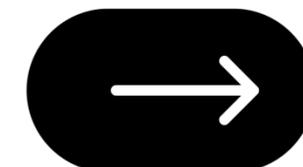


NDRC 2025

logo de  
votre  
entreprise

# Exploitation & Mutualisation de l'information commerciale

Votre Prénom Nom



# Le Sommaire de la présentation

## EXPLOITATION DE L'INFORMATION

- Quelques chiffres
- L'Offre du marché et ses principaux acteurs
- La Demande du marché et sa segmentation

## L'environnement du marché

- Le Macro-Environnement avec PESTEL
- Le Méso Environnement
  - Les 5 Forces de Porter
  - Le Benchmarking Concurrentiel
  - Le podium Leader, Challenger, Outsider
- Le Micro-environnement
  - Le Mix Marketing 4P
    - Prix (La stratégie)
    - Place (Les canaux de distributions)
    - Product (La matrice BCG)
    - Promotion (La matrice POEM)

## Le SWOT de mon entreprise

- Le croisement des Forces/Opportunités avec les Faiblesses/Menaces

## Les Objectifs fixés

- La préconisation de développement issue du croisement du SWOT

## MUTUALISATION DE L'INFORMATION

- La veille informationnelle
- Le SIC (Système d'Information Client)
- Les Logiciels et CRM
- Les droits et accès des services à ces informations

## La contribution à l'expertise commerciale

- Ma contribution

**FIN**



NDRC 2025

logo de  
votre  
entreprise

# Exploitation de l'information

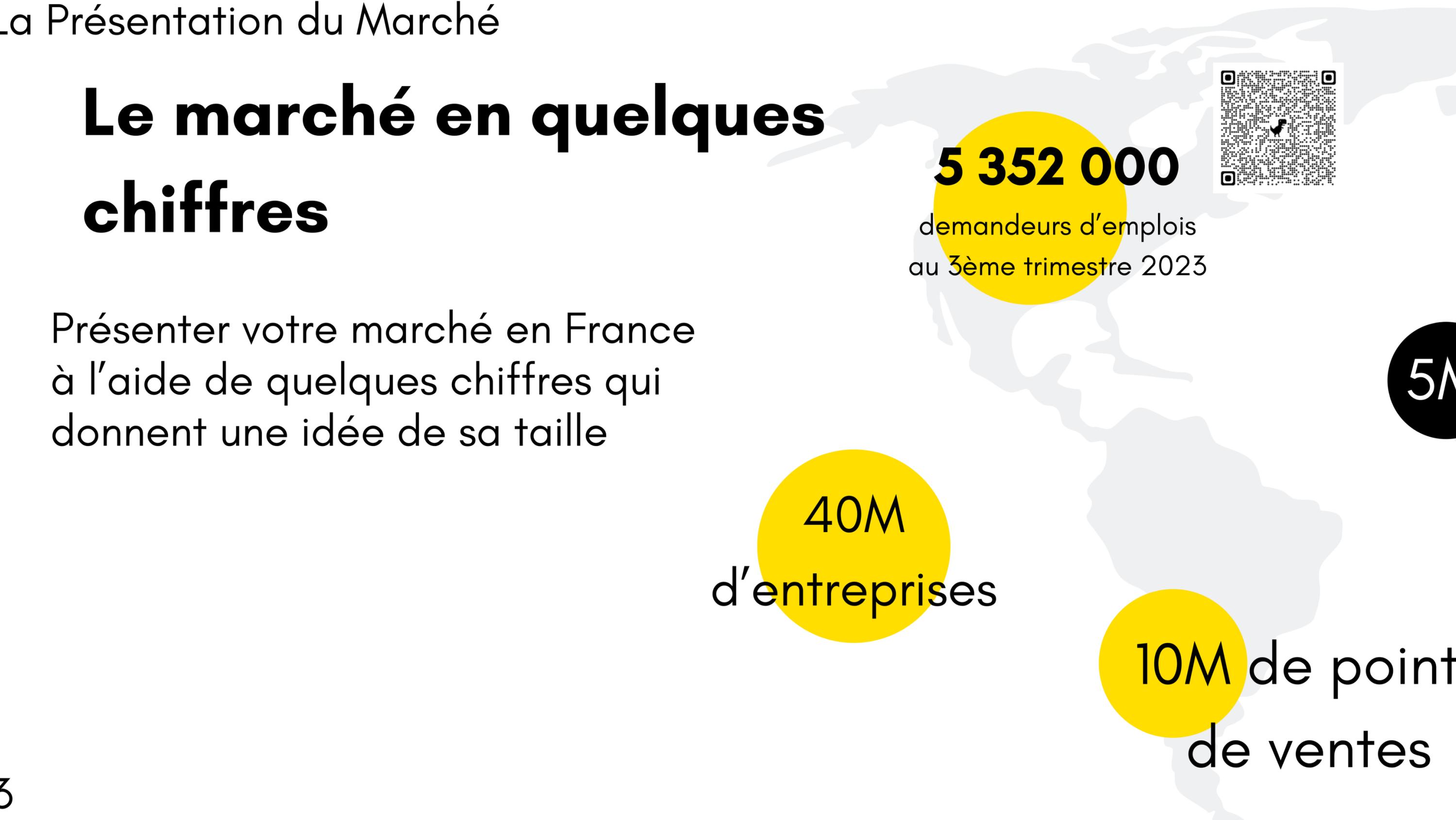
## L'étude du marché

Votre Prénom Nom



# Le marché en quelques chiffres

Présenter votre marché en France à l'aide de quelques chiffres qui donnent une idée de sa taille



