

LA VEILLE COMMERCIALE

LA FICHE SIGNALÉTIQUE D'UNE ORGANISATION

Compétences	Résultats attendus	Transversalités
<p>Bloc 1 : Assurer la veille commerciale</p> <p>Rechercher, hiérarchiser, exploiter et actualiser en continu les informations sur l'entreprise et son marché</p> <p>Sélectionner les outils de recherche d'information les plus adaptés</p>	<p>L'information recueillie et sélectionnée est fiable, récente et utile</p> <p>L'information est hiérarchisée et exploitée de façon pertinente</p> <p>Les outils de recherche d'information utilisés sont adaptés.</p>	<p>Bloc 4B : Rechercher et analyser les informations à des fins d'exploitation</p> <p>Notions d'économie- droit : Le marché, les agents économiques ; Exploitation des données personnelles, de production ; Principes de la protection des données personnelles ; Développement durable et RSE.</p>

LE CONTEXTE PROFESSIONNEL

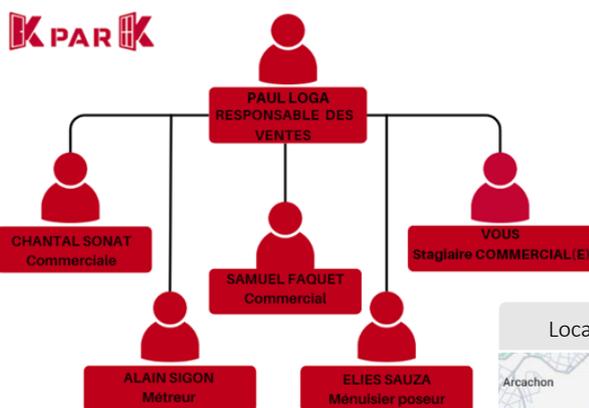
Vous réalisez votre premier jour de PFMP au sein de l'agence KparK de Gujan Mastras.

Votre tuteur Paul LOGA vient de lire votre livret de PFMP.

Il décide de vous accorder **2 heures** pour remplir la fiche signalétique (Missions 1, 2 et 3) et il vous fournit une partie des informations nécessaires à sa réalisation. Vous enverrez votre fiche par mail à votre professeur.

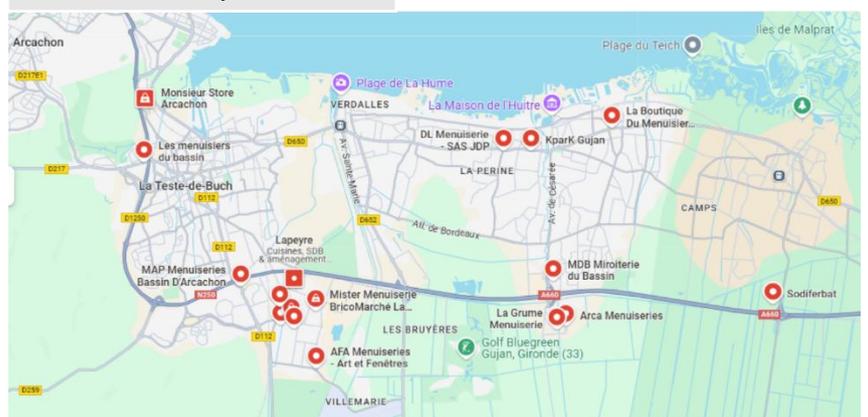


KparK est une entreprise française spécialisée dans l'isolation, la rénovation et le remplacement de menuiseries sur mesure auprès des particuliers. Elle conçoit, distribue, vend à domicile et pose des menuiseries intérieures et extérieures, des systèmes d'ouverture (portails, portes, volets, baies vitrées, clôtures, stores bannes...) ainsi que des fenêtres sur mesure partout en France. 80% de son activité est concentrée sur les fenêtres.



NB : Les salariés sont en CDI et rémunérés sur la base de 35 heures hebdomadaires

Localisation à Gujan Mastras



MISSION 1 : IDENTIFIER L'ORGANISATION

Logo (pour la page de garde) 

Raison sociale : [K par K](#)

Adresse : [39 cours Verdun, 33470 Gujan Mastras](#)

N° de téléphone : [0532810021](#)

Courriel : NC

Site internet (marchand / non-marchand) : [www.kparK.fr](#)

Activité principale : [Fabrication et pose de fenêtres, portes d'entrée, volets, persienne, portails, clôtures, portes de garages, baies vitrées et store bannes.](#)

Activité(s) secondaire(s) :

Nom du dirigeant :

Effectif total (avec vous) : [6](#) Effectif dans le service : [3](#)

Méthode(s) de vente : [Face à face](#)

Méthodes de prospection : [Salons ; stands, phoning, parrainage, PAP, Terrain \(visite\), showroom, Médias sociaux, newsletter.](#)

Techniques de fidélisation : [Jeux concours, blog, sponsoring, parrainage, showroom, MS, appli mobile](#)

MISSION 2 : IDENTIFIER L'ENVIRONNEMENT JURIDIQUE ET ÉCONOMIQUE DE L'ORGANISATION

Environnement juridique

Type d'organisation : publique privée

Forme juridique : [SAS, société par actions simplifiée](#)

Type de commerce : [vente à domicile](#)

Types de contrats de travail présents dans l'organisation : [5 CDI](#)

Durée hebdomadaire de travail : [35 heures](#)

Présence d'apprentis et diplômés préparés : [N.C accepter Contrat d'apprentissage](#)

Environnement économique

Secteur d'activité : primaire secondaire tertiaire

Production de : biens durables semi durables non durables

services marchands non marchands

Caractéristiques de l'offre commerciale : l'assortiment/familles de produits et des services associés :

Kpark, spécialiste des fenêtres, portes d'entrée, portes-fenêtres, volets, persienne, portails, clôtures, portes de garages, baies vitrées et store bannes.

