

Épreuve E6

Relation client et
animation de réseaux de
distributeurs

Session 2025

Romain Devezeaux

BTS NDRC



Sommaire.

01 **Cadre de l'activité du réseau**

- Présentation générale du réseau et de l'entreprise SENSUS

02 **Analyse de l'activité réalisée au sein du réseau**

- Contexte
- Diagnostic
- Animation
- Méthodologie
- Résultats
- Préconisations

01

SENSUS

- **Fondée en 2023**
- **SAS au capital de 15 000 €**
- **Acteurs du réseau**
- **BtoC**
- **Distribution sélective**
- **Offre commerciale**



Contexte

- **CA de 500 000 €**
- **Place sur le marché éco-responsable**
- **Concurrents**
- **Marché du Football** (38 millions de licenciés)
- **Intersport** (M. Lasserre)
- **Mon rôle :**
 1. Valoriser et implanter
 2. Augmenter le flux sur notre site
 3. Valoriser l'image de marque

Concurrent	CA National (€)	CA Nouvelle-Aquitaine (€)	Part Régionale (%)	Part Nationale (%)
Décathlon	150 M€	~15 M€	~50 %	~50 %
Picture Organic	13,5 M€	~1,35 M€	~4,5 %	~4,5 %
Salomon	20 M€	~2 M€	~6,7 %	~6,7 %
Aigle	15 M€	~1,5 M€	~5 %	~5 %
Millet	6 M€	~0,6 M€	~2 %	~2 %
Sensus	0,5 M€	~0,5 M€	~1,67 %	~0,17 %

- **Total marché régional (Nouvelle-Aquitaine) : ~30 M€.**
- **Total marché national (France) : ~300 M€.**