**5 352 000**  
demandeurs d'emplois  
au 3ème trimestre 2023

**40M**  
d'entreprises

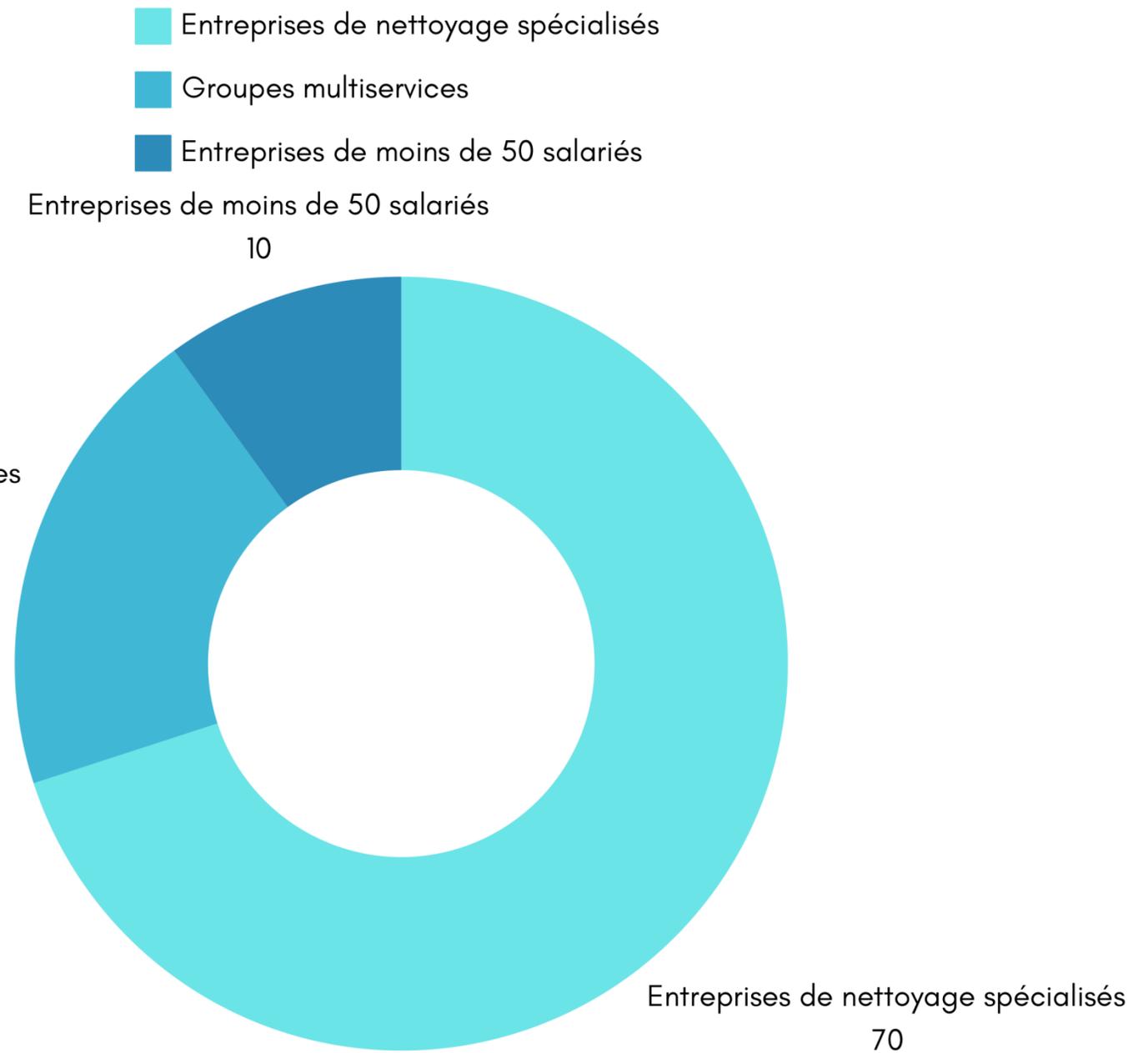
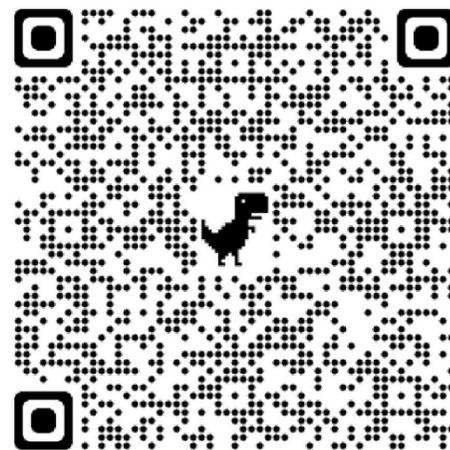
**10M** de points  
de ventes

**5M**

# Les principaux acteurs du marché

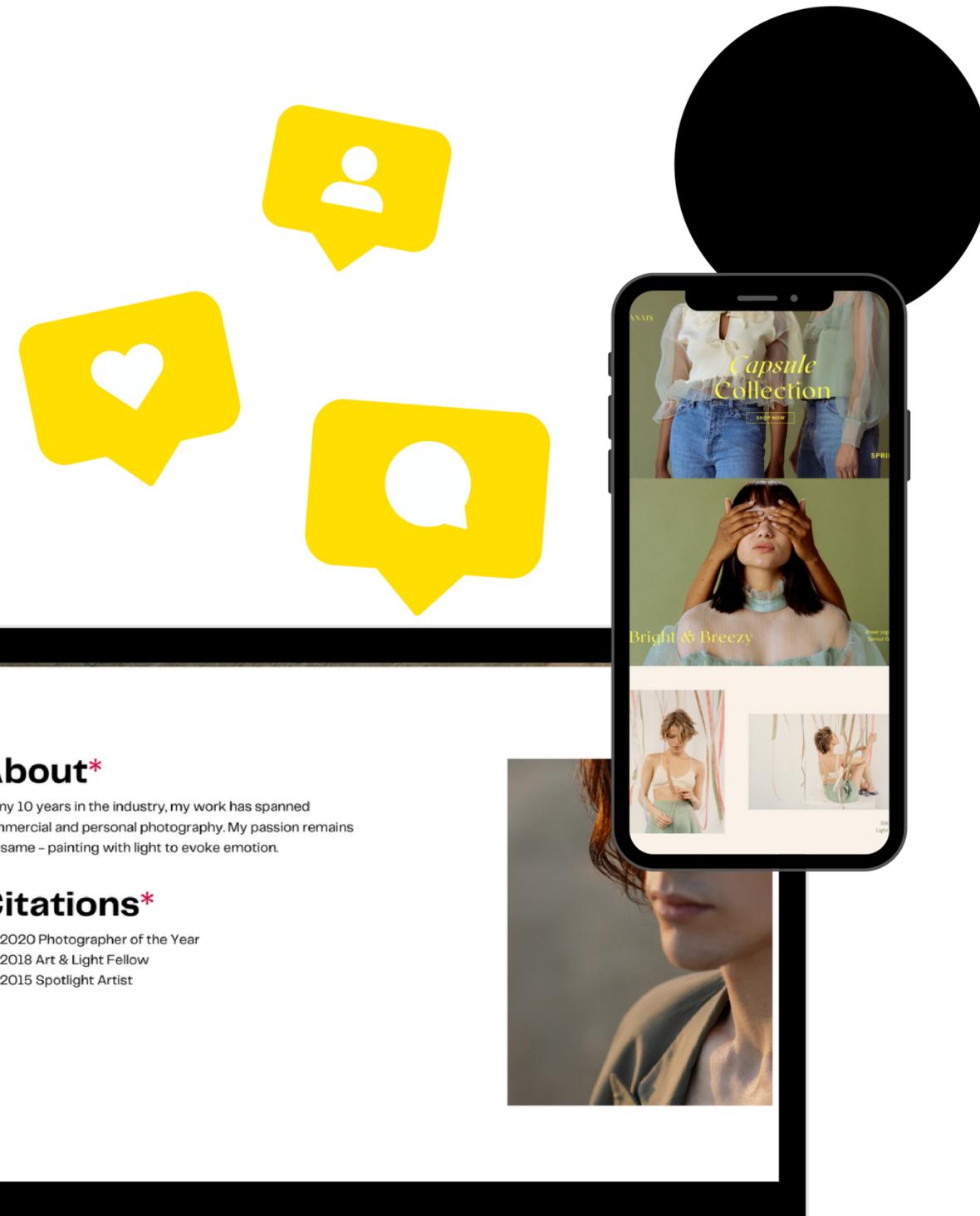
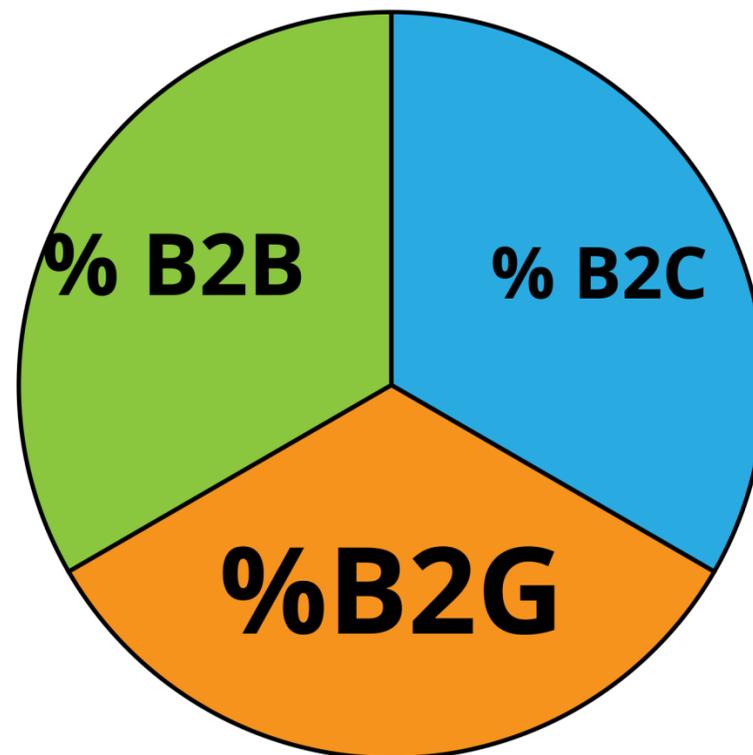
## Les "OFFREURS"

