

CAP SUR LA RÉOUVERTURE DE LA NIKE HOUSE INNOVATION

BacPro MCV-A - Bloc 4A Animer et gérer l'espace commercial	
Compétences	Savoirs associés
<ul style="list-style-type: none">• Rendre l'unité commerciale attractive et fonctionnelle• Développer la clientèle	Les 3P, ILV, PLV, les facteurs d'ambiances, les outils de communication (média, hors-média, mécénat, co-branding), les techniques de promotion des ventes (par le jeu, par le produit, par le prix), street marketing, e-réputation, générer du e-traffic sur un site marchand, e-marchandisage

Le portrait de l'organisation

NIKE HOUSE OF INNOVATION



Lieu : 79 Avenue des Champs-Élysées à Paris

Nationalité de l'entreprise Nike : américaine

Siège sociale : Beaverton dans l'Oregon (comté de Washington)

Date de création : 1968

Fondateurs : William J. « Bill » Bowerman et Philip Knight

Slogan : « Just do it »

Concurrents : Adidas, Puma, Oasics, Reebok..



Le contexte professionnel

C'est la rentrée, mais pas pour tout le monde...

Pendant l'été, un événement étrange s'est produit : la boutique Nike Innovation des Champs Élysées à Paris a mystérieusement fermé ses portes du jour au lendemain. Aucun employé, aucun client, aucun bruit. Juste un message énigmatique laissé sur la porte :

« Nous rouvrirons quand la relève saura prouver qu'elle est prête... »



Les anciens employés ont tout simplement **disparu**, sans laisser de trace — sauf quelques documents, des rapports inachevés et des fichiers verrouillés. D'après les dernières rumeurs, pour pouvoir **rouvrir la boutique**, une équipe capable de **maîtriser les fondamentaux de l'économie-gestion** doit obtenir le **Certificat de Compétence Commerciale (C.C.C.)**, un document indispensable exigé par le siège de Nike Monde.

Ce certificat, n'est délivré qu'à ceux qui réussiront à résoudre toutes les énigmes laissées dans le bureau de gestion...

Vos missions

Vous êtes l'un des nouveaux stagiaires, recrutés en urgence pour sauver l'image de la marque.

Votre mission est de décrocher le prestigieux **Certificat de Compétence Commerciale** en démontrant que vous maîtrisez parfaitement les notions fondamentales d'économie-gestion du programme de la classe de Première.

C'est votre seul sésame pour redresser la situation et sauver l'image légendaire de Nike.

Sinon ? Le rideau tombera, et l'opportunité de faire partie de la légende Nike s'envolera... comme une *sneaker* sans semelle !

Le compte à rebours a commencé. Saurez-vous relever les défis ?

1. Obtenir le Certificat de Compétence Commerciale en résolvant une série d'énigmes
2. Construire un *Pecha Kucha* à l'aide d'un power point, qui regroupe les connaissances réviser.
3. Présenter votre *Pecha Kucha* à votre classe.



NIKE Mission 1 Adapter l'aménagement d'une unité commerciale

Son objectif est de signaler et promouvoir un produit en magasin

PLV : publicité sur le lieu de vente
 ILV : information sur le lieu de vente
 IV : indication à la vente

Envoyer

NIKE Mission 1 Adapter l'aménagement d'une unité commerciale

Son but est d'informer et orienter le consommateur en magasin :

ILV : information sur le lieu de vente
 IV : indication sur le lieu de vente
 PLV : publicité sur le lieu de vente

Envoyer

NIKE Mission 1 Adapter l'aménagement d'une unité commerciale

Quel élément est une ILV information sur le lieu de vente ?

Borne interactive
 Kakémono
 Stop rayon

Envoyer

NIKE Mission 2 Facteurs d'ambiance et merchandising

Question 1/3

Quels sont les facteurs d'ambiances qui apparaissent dans la boutique ?