DIAGNOSTIC / SWOT

FORCES

Engagement éco-responsable

Fidélité des clients

Approbation et soutien d'athlètes professionnels

OPPORTUNITÉS

Expansion vers les vêtements de football

Croissance du marché du sportswear

Période de rentrée scolaire

Intersport vise une démarche écoresponsable et inclusive

S

W

O

T

FAIBLESSES

Manque de notoriété

Capacité de production limitée

Réseau de distribution restreint

MENACES

Concurrence accrue

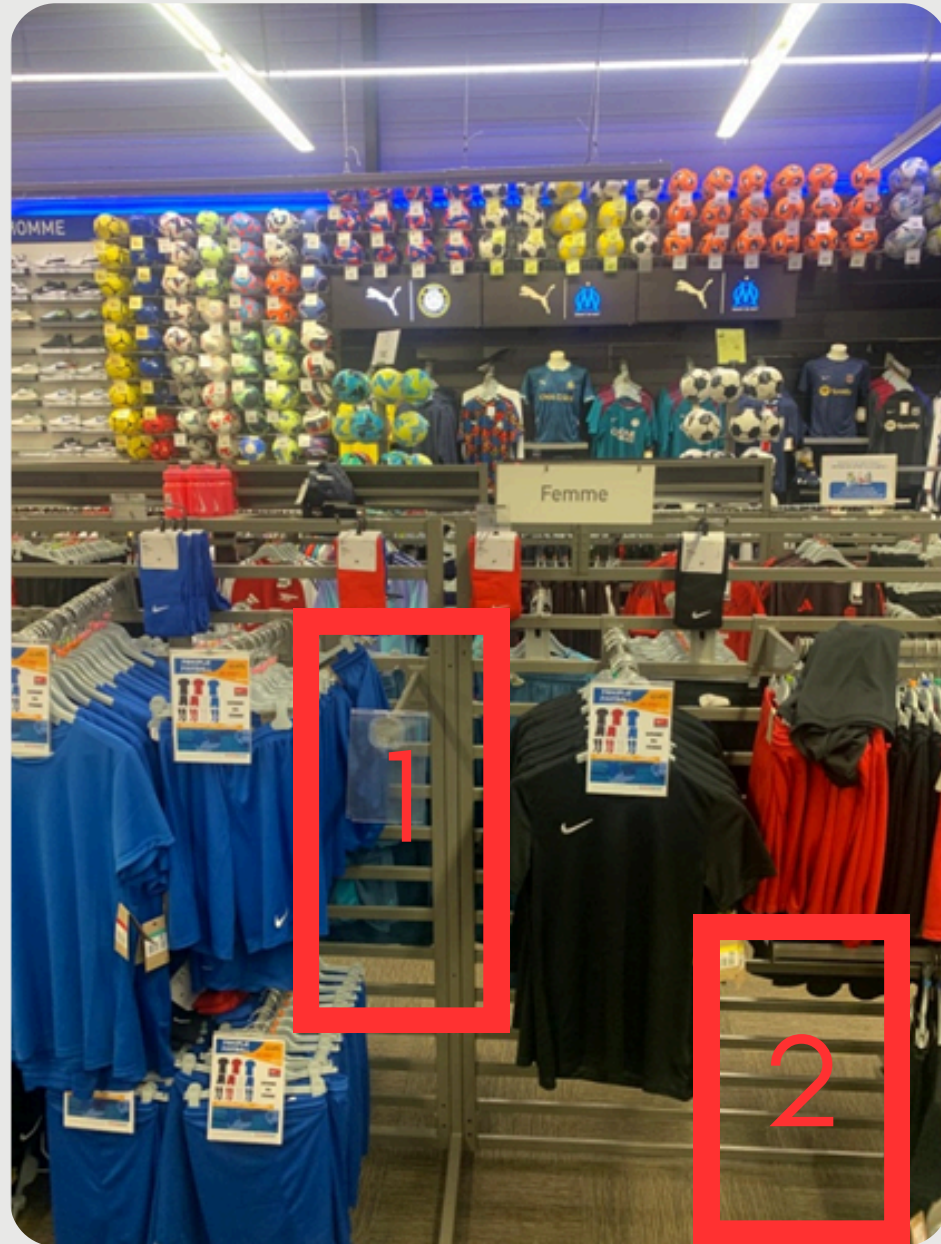
Coûts de production élevés

Adoption lente du sportswear durable

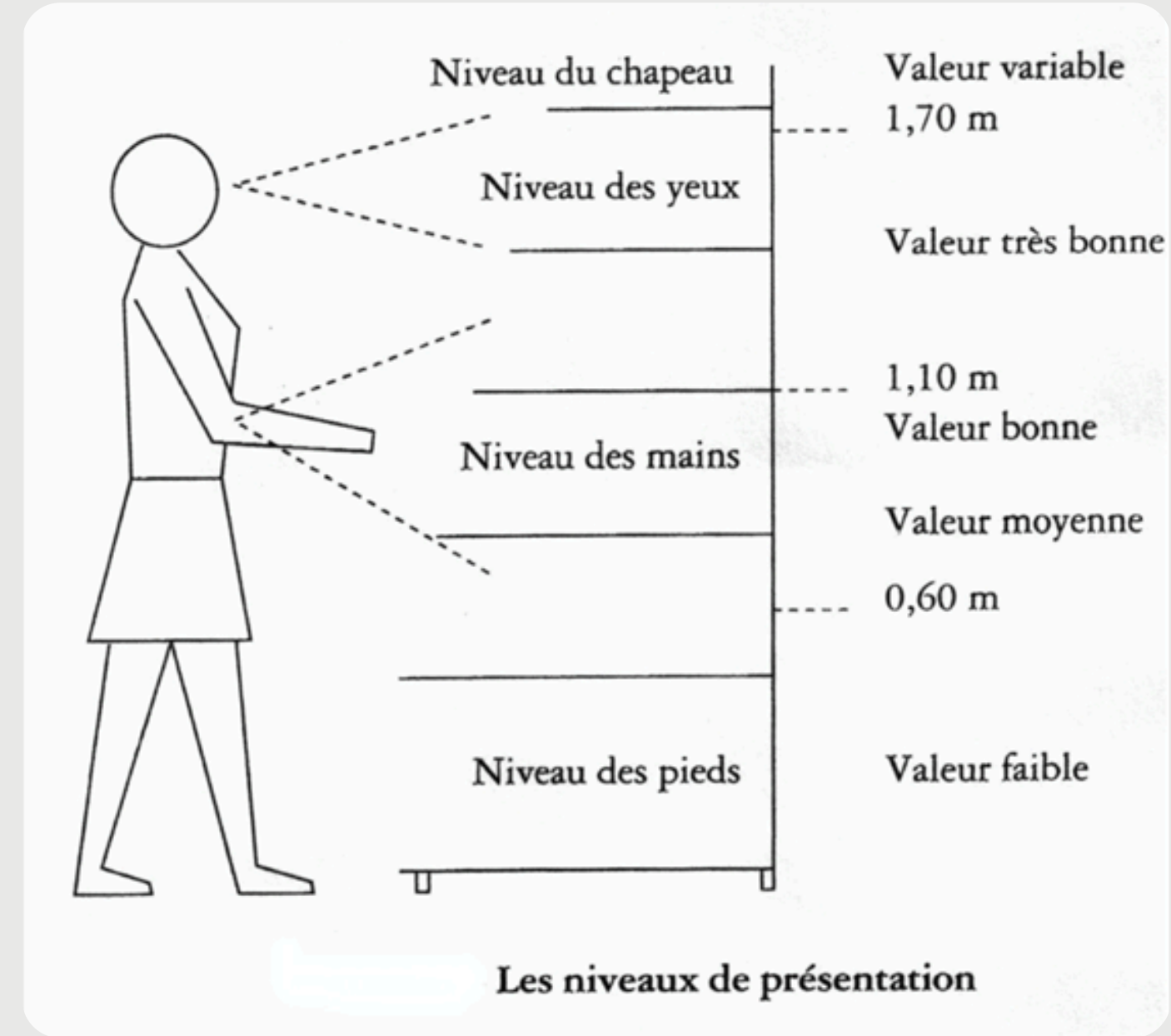
Risques de déviation des valeurs

02

DIAGNOSTIC / RAYON



2 Opportunités de référencement



Problématique : Comment développer et valoriser la nouvelle gamme de vêtements de football sur le lieu de vente et produire du chiffre d'affaires tout en gardant les valeurs éco-responsables de la marque ?

OBJECTIFS STRATÉGIQUES

SENSUS

Faire découvrir un nouveau produit pour conquérir une nouvelle clientèle

Objectif affectif :

Créer une connexion émotionnelle avec la clientèle via la découverte d'un nouveau produit

INTERSPORT

Générer du trafic dans le point de vente

Objectif cognitif :

Renforcer l'image d'Intersport comme étant un lieu de découverte et de bonnes affaires

CLIENT

Apprécier d'acheter le produit différemment qu'en ligne

Objectif conatif :

Encourager à tester de nouveaux produits tout en augmentant la fidélité et les achats répétés

OBJECTIFS

QUANTITATIFS

- **Vendre 30 unités de la nouvelle gamme** de vêtements
(= meilleur référencement)
- **Récolter 150 données personnelles** (mails, tél, anniversaires...)
- **Augmenter de 10 % le nombre de visites sur notre site web**
- Obtenir un **taux de satisfaction > 80 %**
- **Augmenter le CA de 3 %**

QUALITATIFS

- **Faire de Sensus la marque référence** en matière d'équipements sportifs « éco-responsable »
- **Fidélisation de la clientèle**
- **Collecter des feedbacks clients**
- **Sensibiliser les clients**