Quelques logos des grands noms du marché et leur répartition en % de parts ou de CA ou autre selon ce que vous aurez trouvé sur internet



# Les principaux clients du marché : "LA DEMANDE"

Répartition selon les segments de clientèle visés (B2C, B2B, B2G ou 15-25 ans, 35-55 ans ou encore les "monocontrats", "multicontrats", etc...) que vous trouverez sur internet



## Le PESTEL

- Présente des opportunités comme des menaces
- Opportunité
- Menace

FACTEUR	FAIT	INTERPRETATION
POLITIQUE	<a href="https://www.">https://www.</a>	aux vues des ... ceci représente pour nous une menace
ÉCONOMIQUE	<a href="https://www.">https://www.</a>	Etant donné notre ... ce fait représente une opportunité
SOCIÉTAL	<a href="https://www.">https://www.</a>	aux vues des ... ceci représente pour nous une menace mais aussi une opportunité sous l'angle de ...
TECHNOLOGIQUE	<a href="https://www.">https://www.</a>	aux vues des ... ceci représente pour nous une menace
ÉCOLOGIQUE	<a href="https://www.">https://www.</a>	Etant donné notre ... ce fait représente une opportunité
LÉGAL	<a href="https://www.">https://www.</a>	Etant donné notre ... ce fait représente une opportunité

# Les 5 forces de PORTER

La structure du marché a une conséquence forte sur l'évaluation des 5 forces de porter

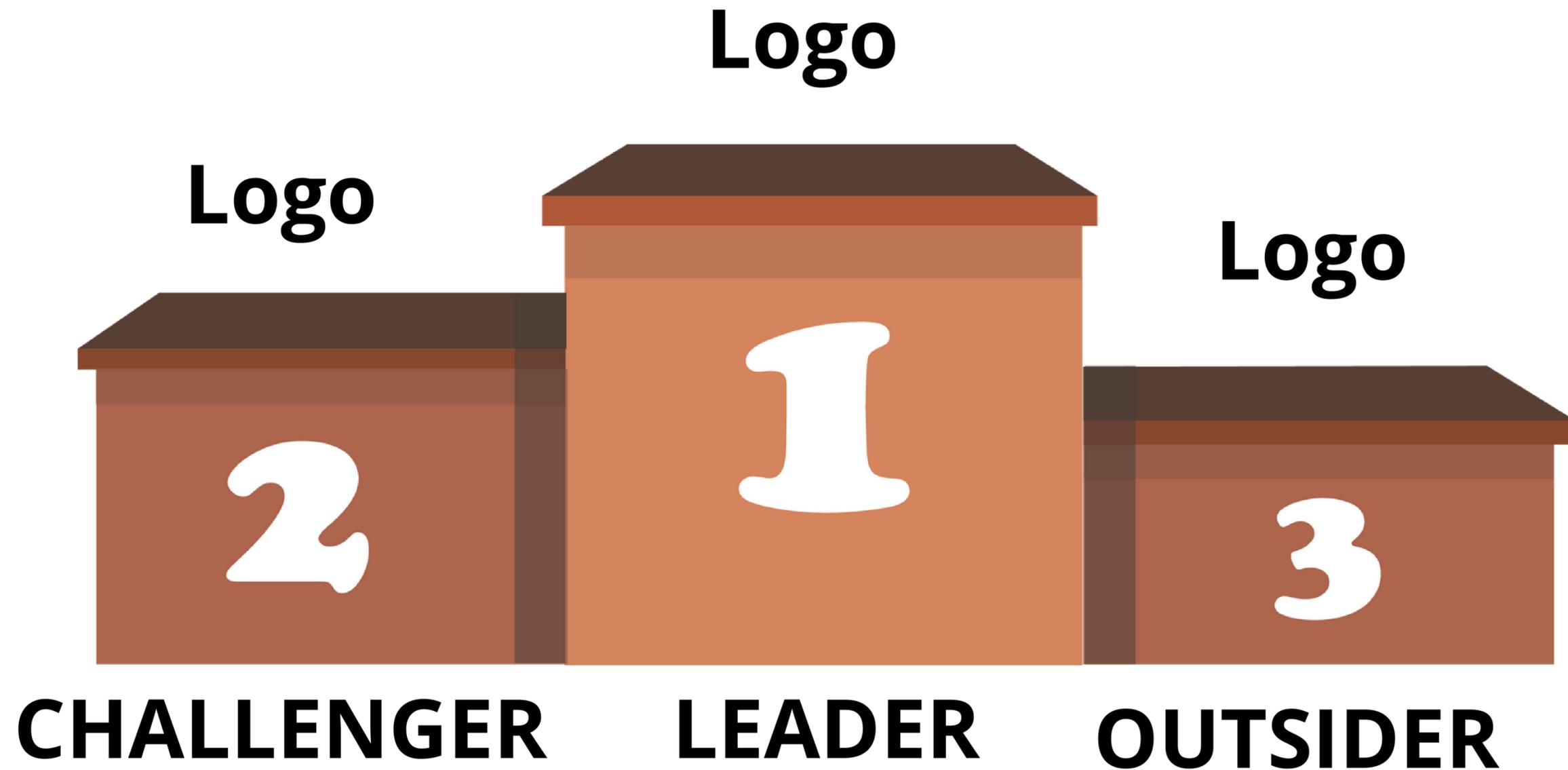
FORCES	NOTE /5	INTERPRÉTATION
NOUVEAUX ENTRANTS	2	cette note révèle ...
POUVOIR DE NÉGO DES CLIENTS	3	cette note révèle ...
POUVOIR DE NÉGO DES FOURNISSEURS	3	cette note révèle ...
PRODUITS DE SUBSTITUTION	1	cette note révèle ...
CONCURRENCE DIRECTE	2	cette note révèle ...
TOTAL : INTENSITE CONCURRENTIELLE	11 / 25	

