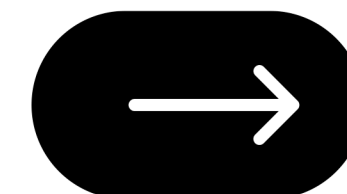


NDRC 2025

logo de
votre
entreprise

Exploitation & Mutualisation de l'information commerciale

Votre Prénom Nom



Le Sommaire de la présentation

La Présentation du marché de ...

- 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

La mutualisation de l'information commerciale

- Le SIC (Système d'Information Client)
- Les Logiciels et CRM
- Les droits et accès des services à ces informations
- Le parcours de l'information

La contribution à l'expertise commerciale

- Ma contribution

FIN



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

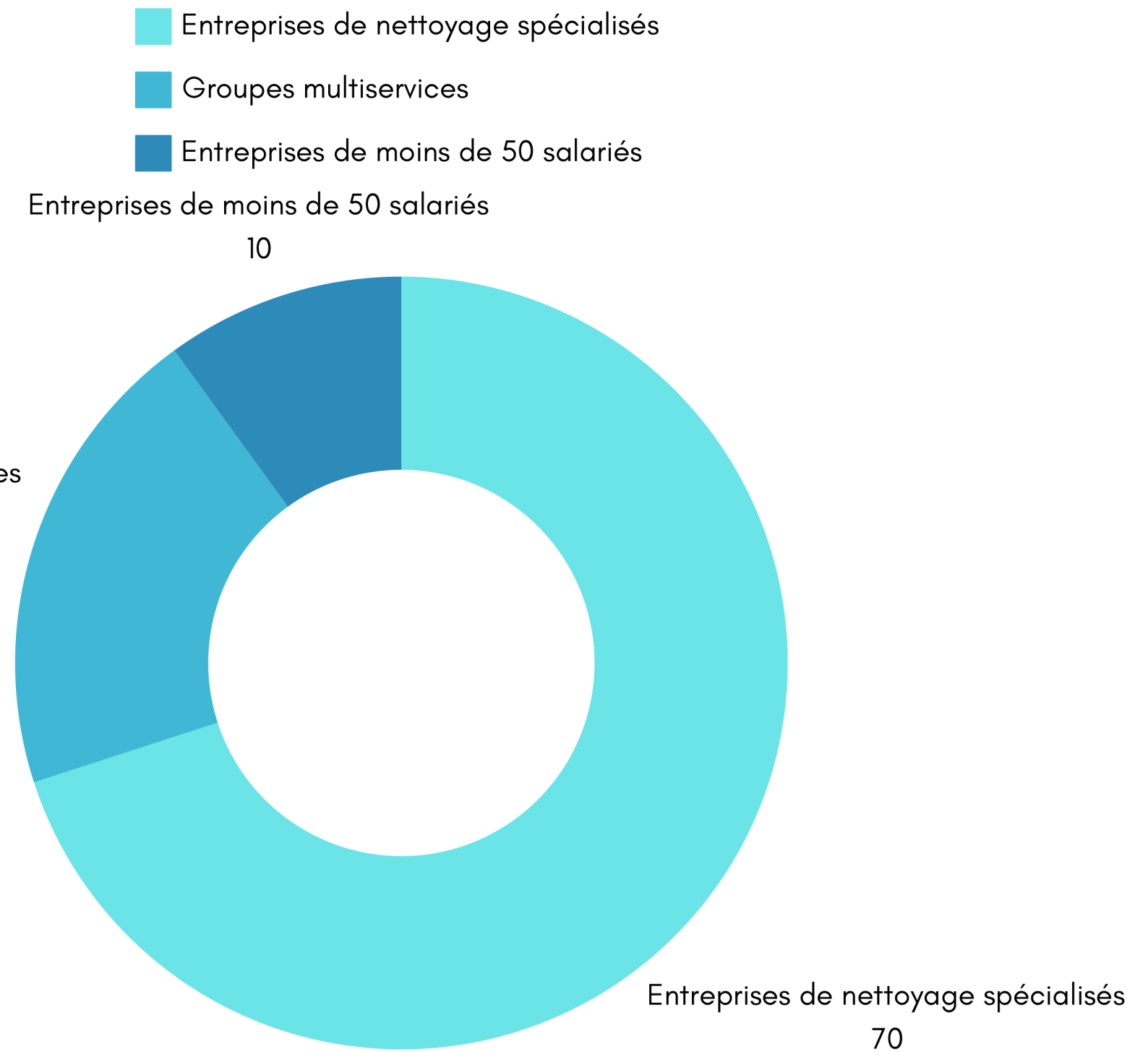
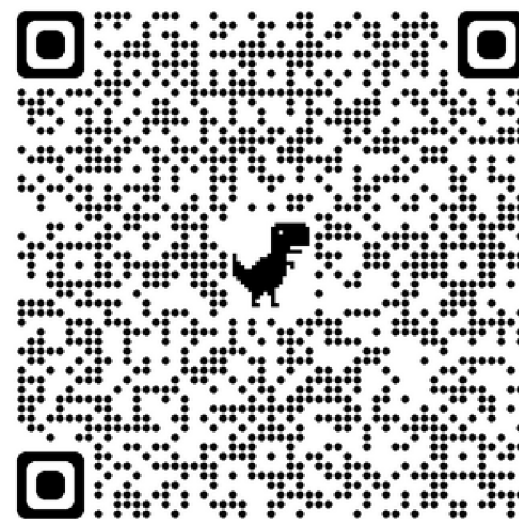
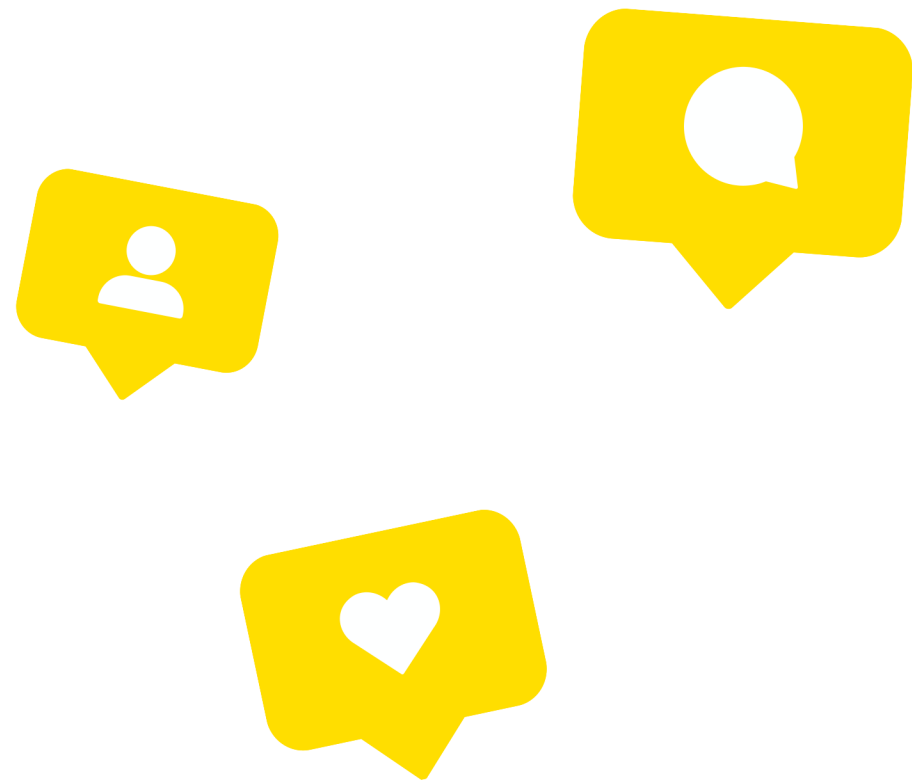
10M de points
de ventes

