

LES OPÉRATIONS PRÉALABLES À LA VENTE CHEZ DÉCATHLON

Bac Pro MCV Animer et gérer l'espace commercial	
Compétences	Résultats attendus
<ul style="list-style-type: none"> • Comparer les résultats aux objectifs fixés et proposer des actions correctrices • Présenter l'entreprise et/ou ses produits et/ou ses services • Proposer les produits et/ou les services associés • Proposer des actions commerciales génératrices de trafic dans l'unité commerciale • Établir le prix en fonction de variables commerciales données • Valoriser l'offre sur les sites marchands et les réseaux sociaux • Concourir à la préparation et à l'organisation d'évènements et/ou d'opérations de fidélisation/développement de la relation client 	<ul style="list-style-type: none"> • Les axes d'amélioration proposés sont réalisables • Les produits et/ou services de l'entreprise sont présentés de façon pertinente • La proposition de services associés est adaptée au besoin du client et respecte les consignes et/ou les procédures de l'entreprise et la réglementation en vigueur • Les propositions d'actions commerciales sont argumentées et cohérentes avec les objectifs à atteindre • Les logiciels de gestion commerciale sont mis à jour • L'information est conforme à la politique de l'enseigne, visible et attractive • L'organisation est maîtrisée, la contribution est utile au bon déroulé de l'évènement et/ou de l'opération
<p>Comportements professionnels</p> <ul style="list-style-type: none"> • Faire preuve de curiosité professionnelle, de rigueur, d'esprit d'initiative et d'autonomie • Être organisé et force de proposition • Donner une image valorisante et attractive de l'entreprise • Faire preuve de réactivité et de proactivité 	
<p>Transversalité</p> <ul style="list-style-type: none"> • Éco / droit : décrire les droits et obligations de chacune des parties au contrat (contrat de vente) 	



Le contexte professionnel

Notre sens être utile aux gens

L'entreprise DECATHLON est convaincue que le sport est une source de plaisir et de bien-être. C'est pourquoi sa mission d'entreprise est de rendre durablement le plaisir et les bienfaits de la pratique des sports accessibles au plus grand nombre : DU SPORT POUR TOUTES et TOUS ! Dès le départ, Michel Leclerc, le fondateur a dit : « *tu conseilles les clients comme si c'était tes meilleurs potes. Pas besoin de charger la barque. Et surtout on n'a pas le droit de dire non à un client* ».



Notre histoire parce qu'on vient tous de quelque part ...

Été 1976, c'est sur un parking du centre commercial d'Englos, près de Lille, que tout commence. Michel, Benoit, Didier, Stéphane, Hervé, Nicolas et Stanislas sont mordus de sports et entrepreneurs dans l'âme, même si certains ne le savent pas encore. Leur plan, inédit à l'époque : équiper dans un même lieu et au meilleur prix tous les sportifs du débutant au passionné. Ils créent alors Decathlon : 10 sports sous un même toit. C'est de là que naît le nom DECATHLON.

Comment sommes-nous devenus concepteurs de produit ?

Suite à un problème de livraison avec les cycles Peugeot ! Leur distributeur de vélos de l'époque refuse de les livrer. Leur réponse : "Nous créerons nos propres vélos".

Cette idée-là fait encore aujourd'hui l'exclusivité de DECATHLON : concevoir et vendre nos propres produits de sport.

Les VALEURS de l'entreprise

VITALITÉ : c'est être positif et plein d'énergie.

RESPONSABILITÉ : C'est se prendre en charge, et être acteur de sa vie.

AUTHENTICITÉ : c'est être en vérité avec soi et les autres.

GÉNÉROSITÉ : c'est faire les choses avec cœur et être tourné vers les autres



La situation professionnelle

Decathlon Bron souhaite désormais donner une place plus importante aux jeunes diplômés et pour cela une restructuration complète des différents services a été effectuée. **Vous venez d'intégrer l'entreprise Decathlon et vous allez travailler en collaboration avec différents services** : l'équipe « **Bons plans** », l'équipe « **Programme Fidélité** » et l'équipe « **Services Décathlon** ».