# Le Benchmarking concurrentiel

	CAPITAL	NOMBRE D'AGENCES	CHIFFRE D'AFFAIRES	SCORE (5/3/1)	POSITIONNEMENT
CONCURRENT A	250 K€	15	750K€	9 pts	2ème CHALLENGER
CONCURRENT B	175€	18	1,2M€	11 pts	1er LEADER
CONCURRENT C	340€	12	650K€	7 pts	3ème OUTSIDER
	<b>5 pts</b>		<b>3 pts</b>		<b>1 pts</b>

L'environnement du marché > Le méso environnement

# Les principaux acteurs



## Le Mix Marketing > Prix

indiquez quelle stratégie de prix vous pratiquez entre

- écrémage (vous êtes plus cher)
- alignement (vous êtes au même prix)
- pénétration (vous êtes moins cher)

### Pour une offre produit équivalente

Screenshots ou  
exemples de  
contrats

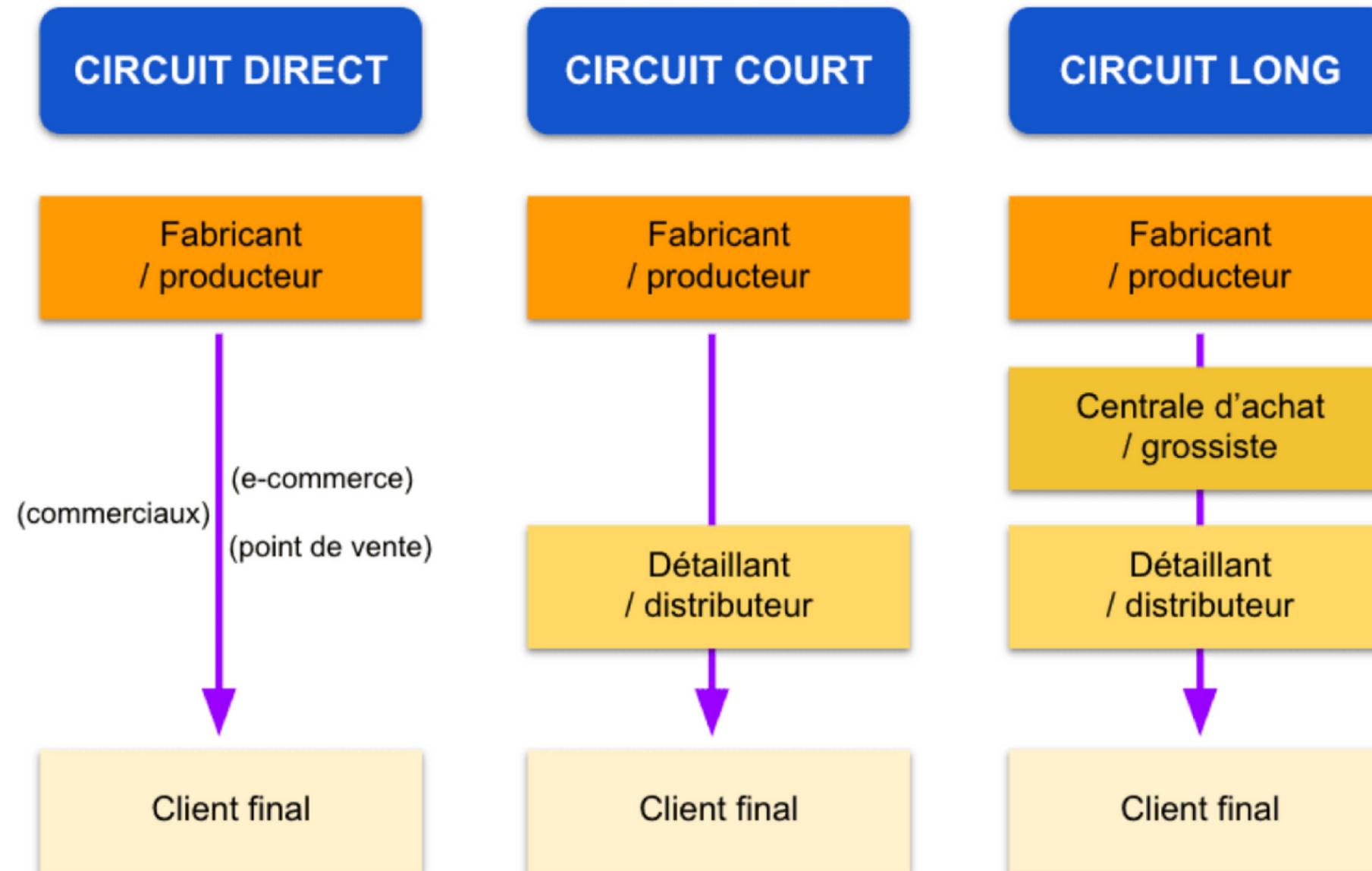
Fiche produit de  
l'une de vos  
offres avec le  
prix