5M

Les principaux acteurs du marché

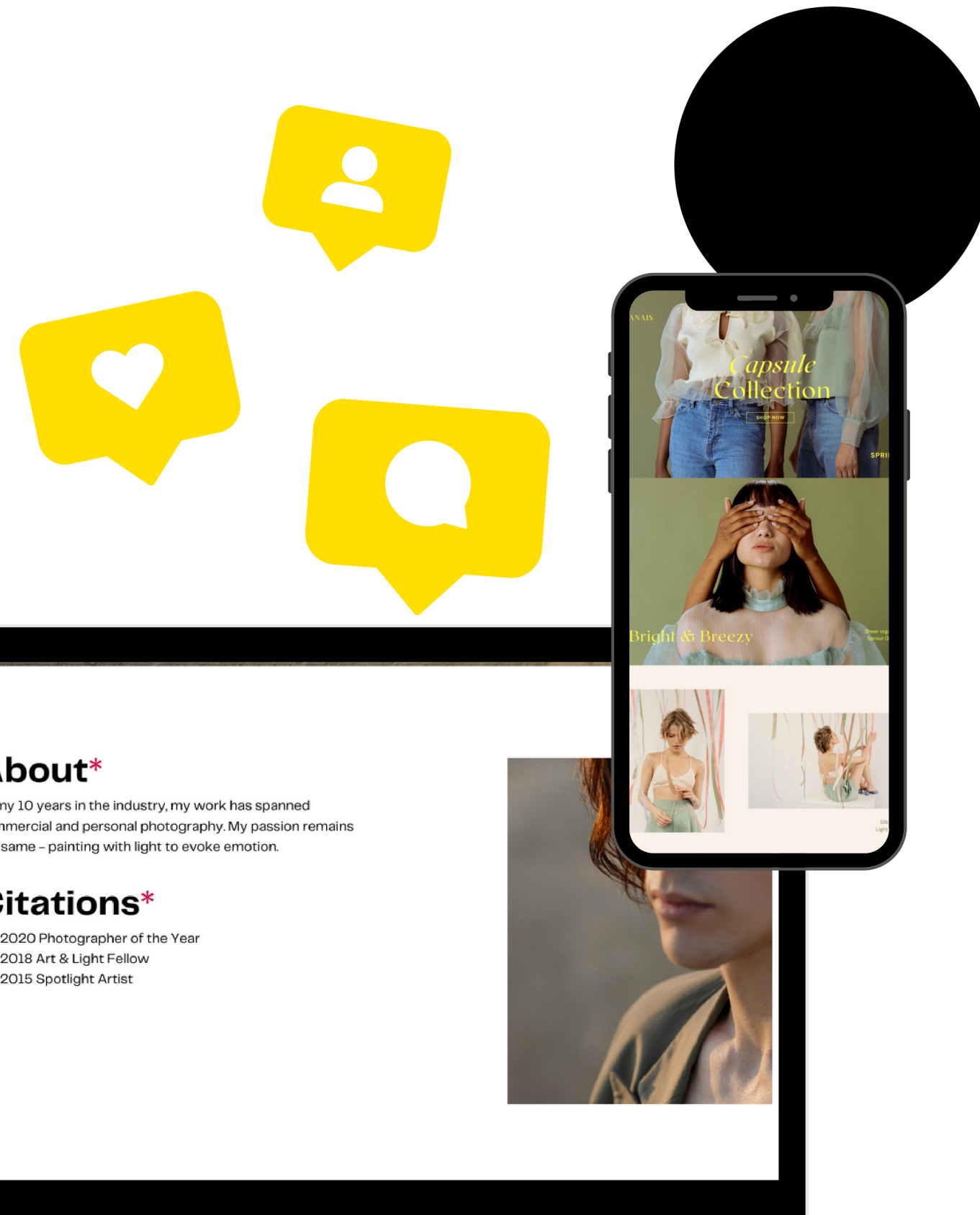
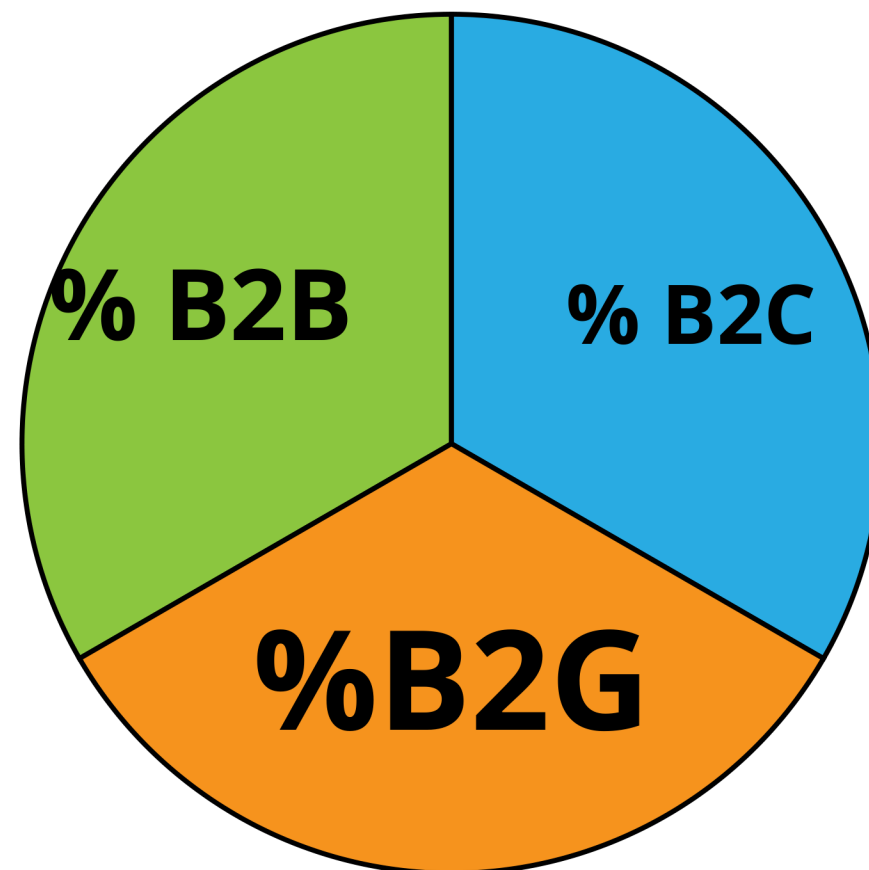
Les "OFFREURS"