02

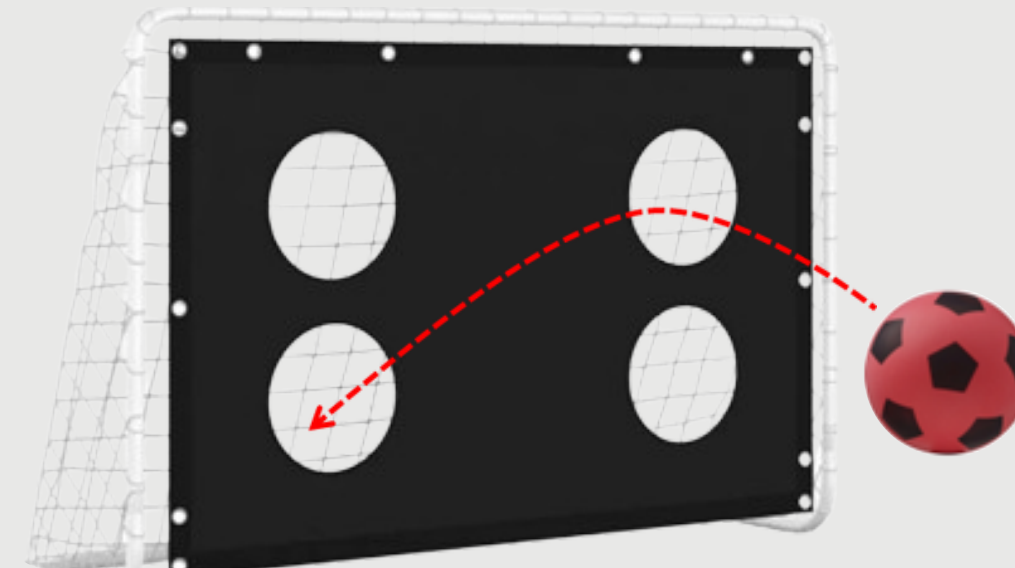
ANIMATION

ANIMATION DU 31 AOÛT 2024

- **Tirs au but éco-responsables**
- **Concours interactif**
- **Tri sélectif**
- **Récompenses**
- **Sensibilisation environnementale**
- **Ventes**



Inscription pour le tirage au sort



Tirs au but éco-responsables



Vente des produits de la nouvelle gamme

MÉTHODOLOGIE

AVANT

- J-60 : RDV & négociations des accords de référencement
- J-45 : Média planning / rétro planning
- J-30 : Communication réseaux sociaux
- J-20 : Vérification des commandes
- J-5 : Livraison du matériel

PENDANT

- H-120 : Installation
- H : Animation de foot
- H+60 : Vente de produits
- H+90 : Sensibilisation et dialogue
- H+120 : Rangement