Les valeurs de l'entreprise doivent occuper une place importante dans votre travail au quotidien. Vous collaborez au sein d'une équipe sous la responsabilité de votre directeur adjoint Zitouni Malik. Vous êtes en relation permanente avec l'ensemble des services. Votre responsable vous confie plusieurs missions : dans un premier temps sur l'organisation des différents services, dans un deuxième temps sur l'analyse des résultats aux objectifs fixés et des conditions générales de vente et dans un troisième temps sur la mise en place du programme fidélité et la valorisation de l'offre sur le site.

Pour mieux appréhender les valeurs, les enjeux et fonctionnement de l'entreprise, Monsieur Zitouni vous invite à prendre connaissance de la vidéo, de la nouvelle organisation commerciale et du planning mensuel.

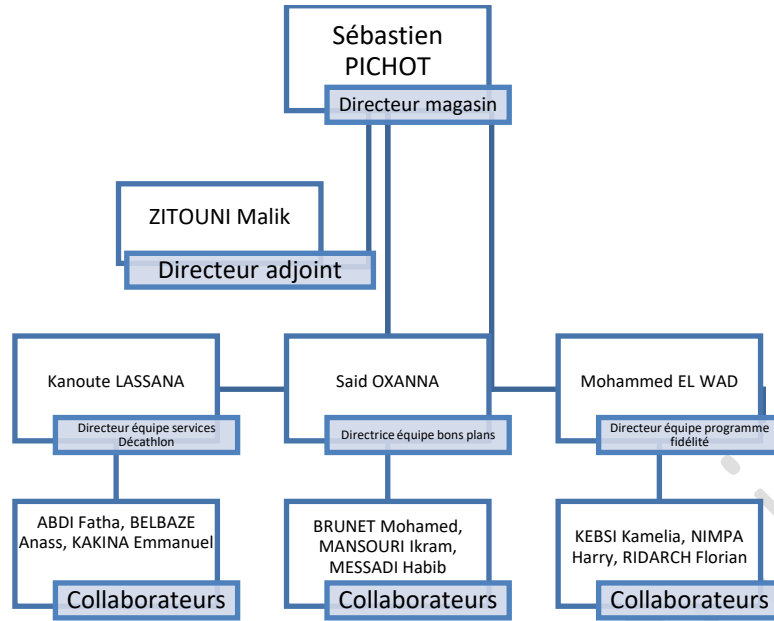


https://youtu.be/d4FBqV_X6y8

1.44mn



Focale sur la nouvelle organisation commerciale au sein de Décathlon



Planning mensuel des nouveaux services **PLANNING À ADAPTER** dans le sujet élève