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



L'environnement du marché

Le PESTEL

- Présente des opportunités comme des menaces
- Opportunité
- Menace

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

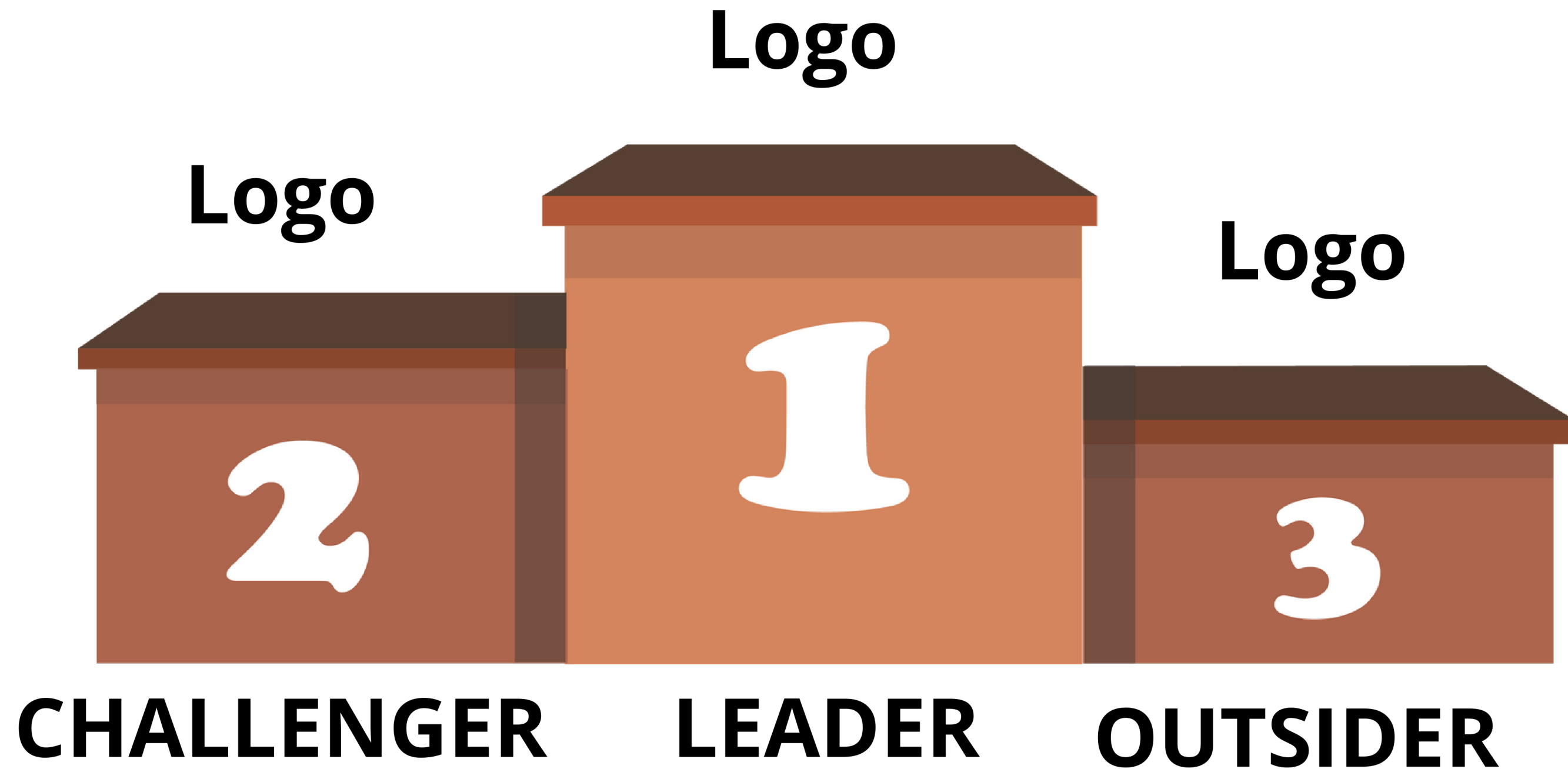
| FORCES | NOTE /5 | INTERPRÉTATION |
|-----------------------------------|---------|-----------------------|
| NOUVEAUX ENTRANTS | 2 | cette note révèle ... |
| POUVOIR DE NÉGO DES CLIENTS | 3 | cette note révèle ... |
| POUVOIR DE NÉGO DES FOURNISSEURS | 3 | cette note révèle ... |
| PRODUITS DE SUBSTITUTION | 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 |
| | 5 pts | | 3 pts | | 1 pts |