Décoration, éclairage, mobilier
 Odeurs et parfums
 Influenceurs et stars

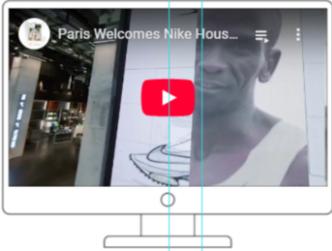
Envoyer

onant



NIKE Mission 2 Facteurs d'ambiance et merchandisage

Question 2/3



Cette boutique est novatrice, car elle met en place un :

- commerce phygital
- commerce digital
- commerce physique

Envoyer

NIKE Mission 2 Facteurs d'ambiance et merchandisage

Question 3/3



L'objectif d'un merchandisage de séduction est de :

- créer une ambiance pour améliorer l'expérience client et favoriser les achats d'impulsion
- l'expérience client et favoriser les achats d'impulsion
- minimiser la présentation des produits

Envoyer

NIKE Mission 3 L'e-marchandisage

Classer par ordre les éléments les plus important d'un "e-marchandisage" réussi :

- Présenter les produits en sommaire
- Travailler sur le "header" du site internet
- Travailler sur le "footer" du site internet

Envoyer

NIKE Mission 3 L'e-marchandisage

Classer les éléments par ordre d'importance permettant de réaliser une unité commerciale virtuelle attractive :

- Le design (logos, photos, musiques...)
- L'ergonomie (elle doit être clair et pertinente)
- Les fonctionnalités (Identifier l'e-acheteur, compte client, panier, click & collect)

Envoyer

onant



NIKE Mission 4 La communication commerciale

Question 1/4

Quel élément est une communication hors-média ?



Vendeur



Pub TV



Affichage dans le métro

Envoyer

NIKE Mission 4 La communication commerciale

Question 2/4

Quel est l'opération de communication de Nike qu'on pourrait qualifier de co-branding ?



Nike X Apple



Nike Air max



Nike X Drake

Envoyer

NIKE Mission 4 La communication commerciale

Question 3/4

Sélectionner l'action de street marketing :







Envoyer

NIKE Mission 4 La communication commerciale

Question 4/4

Laquelle de ces 2 communications est un mécénat ?





Envoyer



NIKE Mission 5 Le développement du trafic de l'unité commerciale

Associer les techniques de promotion des ventes au bon groupe :

Group 1 : par le prix

- ventes privées
- Coupon

Group 2 : par le produit

- Cadeau
- Opération événementielle
- Echantillon

Continue

NIKE Mission 5 Le développement du trafic de l'unité commerciale

Associer les techniques de promotion des ventes au bon groupe :

Group 1 : par le jeu

- Concours
- Loterie

Group 2 : par le produit

- Vente par lots
- Opération solidaire
- Vente jumelée

Continue

NIKE Mission 6 L'e-traffic

Question 1/3

E-réputation : résultat en terme d'image des produits diffusés par l'entreprise et des avis des internautes.

✓ Vraie ✗ Faux

Envoyer

NIKE Mission 6 L'e-traffic

Question 2/3

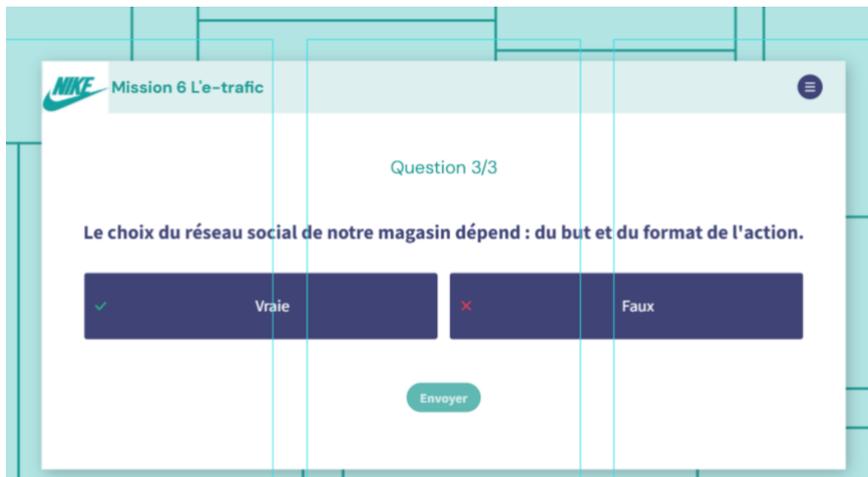
Taux de rebond : taux de visiteurs quittant votre site sans avoir parcouru d'autres pages.

✓ Vraie ✗ Faux

Envoyer

onant





PROPOSITION D'UN PECHA KUCHA : accepter toutes les productions cohérentes des élèves : voir le power point en pièce jointe 3.

Support enseignant