Fiche produit de  
l'offre du premier  
concurrent avec  
le prix

Fiche produit de  
l'offre du  
deuxième  
concurrent avec  
le prix

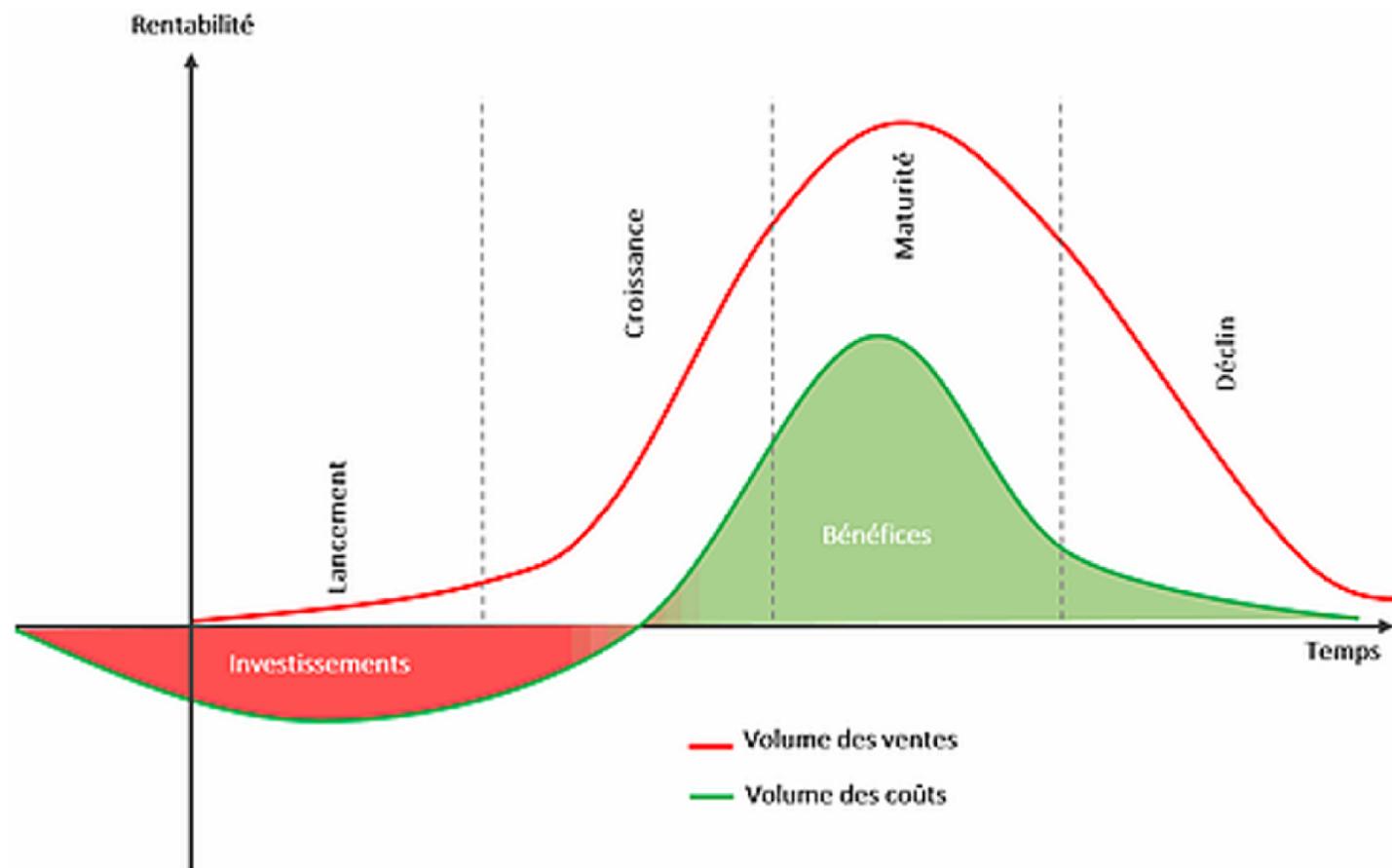
# Le Mix Marketing > Place

## Nos canaux de distribution

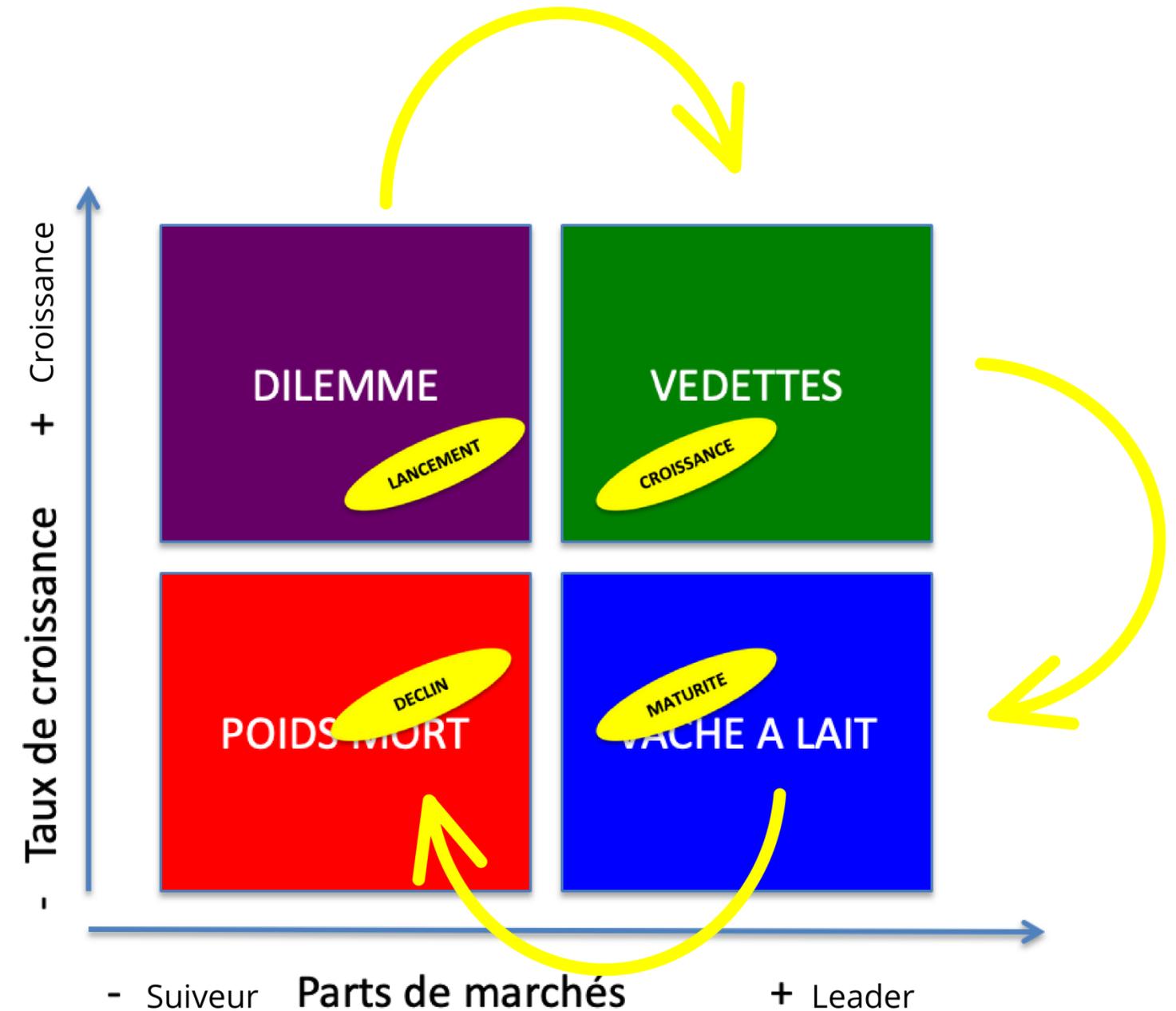


L'environnement du marché > Le micro environnement

# Le Mix Marketing > Produit



On retrouve le cycle de vie du produit à travers la succession Dilemme > Vedettes > Vache à lait > Poids mort