L'environnement du marché > Le méso environnement

Le Podium



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

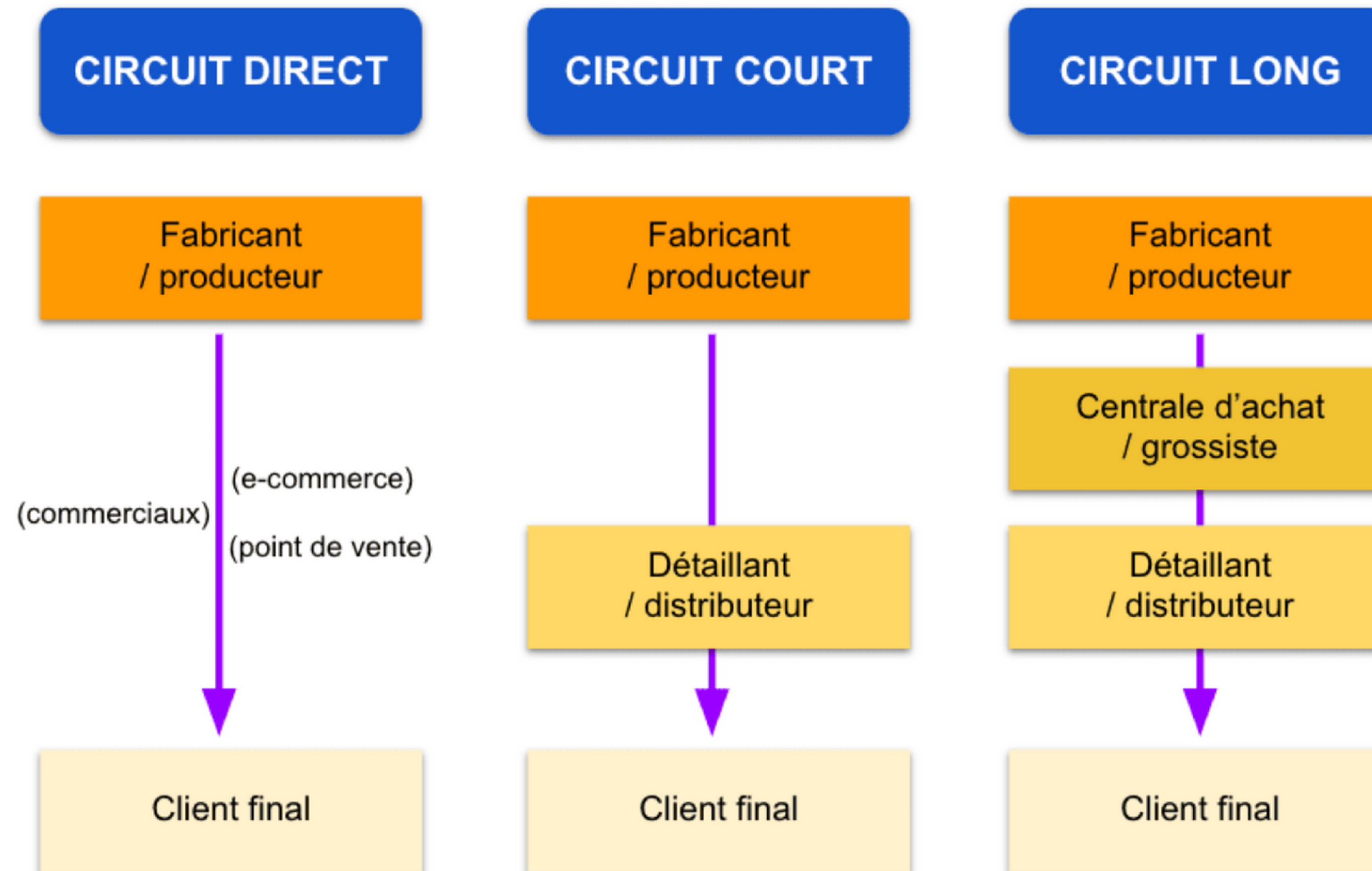
Fiche produit de
l'une de vos
offres avec le
prix