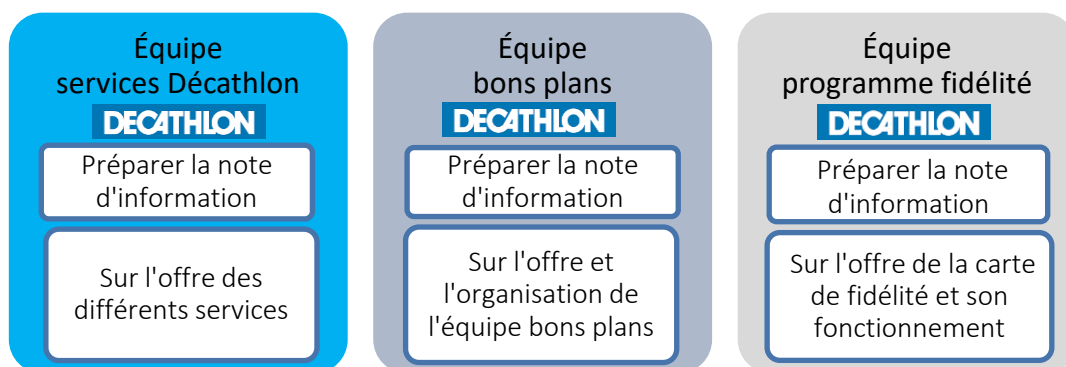
	Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi
	24	25	26	27	28
Semaine 17	Équipe services Décathlon ▪ Préparation d'une note d'information sur l'offre des différents services				
	Équipe bons plans ▪ Préparation d'une note d'information sur l'offre et l'organisation de l'équipe bons plans				
	Équipe programme fidélité ▪ Préparation d'une note d'information sur l'offre et le fonctionnement fidélité				
	1	2	3	4	5
Semaine 18	Équipe services Décathlon ▪ Préparation d'une note de service sur les CGV liées à l'élaboration du prix				
	Équipe bons plans ▪ Préparation du compte rendu sur l'analyse des résultats aux objectifs fixés				
	Équipe programme fidélité ▪ Proposition d'action commerciale génératrice de trafic				
	8	9	10	11	12
Semaine 19	Équipe services Décathlon ▪ Sélection de l'action correctrice à mettre en place				
	Équipe bons plans ▪ Élaboration des prix promotionnels sur le site marchand				
	Équipe programme fidélité ▪ Sélection de l'action correctrice à mettre en place				
	15	16	17	18	19
Semaine 20	Séminaire de BILAN				



Mission 1 –

La présentation de l'entreprise et/ou ses produits et/ou ses services

Organisation des équipes pour la semaine 17 du 24 au 28 avril 20N



Le directeur adjoint souhaite une présentation, sous forme de note d'information, de l'organisation de votre équipe. Cette note est destinée aux autres collaborateurs. Il s'agit pour chacun d'avoir une meilleure connaissance des services et des offres proposées par tous. Vous disposez des liens utiles vers le site internet de l'entreprise et d'un espace collaboratif partagé.

1.1 Rédiger la note d'information

1.2 Déposer le document sur votre espace collaboratif partagé avec votre équipe

Ressources à disposition

- Site internet – Accès aux pages utiles (ressource 1)
- Fiche ressource 1 : La rédaction d'une note (Espace collaboratif)

Les NOTES doivent impérativement être réalisées et déposées sur un espace collaboratif à disposition de l'équipe (ENT du lycée module « Documents », Google DRIVE, Agora-Projet, WeKan, etc.). Ces notes seront utilisées pour la suite du scénario.

1 espace pour 3 élèves / 1 espace dédié pour déposer les Fiches ressources

Les documents doivent être déposés dans le respect des contraintes : délai + nommage du fichier

Équipe services Décathlon

Émetteur : Équipe Services Décathlon

Destinataire : M. Zitouni, équipe Bons Plans, équipe Programme fidélité,

Objet/titre : Note d'information sur l'offre de services Décathlon

Date : date du jour

Introduction, développement et conclusion (pas plus de 3 pages)

Offre des services : entretien et réparation (à partir de 11€), reprise (reprise de l'ancien matériel de sport), location (à partir de 3.5€ par mois), personnalisation (à partir de 8€), financement (paiement en 3 ou 4 fois), assurance (à partir de 1€)
(avec explication en quelques lignes de chaque service + visuel)

Signature : Kanoute Lassana directeur Équipe Services



Équipe bons plans

Émetteur : Équipe Bons Plans

Destinataire : M. Zitouni, Equipe Services Décathlon, Équipe Programme fidélité

Objet ou titre : Note d'information sur l'offre Bons Plans

Date : date du jour

Introduction, développement et conclusion (pas plus de 3 pages)

Offre Bons Plans : homme, femme, enfant, chaussure, - 40 %

Filtre par type de produit, par remise, par genre, par sports, par vendeur, par marques, par taille (avec explication en quelques lignes de l'arborescence de la page d'accueil Bons Plans + visuel)