# Le Mix Marketing > Promotion (la communication)

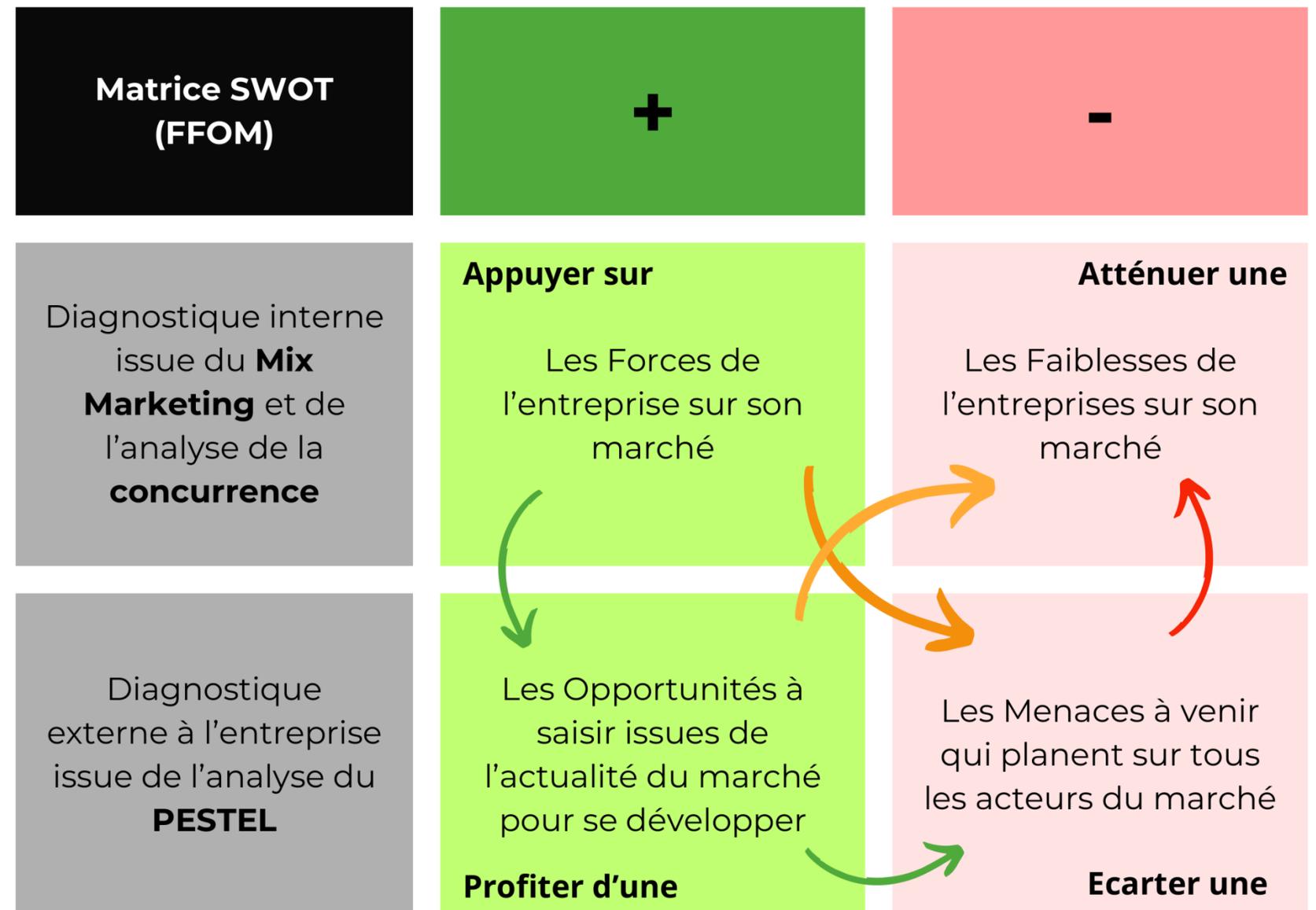
	COMMUNICATION	PHYSIQUES	HUMAINS	DIGITAL
P	PAID	Salons	Influenceurs	boost sur les réseaux sociaux, Google Ads
O	OWNED	PLV / ILV	Collaborateurs ambassadeurs	Publications web et posts sur les réseaux sociaux
E	EARNED	Afficher la note des avis google	Clients ambassadeurs & marketing viral (bouche à oreille clients)	Commentaires des posts sur les réseaux sociaux et avis
M	MEDIA & SHARED	QR codes	Webmasters & Community manager	Nombre de partages sur les RS

# Le SWOT de Mon Entreprise

## Attention ! les menaces et opportunités viennent de votre PESTEL !

Une fois votre SWOT établi, cherchez à répondre aux questions suivantes pour trouver **des préconisations d'actions** :

- **Comment profiter de mes forces** pour :
  - Profiter d'une opportunité
  - Eviter une menace
- **Comment profiter des opportunités** du marché pour
  - Pallier une faiblesse
  - Contrer une menace
- **Existe-t-il un rapport entre mes faiblesses et les menaces** à venir ?
  - Menace(s) aggravante(s) sur mes Faiblesses
- **Quelle priorité** dois-je donner à ces préconisations d'actions ?



## Les Objectifs fixés

Indique en une phrase que tu mets en gros, la préconisation issue du croisement de ton PESTEL.