Services associés : livraison, pose/installation, financement

Tendances du marché :

Recul du marché des fenêtres en valeur à près de -1%, en 2023 par rapport à 2022.

Le nombre de fenêtres installées en 2023 passe sous la barre des 11 millions d'unités annuelles. 10 321 000 fenêtres ont été vendues en France métropolitaine en 2023.

Causes : la chute des mises en chantier en neuf et l'environnement conjoncturel complexe. Les réservations de logements en promotion immobilière, ont plongé quant à elles de -37% en 2023. Les ventes de maisons en secteur diffus ont chuté de -39% en 2023.

L'activité de la rénovation des fenêtres reste positive en 2023.

La demande en rénovation de maisons et d'appartements par des particuliers reste soutenue par l'appétence des ménages aux travaux de réhabilitation, cependant les financements des travaux deviennent un obstacle majeur.

46% des fenêtres aluminium et PVC installées en 2023 ne sont pas blanches !

Si le blanc reste le choix le plus utilisé en PVC et même en aluminium, la part de marché des fenêtres toutes blanches recule au profit des fenêtres colorées.

Profil type de la clientèle : Ce sont majoritairement des couples, jeunes retraités 60-65 ans avec enfants mais plus à charge, csp + revenus annuel moyen du ménage 40- 60k€ propriétaires d'une résidence principale, habitant dans une maison individuelle, avec une habitude de consommation dans des commerces de proximité, panier moyen 5800€ moyenne de rdv pour la prise de décision

Concurrence (directe / indirecte) : DL menuiserie, MAP, AFA Art et Fenêtres, Les menuisiers du bassin, ARCA et la GRUME menuiseries (directe), **Cf annexe 1**

Bricomarché (indirecte), Lapeyre, monsieur store.

Culture d'entreprise (en fonction de l'organisation)

Les valeurs de l'entreprise : Proximité, qualité, expertise, confiance, esprit d'équipe, persévérance, fair-play

La responsabilité sociétale (RSE : Responsabilité Sociétale des Entreprises) : efficacité énergétique, produits éco-conçus, propre organisme de formation, ancrage local, recyclage des fenêtres remplacées lors des rénovations, réduisant ainsi l'empreinte carbone et préservant les ressources naturelles.





MISSION 3 : REPÉRER LES OUTILS UTILISÉS AU SERVICE D'UNE STRATÉGIE OMNISCANALE

- Cocher la ou les compétences correspondant à chaque outil.

Outils	Description <i>(présentation de l'outil sélectionné par l'organisation et ses principales fonctions)</i>	Satisfaire le client	Fidéliser la clientèle	Assurer la veille informationnelle	Prospecter
Solution CRM	Sales forces, outils de gestion de la relation client utilisé pour les devis, les prospections physiques (édition d'une cartographie de clients/prospects) ou téléphonique (extraction du fichier client avec des filtres) les factures, et la récupération d'avis pour une diffusion sur <i>Custplace</i> (site d'avis certifié). https://www.salesforce.com/fr/resources/customer-stories/kpark/	X	X		X
Application mobile	Application K par K pour contacter notre call center 7j/7 via plusieurs média (téléphone, mail, visio, etc.) permet de prendre des rendez-vous commerciaux et de SAV, les clients peuvent créer leur compte pour une expérience personnalisée.	X	X		
Média sociaux	Communication sur <i>LinkedIn</i> pour faire des Newsletters et de la communication nationale et Facebook est géré par le responsable des ventes du magasin pour permettre de faire de la communication au niveau local et animer son point de vente.		X	X	
Site internet	Site vitrine afin de donner l'accès aux informations sur nos produits et notre catalogue dans le but de diriger les prospects vers un formulaire de prise de RDV.				X
Intranet	Accès à notre base de documents internes, fiches produits, veille concurrentielle, documents techniques.			X	X
Ordinateur	Permet l'utilisation du CRM, de faire de la veille, l'animation des réseaux sociaux locaux, surveiller sa e-réputation.			X	X
Smartphone	Permet d'utiliser notre CRM, de garder le contact avec les clients, de favoriser la mise en relation entre les services et faire de la prospection téléphonique, personnalise la relation grâce à l'enregistrement de contact.	X	X	X	X
Blog	Permet de créer de la communication au niveau de la marque et augmente le référencement naturel afin d'attirer les prospects sur notre site.		X	X	X
Sponsoring sportif	Permet de faire une action en cohérence avec les valeurs de la société : esprit d'équipe, persévérance, fair-play. Tout en développant la notoriété de la marque.	X	X		X