APRÈS

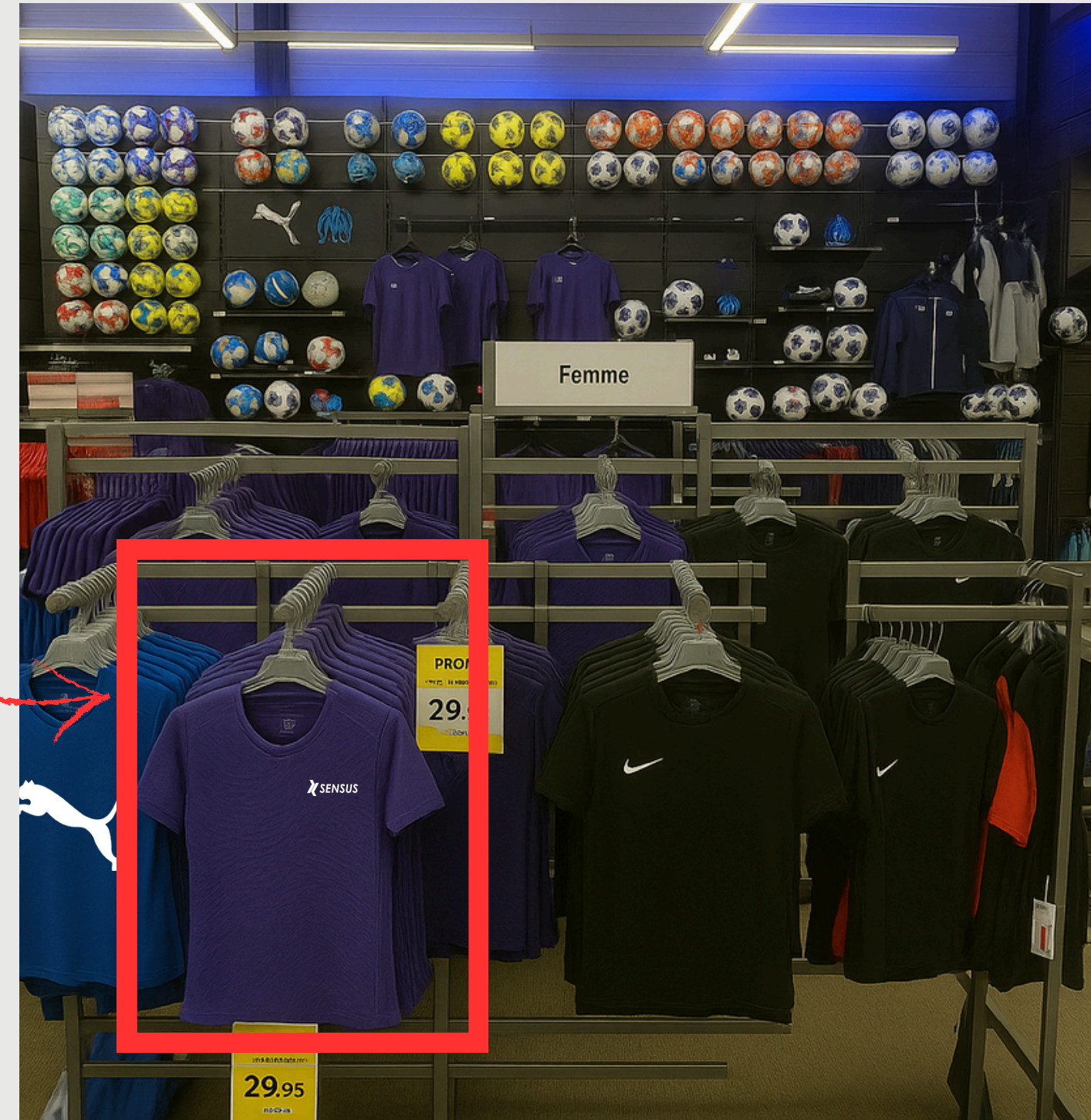
- S+1 jour : Analyse des résultats
- S+3 jours : E-mailing
- S+7 jours : Suivi client
- S+10 jours : Offres spéciales / promotions
- S+15 jours : Suivi des accords de référencement

02

RÉSULTATS / RÉFÉRENCEMENT

IMPLANTATION RÉUSSIE

ANIMATION RÉUSSIE
= MEILLEUR RÉFÉRENCEMENT



RÉSULTATS / QUANTITATIFS

QUANTITATIFS

- 29 unités vendus
- 163 données récoltées
- Hausse de 10 % du nombre de visites sur notre site web
- Taux de satisfaction de l'animation de 78 %
- Augmentation du CA de 3 %
- Implantation réussie

QUALITATIFS

- Renforcement de la notoriété de la marque
- Engagement des clients
- Renforcement de la relation client
- Impact éducatif
- Nouvelle expérience à promouvoir

PRÉCONISATIONS

ÉTENDRE LE LINÉAIRE

Étendre le linéaire de la marque dans le rayon football chez Intersport

SPONSORISER LES CLUBS DE FOOT

Commencer à sponsoriser et équiper les clubs de football

NOUVELLE GAMME

Proposer une nouvelle gamme dédiée au foot, avec de nouveaux coloris, design, ...

OUVERTURE D'UN MAGASIN

Ouvrir un magasin physique Sensus d'ici 2 ans

NOUVELLES ANIMATIONS

Proposer des animations de plus grandes envergures

MERCI POUR VOTRE ÉCOUTE

Session 2025

Romain Devezeaux

BTS NDRC