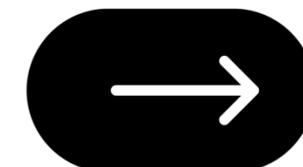
Cette préconisation annonce le projet de développement de ton entreprise

NDRC 2025

logo de  
votre  
entreprise

# Mutualisation de l'information veille & partage de l'information commerciale

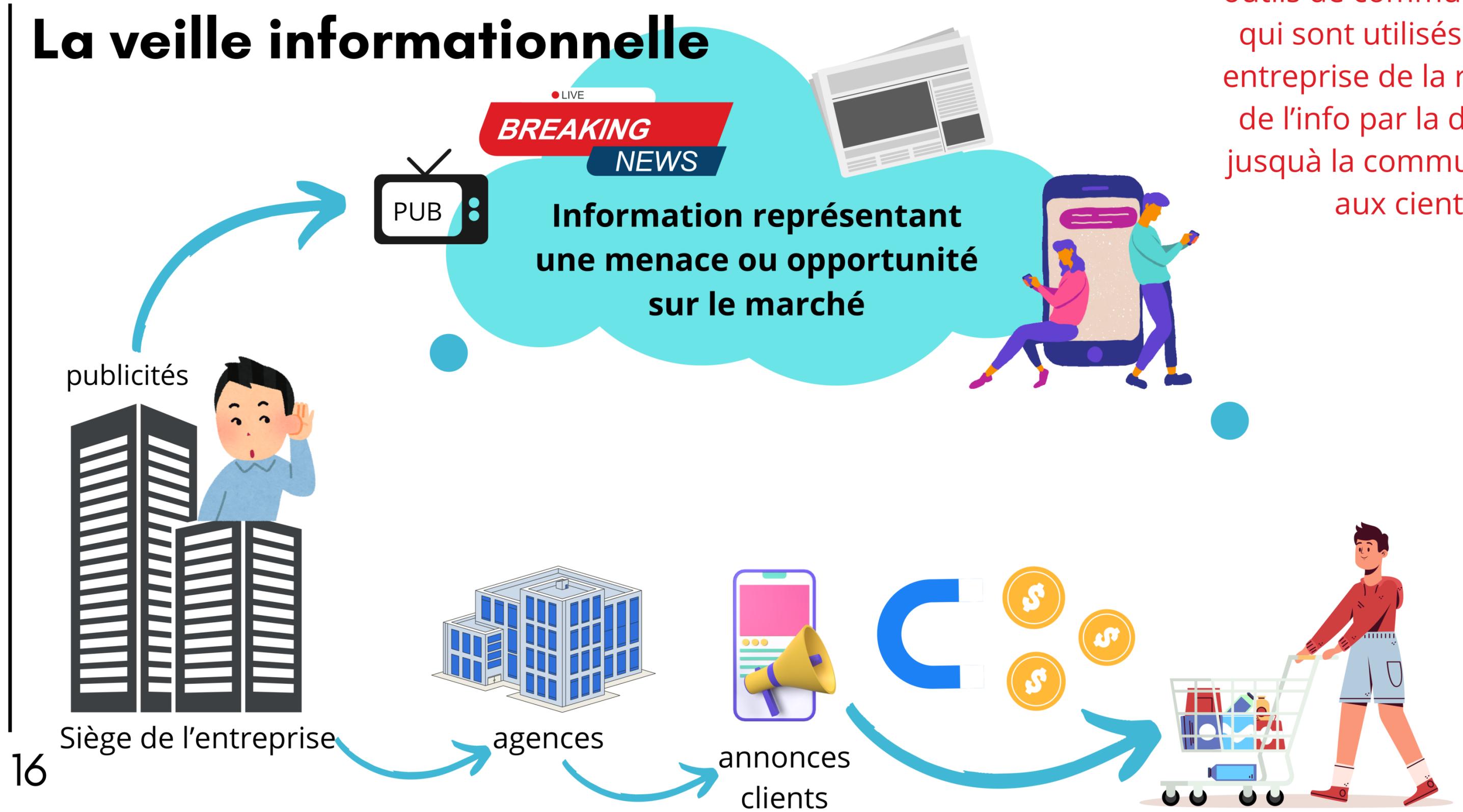
Votre Prénom Nom



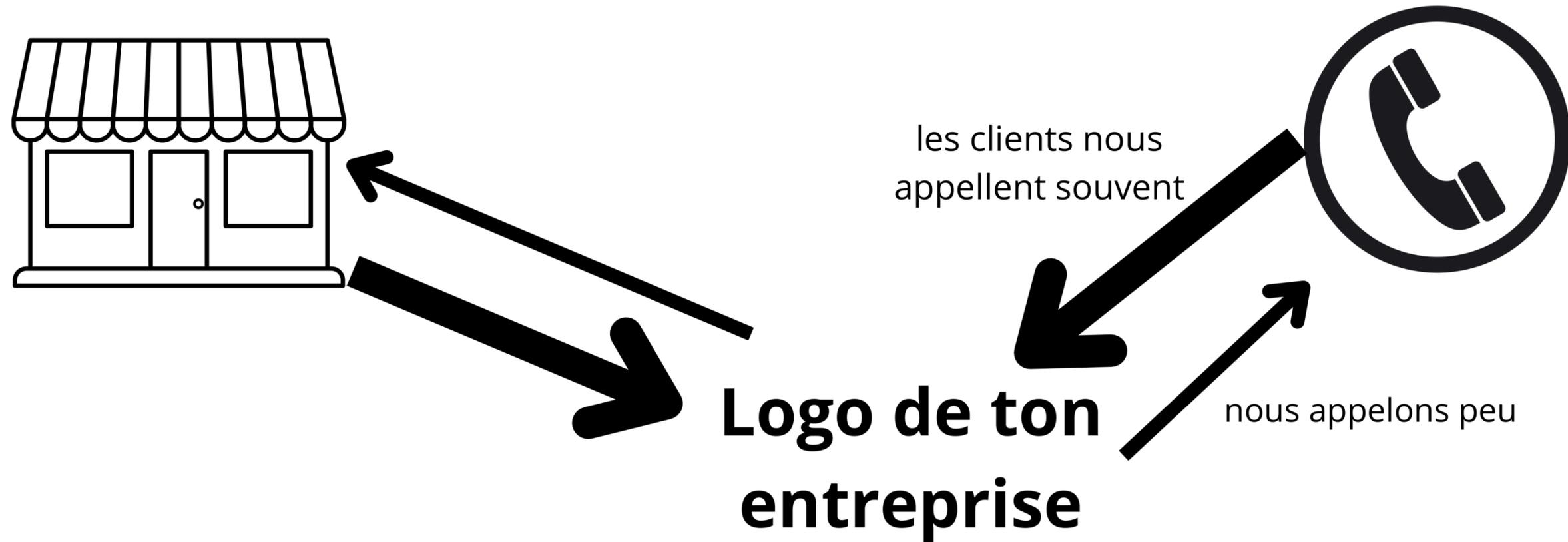
# La Mutualisation de l'information commerciale

## La veille informationnelle

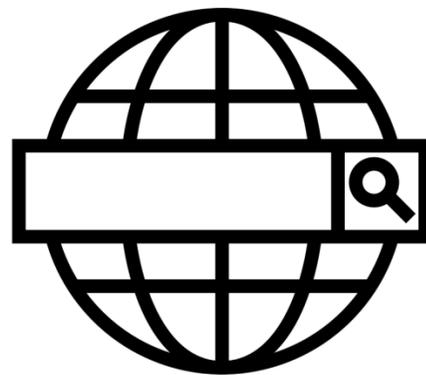
indique dans ce schéma les outils de communications qui sont utilisés par ton entreprise de la réception de l'info par la direction jusqu'à la communication aux clients



