Chapitre 03 - Mise en application

Le Systeme d'Information Commercial

2 dossiers - 8 questions

Dossier 1 · SIC et gestion des donnees clients

Beaute Prestige - Structurer le systeme d'information



Beaute Prestige est une enseigne de cosmetiques premium (5 boutiques). Sa directrice souhaite unifier son systeme d'information commercial, actuellement disperse entre plusieurs outils.

Document 1 - Etat des lieux du SIC Beaute Prestige

Diagnostic des outils et donnees disponibles

- 5 logiciels de caisse differents (un par boutique), non synchronises
- Site e-commerce Prestashop : 2 100 profils clients independants
- Fichier Excel partage par email : 3 800 contacts
- Mailchimp : 1 500 abonnes (liste construite manuellement)
- Problemes : doublons estimes a 30 %, donnees incompletes a 40 %, RGPD non formalise
- Objectif : centraliser dans un CRM unique d'ici 6 mois

Questions

Question 1

Definissez le Systeme d'Information Commercial. Quelles sont ses 3 fonctions principales ? Illustrez chacune pour Beaute Prestige.

Éléments de réponse

Le SIC est l'ensemble des moyens permettant de collecter, stocker, traiter et diffuser les informations necessaires a l'activite commerciale.

Collecte : enregistrement des achats en caisse et sur Prestashop. Traitement : consolidation pour eliminer les doublons. Diffusion : newsletters ciblees via Mailchimp.

Question 2

Identifiez les dysfonctionnements du SIC actuel. Quels risques font-ils courir a l'enseigne ?

Éléments de réponse

Dysfonctionnements : silos de donnees (4 outils non connectes), doublons (30 %), donnees incompletes (40 %), RGPD non formalise.

Risques : commercial (double envoi = mauvaise image), decisionnel (pas de vision globale CA/client), juridique (sanction CNIL jusqu'a 4 % du CA).

Question 3

Quelles precautions Beaute Prestige doit-elle prendre pour etre conforme au RGPD lors de la migration vers un CRM ?

Éléments de réponse

Verifier le consentement explicite de chaque contact. Purger les doublons et donnees trop anciennes. Tenir un registre des traitements.

Informer les clients du transfert. Garantir leur droit d'acces, rectification et effacement.

Question 4

Proposez une segmentation pertinente des 4 800 contacts CRM et un usage commercial pour chaque segment.

Éléments de réponse

VIP (> 300 euros/an, > 6 achats) : ventes privees, cadeau anniversaire, early-bird nouveautes.

Fideles (100-300 euros, 3-6 achats) : programme de points, cross-selling sur historique.

Occasionnels (< 3 achats) : campagne de reactivation avec bon de reduction.

Inactifs (> 12 mois) : email de reconquete ou suppression (RGPD).

A retenir : Un SIC efficace centralise, fiabilise et exploite les donnees clients. La conformite RGPD est une obligation legale. La segmentation permet de personnaliser les actions commerciales.

Librairie du Centre - Piloter l'activite par les donnees



La Librairie du Centre est une librairie independante. Son gerant dispose de 3 ans de donnees de vente qu'il souhaite exploiter via un tableau de bord commercial.

Document 2 - Donnees de vente Librairie du Centre (2023)

Bilan commercial annuel

- CA annuel 2023 : 312 000 euros (objectif : 330 000 euros)
- CA 2022 : 295 000 euros
- Nombre de transactions : 18 750 - Panier moyen : 16,64 euros
- Taux de transformation : 38 %
- Categories : Romans 42 %, BD/Manga 28 %, Jeunesse 18 %, Pratique 12 %
- Mois les plus faibles : juillet-aout (-35 % vs moyenne mensuelle)
- Mois record : decembre (+80 % vs moyenne mensuelle)

Questions

Question 5

Calculez le taux de realisation de l'objectif CA 2023 et l'evolution du CA 2022-2023. Commentez.

Éléments de réponse

Taux de realisation : 312 000 / 330 000 x 100 = 94,5 % - objectif non atteint (-5,5 %).

Evolution : (312 000 - 295 000) / 295 000 = +5,8 % soit +17 000 euros. Croissance reelle mais en deca de l'ambition.

Question 6

Definissez un KPI. Proposez 5 KPI pertinents pour le tableau de bord de la Librairie, avec l'objectif de suivi de chacun.

Éléments de réponse

KPI : indicateur cle de performance permettant d'evaluer l'atteinte d'un objectif.

1. CA mensuel vs objectif. 2. Panier moyen. 3. Taux de transformation. 4. Part CA par categorie. 5. Ecart CA ete vs objectif estival.

Question 7

La saisonnalite est marquee (-35 % l'ete, +80 % en decembre). Comment lisser l'activite sur l'annee ?

Éléments de réponse

Ete : operation 'selections vacances', partenariat offices de tourisme, club de lecture estival.

Decembre : anticiper les commandes, emballage cadeau offert, coffrets thematiques.

Question 8

Le taux de transformation est de 38 %. Comment est-il calcule ? Estimez l'impact sur le CA si ce taux passait a 45 %.

Éléments de réponse

Calcul : Nb acheteurs / Nb visiteurs x 100. 18 750 / 0,38 = 49 342 visiteurs.

A 45 % : 49 342 x 0,45 = 22 204 acheteurs x 16,64 euros = 369 474 euros. Soit +57 474 euros (+18,4 %).

A retenir : Un tableau de bord transforme les donnees en decisions. Les KPI doivent etre SMART. La saisonnalite est un parametre a integrer dans le pilotage pour eviter les creux previsibles.