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

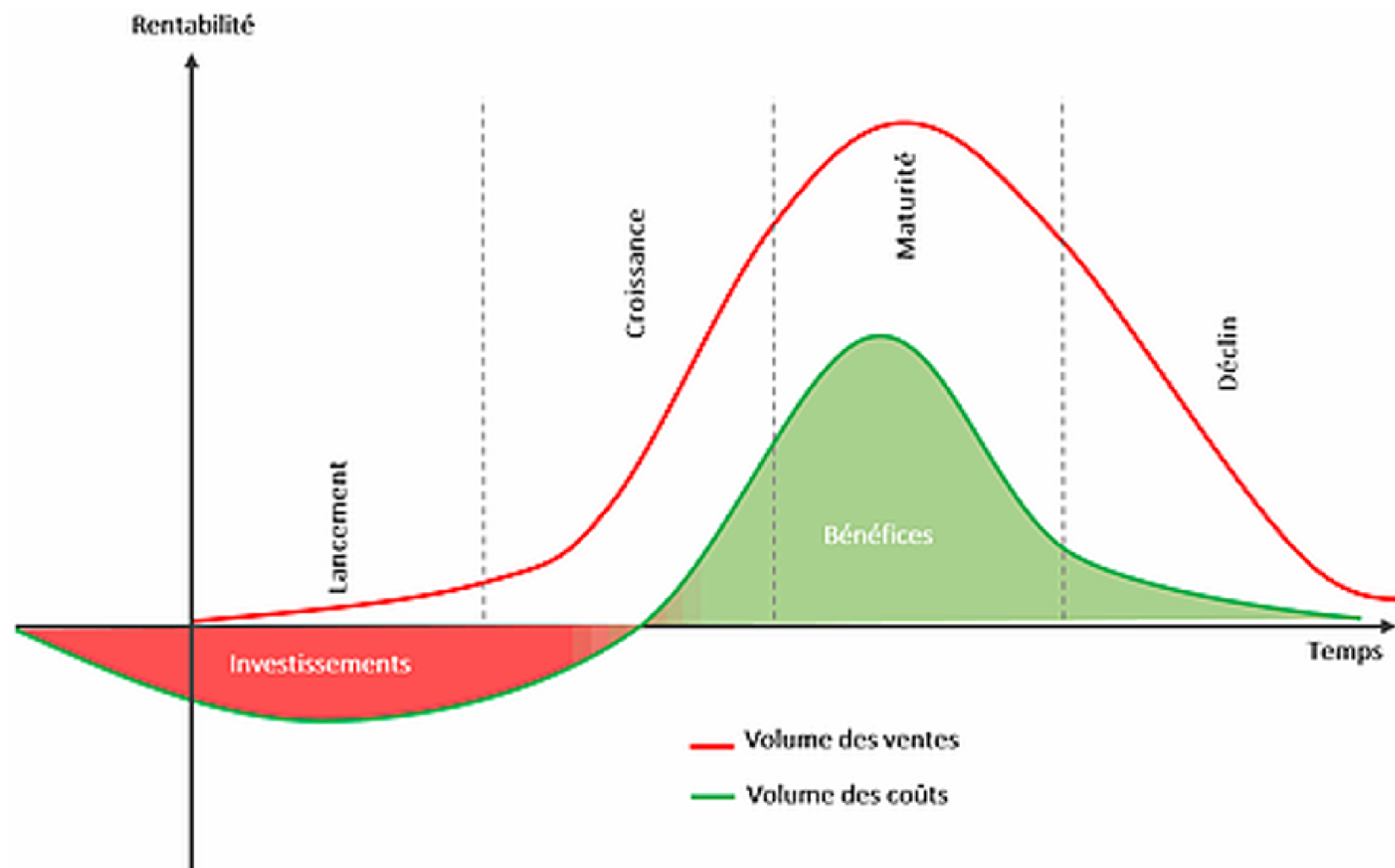
Fiche produit de
l'offre du
deuxième
concurrent avec
le prix

