement présents et chaque groupe présentera l'analyse déjà réalisée.
- La synthèse PESTEL est à déposer sur le drive **mercredi 20 mai à 15 h au plus tard.**

Présentation de l'action 2 : classe virtuelle classe entière mercredi 20 mai 15 heures

Action n°2 : Analyse de marché : **du mercredi 20 mai au mardi 26 mai**

Neuf ans après le lancement de Plamsports, le marché a dû beaucoup évoluer et M. MICHAUD veut des données actualisées pour s'assurer que ses orientations stratégiques ainsi que sa politique commerciale sont toujours appropriées.

A faire dans le cadre de cette action :

M. MICHAUD vous demande de réaliser une étude du marché sur lequel Plamsports opère.

Consignes :

- Étant donné le peu de temps dont vous disposez et les contraintes de mobilité, vous effectuerez vos recherches uniquement sur Internet.
- Un bilan ou un point à mi-parcours pourra être **fait lundi 25 mai matin à partir de 10h** avec tous les membres du groupe.
- Travail à faire **sous forme de diaporama commenté** : enregistrement à l'aide de la plateforme screencast o matic par l'un des membres du groupe.
Lien d'accès au tutoriel screen cast o matic : <https://youtu.be/Ov7xZRKXpEU>

A déposer sur le drive le mardi 26 mai à 18h au plus tard.

Présentation des actions 3 et 4 : classe virtuelle classe entière mercredi 27 mai 10 heures

Action n°3 : segmentation et positionnement : **du mercredi 27 au vendredi 29 mai.**

Action n°4 : le mix de l'entreprise

Grâce à vos deux précédentes actions (analyse PESTEL et étude de marché), vous disposez d'informations pertinentes sur les tendances du marché de Plamsports, ses opportunités et ses contraintes.

Pour compléter ces analyses, vous allez déterminer si les choix de M. MICHAUD sont judicieux et cohérents en termes de segmentation, positionnement et marketing mix.

A faire dans le cadre de cette action :

a/ Analyser la segmentation et le positionnement de Plamsports.

b/ Présenter le marketing mix de l'entreprise et conclure sur sa cohérence avec la cible visée et le positionnement choisi.

Consignes :

- Un bilan ou un point à mi-parcours sera fait **jeudi 28 mai à 10 h** avec tous les membres du groupe.
- Travail à rendre **sous forme de note professionnelle adressée à M. MICHAUD**

A déposer sur le drive le vendredi 29 mai à 17h au plus tard.

**Présentation de la mission 2 – action n°1 et de la fiche E4 : classe virtuelle classe entière mardi 2 juin
10 heures**

Mission 2 : Ciblage et prospection

Action n°1 : constitution d'une BDD prospects : **du mardi 2 au mercredi 3 juin**

Compte tenu du contexte économique et sanitaire actuel, les actions de fidélisation des clients actuels ne suffisent pas à maintenir notre chiffre d'affaires, et encore moins à le faire progresser. Relancer nos ventes suppose de mettre très rapidement sur pied une vaste action de prospection.

Après échanges avec vous, la cible retenue par P. MICHAUD est : les clubs sportifs du département de l'Ain.

A faire dans le cadre de cette action :

a) Justifier le choix de cette cible sur la feuille 1 du fichier Excel

b) Constituer une base de données Excel de 60 prospects (feuille 2) . Chaque membre du groupe devra collecter 15 prospects pertinents et indiquer dans la première colonne de la base ses initiales.

Consignes :

- La BDD devra prévoir les champs nécessaires à des opérations de prospection multicanale.
- La BDD finalisée est à déposer sur le drive **mercredi 3 juin 18 h au plus tard**

Présentation de l'action 2 : classe virtuelle classe entière jeudi 4 juin à 10h

Action n°2 : prospection : **du jeudi 4 au lundi 8 juin**

Une fois le BDD prospects constituée, M MICHAUD s'est interrogé sur le meilleur choix en matière de modalités de prospection. Après échanges avec les membres de votre groupe, il a décidé d'opter pour :
- un emailing de prospection, suivi d'une campagne d'appels téléphoniques, afin d'obtenir des rdv pour des entretiens (en face à face ou en visio-réunion).