# Le SIC (Système d'Information Client)



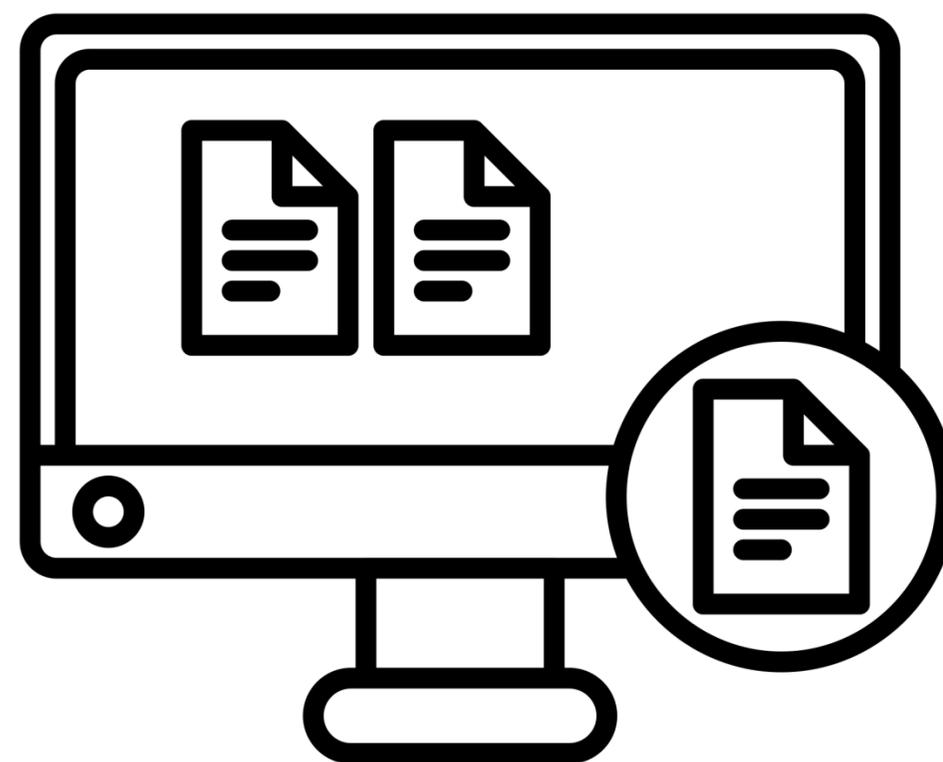
Pour chaque symbole reliez-le à votre logo centrale en grossissant la flèche en fonction de l'importance du flux



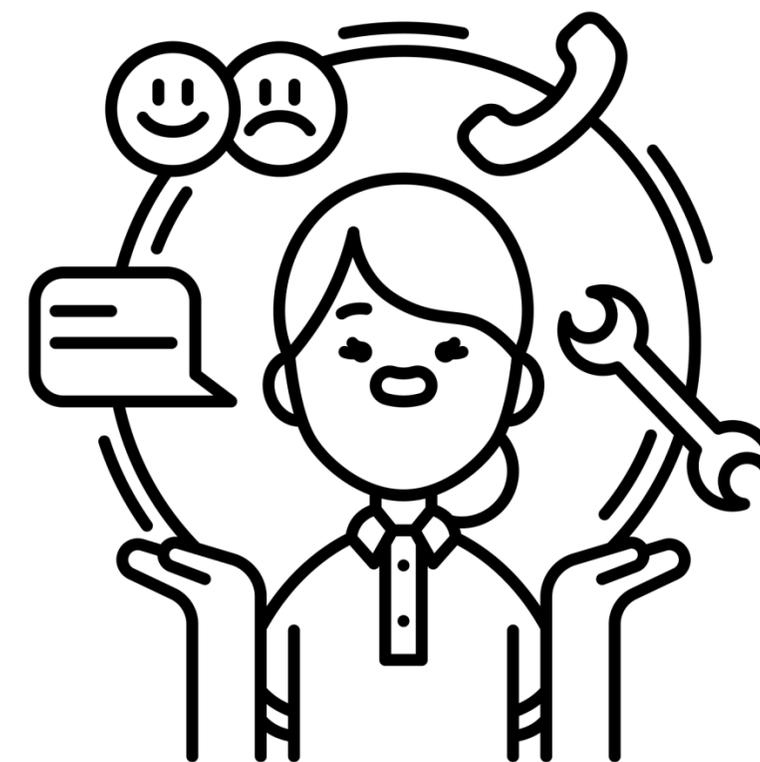
## Les logiciels et CRM de l'entreprise :



logo du logiciel de  
compta / facturation  
(exemple EBP)



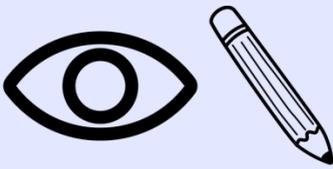
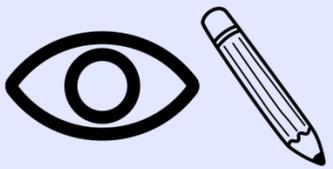
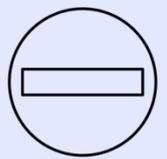
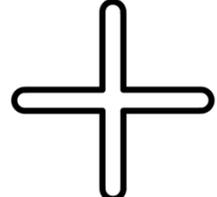
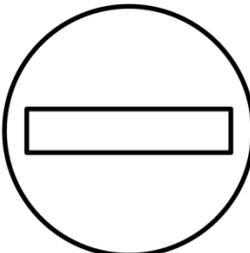
logo du logiciel de  
création de devis



logo du logiciel de  
traitement du service  
après ventes ou du  
service technique

# La Mutualisation de l'information commerciale (qui a le droit de quoi ?)

## Les droits et accès à l'information commerciale :

	service commercial	service comptable	service technique	service après vente	
Effectuer un devis					 droit de lecture
Effectuer une facture					 droit de modification
Effectuer une relance					 droit de suppression
Effectuer un suivi atelier					 droit de création
Effectuer une création de client					 aucun droit

## **Ma contribution à l'entreprise**

**Expliquez un outil, un script, une tâche ... que vous avez mis en place pour l'entreprise, qui est aujourd'hui utilisé, et qui n'existait pas avant**

**(exemple: la création d'un compte instagram, un script d'appel, un tableau particulier, un kit d'accueil, ...)**

**Présentez-le succinctement et servez-vous de cette diapo pour ajuster le timing de la fin de votre présentation (qui doit durer 10minutes)**



Merci pour votre  
**Attention**