Le Mix Marketing > Place

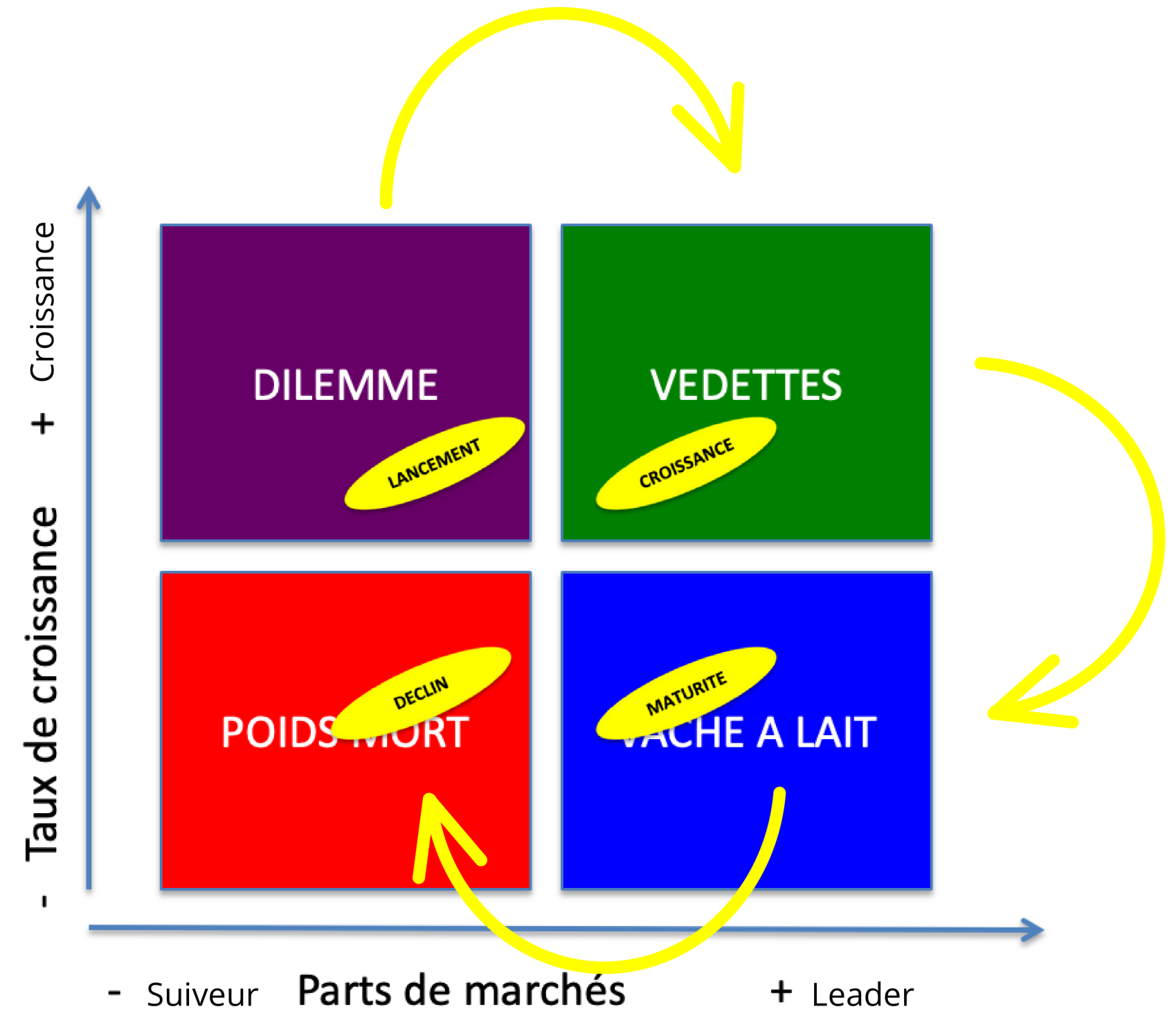
Nos canaux de distribution



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)

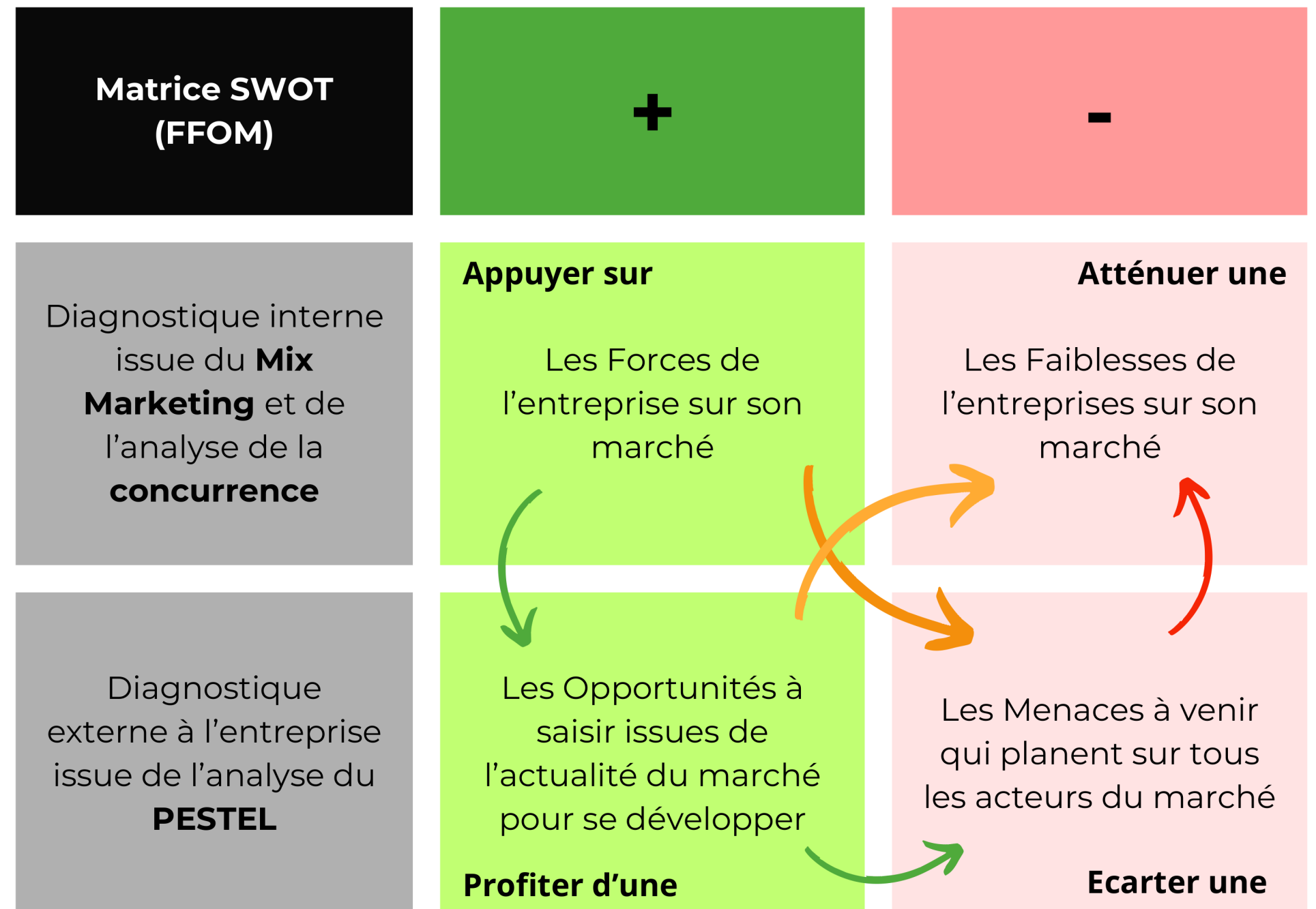
| | COMMUNICATION | PHYSIQUES | HUMAINS | DIGITAL |
|---|----------------|----------------------------------|---|--|
| P | PAID | Salons | Influenceurs | boost sur les réseaux sociaux, Google Ads |
| O | OWNED | PLV / ILV | Collaborateurs ambassadeurs | Publications web et posts sur les réseaux sociaux |
| 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