A faire dans le cadre de cette action :

a) préparer le texte d'un email de prospection

b) après avoir trouvé une solution d'envoi automatisée (gratuitiel ou freemium), l'utiliser pour envoyer l'emailing en test aux 4 professeurs et aux 4 membres du groupe

c) après avoir réalisé un guide d'entretien téléphonique, appeler votre tuteur virtuel qui simulera un prospect

Consignes :

- L'emailing sera envoyé **vendredi 5 juin avant 17h.**
- Les appels téléphoniques de prospection se dérouleront **lundi 8 juin selon le planning à venir**
- Travail individuel

Mission 3 : Préparation de la négociation

Action n°1 : élaboration du plan de découverte et de l'argumentaire **du lundi 8 juin au mercredi 10 juin**

Les appels téléphoniques ont mis en évidence que la concurrence était particulièrement vive. Afin d'être très convaincants dès votre premier entretien de négociation, vous avez convenu avec M MICHAUD de la nécessité de préparer minutieusement votre plan de découverte et votre argumentaire CAP SONCAS

A faire dans le cadre de cette action :

- **préparer le plan de découverte**
- **construire l'argumentaire**

Consignes :

- Déposer sur le drive un travail individuel, au plus tard le **mercredi 10 juin à 12h**
 - le plan de découverte
 - l'argumentaire CAP SONCAS présenté sous forme de tableau (2 arguments par mobile d'achat SONCAS)

Action n°2 : Dynamiser la présentation à distance de l'offre commerciale **du mercredi 10 juin au vendredi 12 juin**.

Les associés, contraints d'assurer une bonne partie de leurs entretiens de négociation à distance, remarquent qu'ils éprouvent davantage de difficultés à être convaincants qu'en face à face.

A faire dans le cadre de cette action :

M MICHAUD vous demande de concevoir une présentation valorisante mais brève et percutante de l'entreprise, utilisable par les commerciaux, partenaires ou distributeurs.

Consignes :

- Réaliser une capsule vidéo de 1mn 30 sec.
- Vous présenterez l'entreprise, ses produits, son positionnement, son ambition.
- Tout type d'animation possibles : images filmées, captures d'écran, animations (Animaker, Powtoon, Vyond, Explee...)
- **Travail individuel**
- Capsule vidéo à déposer **vendredi 12 juin à 17 heures au plus tard**

Mission 4 : Animation digitale

Votre prospection a mis en évidence que la société PLAMSPORTS devait réfléchir à la mise en place d'une stratégie multicanale qui permettrait de multiplier les possibilités de contact.

Patrick MICHAUD vous charge de mener une réflexion sur la mise en place d'outils d'animation digitale.

Action n°1 : Analyse du site Web **du lundi 15 juin au mardi 16 juin à 15h**

En premier lieu, vous allez réaliser une analyse du site internet existant. Elle portera sur les points forts et les axes d'amélioration de la structure du site plus particulièrement de son arborescence - www.plamsports.fr

Vous vous appuyerez sur le cours (Bloc 2 chapitre 1.2) ainsi que sur la ressource 14.

Consignes :

- Déposer sur le drive un travail individuel, au plus tard le **mardi 16 juin à 15h**

Action n°2 : Dynamiser la présentation à distance de l'offre commerciale **du mardi 16 juin au jeudi 18 juin**

Les associés, contraints d'assurer une bonne partie de leurs entretiens de négociation à distance, remarquent qu'ils éprouvent davantage de difficultés à être convaincants qu'en face à face.

A faire dans le cadre de cette action :

P. MICHAUD vous demande de concevoir une présentation valorisante mais brève et percutante de l'entreprise, utilisable par les commerciaux, partenaires ou distributeurs.

Consignes :

- Réaliser une capsule vidéo de 1mn 30 sec.
- Vous présenterez l'entreprise, ses produits, son positionnement, son ambition.
- Tout type d'animation possibles : images filmées, captures d'écran, animations (Animaker, Powtoon, Vyond, Explee...)
- **Travail individuel**

- Capsule vidéo à déposer **jeudi 18 juin à 17 heures au plus tard**

Action n°3 : Publication sur les réseaux sociaux **vendredi 19 juin**

Après plusieurs semaines d'activité ralentie, l'un des associés de l'entreprise décide d'organiser l'événement commercial suivant pour relancer les ventes : présentation des dernières nouveautés de la marque PUMA pour le football le samedi 27 juin de 9h à 17h dans le showroom de l'entreprise.

A faire dans le cadre de cette action :

P. MICHAUD souhaite relancer sa communication sur Facebook et vous demande de rédiger un post faisant part de l'événement.

Vous vous appuyerez sur le cours du bloc 2 ainsi que sur les ressources 15 et 16.

Consignes :

- Réaliser le post sur votre smartphone (Facebook ou Instagram, où sur une application type Notes)
- Faire un screenshot de votre publication
- Travail individuel à déposer sur le drive **vendredi 19 juin à 18 heures au plus tard**