Signature : Said Oxanna directrice Equipe Bons Plans

Équipe programme fidélité

Émetteur : Équipe Programme Fidélité

Destinataire : M. Zitouni, Equipe Bons Plans, Équipe Services Décathlon,

Objet ou titre : Note d'information sur le programme fidélité

Date : date du jour

Introduction, développement et conclusion (pas plus de 3 pages)

Offre fidélité : carte Décatclub

Comment en profiter ? (utiliser votre compte unique Décathlon, gagner des points, transformer vos points)

Comment gagner des points de fidélité ? (Décathlon récompense votre engagement à chaque achat, séance sportive, action éco-responsable ou avis déposé sur un produit acheté.

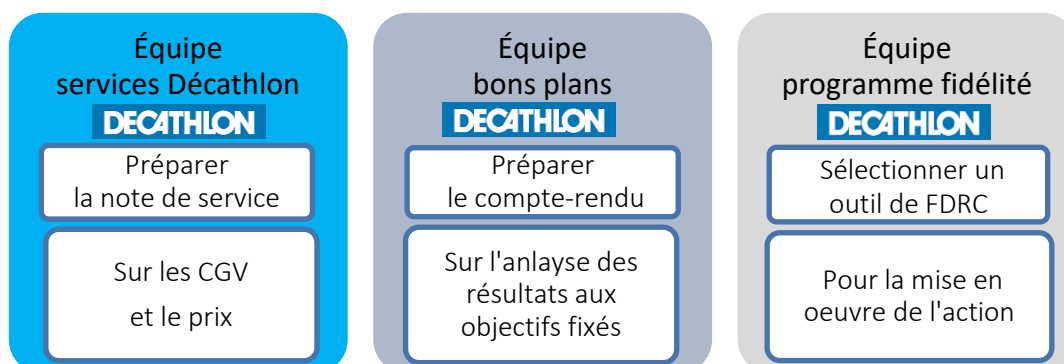
Comment transformer vos points en récompenses ? (Pour vous remercier de votre fidélité, bénéficiez d'un large choix de récompenses : cartes cadeaux, remises chez nos partenaires, séances sportives, dons à des associations)
(avec explication en quelques lignes du programme fidélité)

Signature : El Wad Mohammed directeur Équipe Programme Fidélité



Mission 2 – L’animation et la gestion de l’espace commercial

Organisation des équipes pour la semaine 18 du 1^{er} au 5 mai 20N



La surface de vente doit être continuellement attractive et fonctionnelle pour favoriser le développement de la clientèle.

Votre directeur adjoint souhaite que vous compariez des résultats aux objectifs fixés, sur la FDRC et sur les CGV. Il attire votre attention sur la pertinence des choix opérés et sur vos compétences créatives.

Équipe services Décathlon

La politique de prix occupe une place prépondérante dans le plan de marchéage de l’entreprise Décathlon. Monsieur Zitouni n’acceptera aucun dysfonctionnement sur la réglementation en vigueur.

2.1 Préparer la note de service en lien avec la réglementation sur les prix

2.2 Transmettre le document par courriel à l’équipe « bons plans » en mettant en copie votre directeur adjoint avant le **vendredi 5 mai à 20 h**

Ressources à disposition

- Article 6 des Conditions Générales de Vente CGV
<https://www.decathlon.fr/static/2019/LP/services/global-services/V21/assets/cgv.pdf>
- Fiche ressource 1 : La rédaction d’une note (Espace collaboratif)

Équipe bons plans

Dans la stratégie de Décathlon l’analyse des résultats est un élément primordial dans la prise de décision et permet ainsi la mise en place d’actions concrètes.

2.1 Comparer les résultats aux objectifs fixés et proposer deux actions correctrices concrètes et réalisables.

2.2 Présenter le compte rendu de votre travail précédent

2.3 Transmettre le document par courriel à l’équipe « programme fidélité » en mettant en copie votre directeur adjoint avant le **vendredi 5 mai à 20h**. Indiquer précisément les deux actions correctrices à mettre en place pour votre prochaine mission.