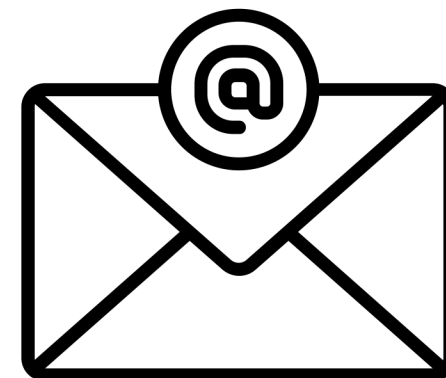
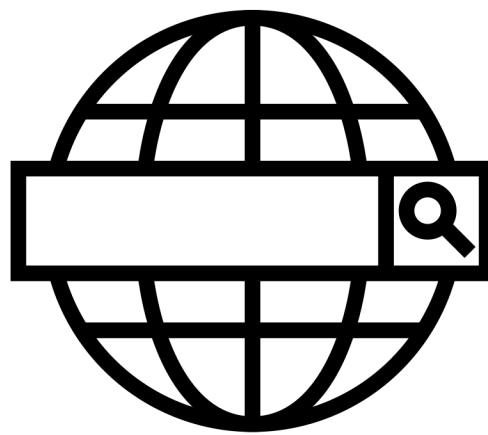
Indique en une phrase que tu mets en gros, la préconisation issue du croisement de ton PESTEL.

Cette préconisation annonce le projet de développement de ton entreprise

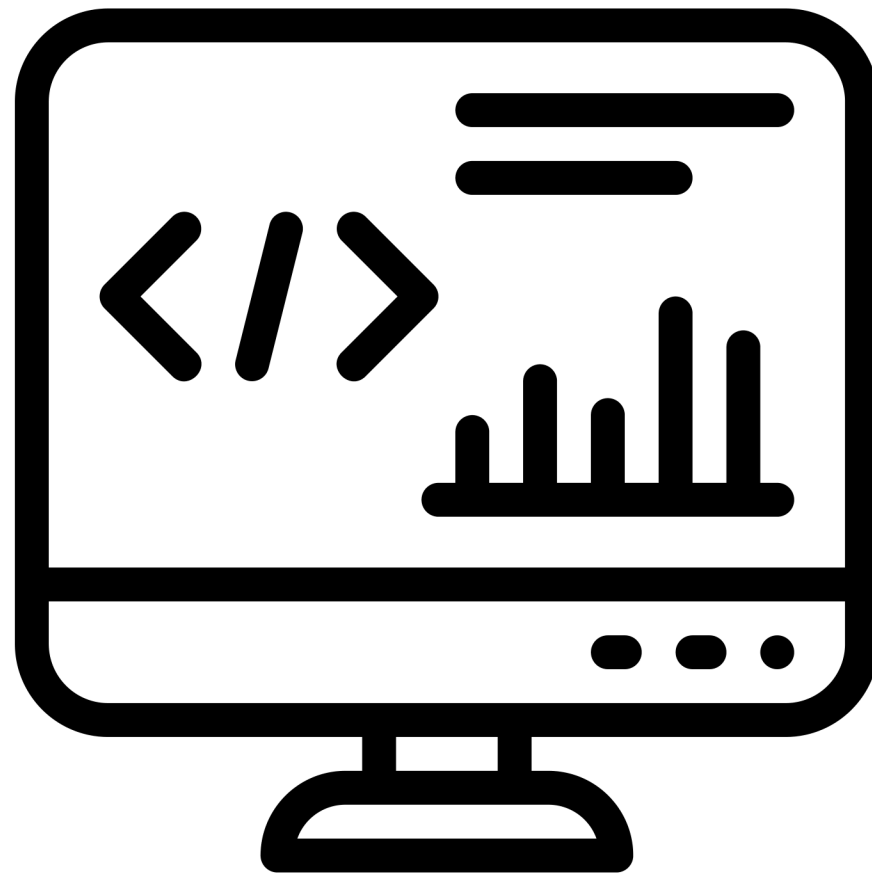
Le SIC (Système d'Information Client)



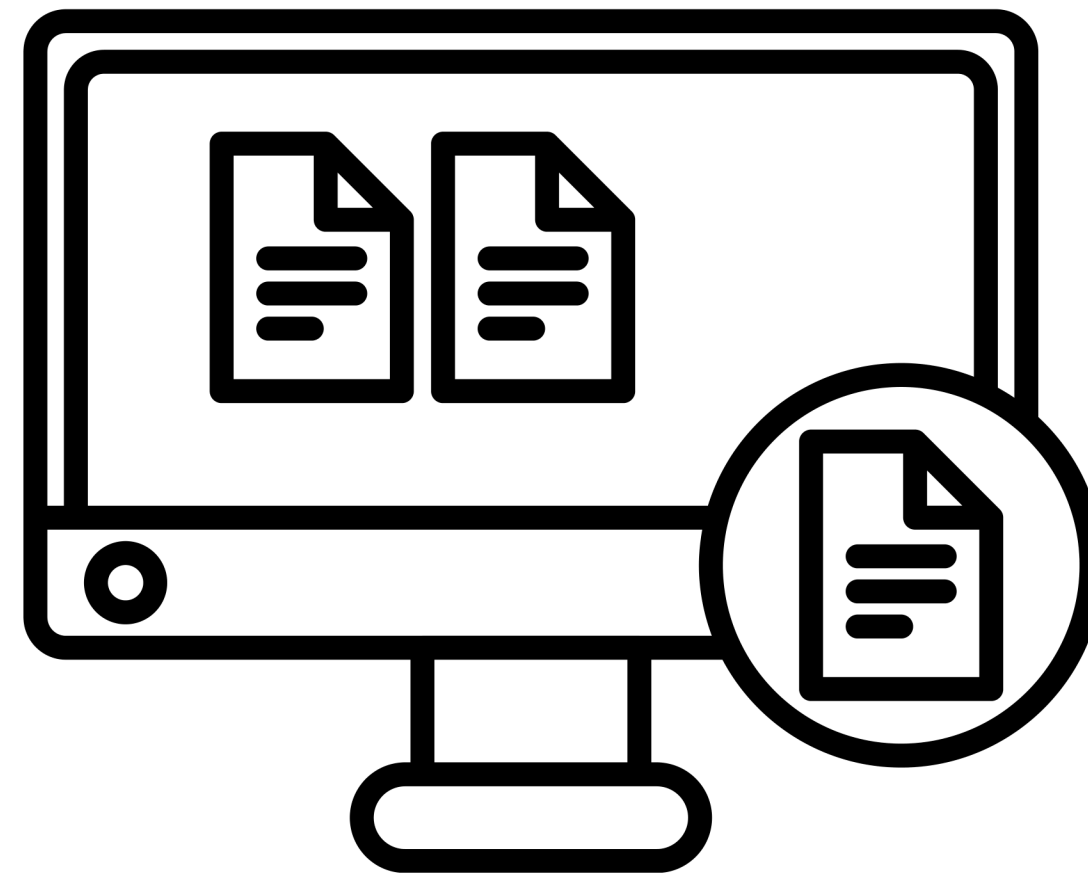
Pour chaque symbole reliez-le à votre logo centrale en grossissant la flèche en fonction de l'importance du flux



Les logiciels et CRM de l'entreprise :



logo du logiciel de
compta / facturation
(exemple EBP)

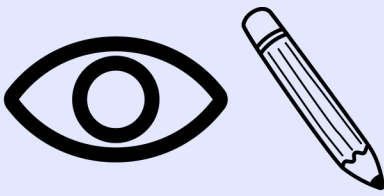
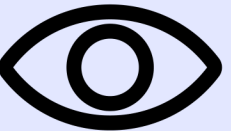
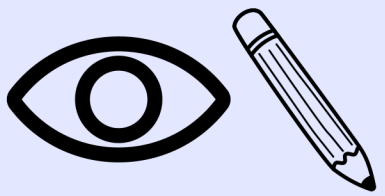



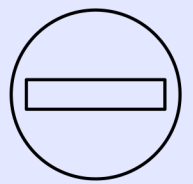



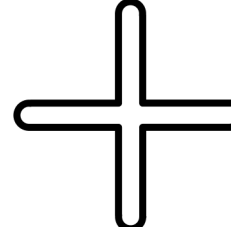
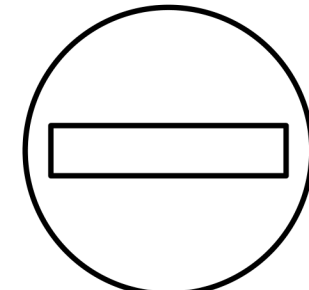


logo du logiciel de
création de devis

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 |

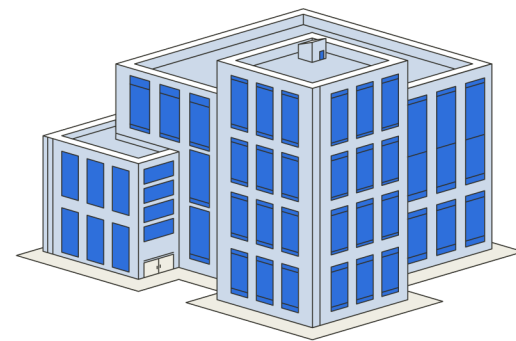
Le parcours de l'information



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



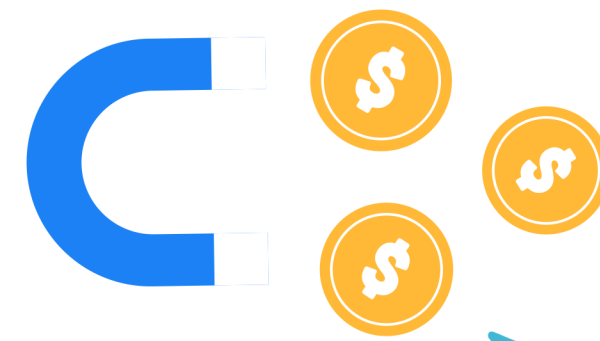
Siège de l'entreprise



agence



Publicités



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