Ressources à disposition

- Tableau de bord des clients détenteurs de la carte de fidélité Décat’club (ressource 2)
- Fiche ressource 2 : Calcul du taux d’évolution (espace collaboratif)
- Fiche ressource 3 : Indicateurs de mesure des points de vente (espace collaboratif)



Décathlon possède un avantage concurrentiel sur l'animation et la gestion de l'espace de vente. Ce qui lui permet d'attirer de nouveaux clients et de se démarquer de ses concurrents.

2.1 Proposer une action commerciale génératrice de trafic dans l'unité commerciale à mettre en œuvre pour **la semaine 22**

2.2 Préparer le diaporama de présentation pour la réunion que vous allez animer.

2.3 Intégrer votre travail dans l'espace collaboratif

Ressources à disposition

- Aide à la préparation de la réunion (ressource 3)
- Fiche ressource 4 : plan d'action commercial (espace collaboratif)

Équipe services Décathlon

Émetteur : Kanoute Lassana directeur Equipe Service

Destinataire : Said Oxanna directrice Equipe Bons Plans, Zitouni Malik directeur adjoint

Pour action :...

Date du jour : jjmmaaaa

Titre ou objet : réglementation sur les prix

Conformément à l'article 6 des conditions générales de vente sur le prix et les codes promotionnels vous devez respecter les :

« Conditions spécifiques applicables aux campagnes "code promotionnel" DECATHLON :

Les conditions suivantes sont d'application lors d'achats effectués par l'Acheteur lors d'une campagne de promotion de DECATHLON :

- Le code promotionnel associé à la campagne de promotion doit obligatoirement être mentionné dans la zone demandée ;
- Les campagnes promotionnelles ne sont accessibles qu'aux seules personnes physiques agissant en leur qualité de consommateur ;
- Les campagnes promotionnelles ne sont applicables que dans la limite des stocks disponibles de DECATHLON ;
- L'Acheteur ne peut faire usage d'un code promotionnel qu'une (1) seule fois ;
- Les remises proposées ne sont valables que sur l'achat des produits et non sur les coûts annexes, en ce compris et non exclusivement sur les frais d'envoi et les frais administratifs ;
- Les campagnes promotionnelles ne valent que sur les achats en ligne et non sur la réservation sur internet de produits disponibles en magasin.

Toute commande ne respectant pas les CGV ne sera pas exécutée. DECATHLON en informera l'Acheteur. »

Signature : Kanoute Lassana directeur Équipe Services

Pas plus d'une page

Réalisation du courriel (délai, règles de rédaction)

Règles de rédaction : l'objet, destinataires, l'entrée en matière, les règles de politesse, le contenu du message, la signature, les fautes d'orthographe...

(valoriser la qualité des documents professionnels : couleur, logo, originalité, créativité, visuel...)



Équipe bons plans

Comparaison des résultats + proposition de deux actions correctrices pertinentes et réalisables

Clients bons plans :

Janvier 2023 TR : $3500/5000 \times 100 = 70\%$ objectifs non atteints

Février 2023 TR : $3200/4500 \times 100 = 71.11\%$ objectifs non atteints

Mars 2023 TR : $3200/4000 \times 100 = 80\%$ objectifs non atteints

C'est un indicateur qui permet de vérifier si les objectifs commerciaux fixés ont été réalisés.

- Quand le résultat est égal à 100%, l'objectif est atteint.
- Au-dessus de 100%, les objectifs sont dépassés.
- Au-dessous de 100%, les objectifs ne sont pas atteints.
(Accepter tout calcul permettant une comparaison)

Proposition de deux actions correctrices :

- Créer un stand dans le magasin pour les clients Bons Plans pour proposer la carte Décatclub
- Créer une publication sur les réseaux sociaux
(Utiliser l'application Zeob pour simuler le post sur Facebook ou/et Instagram)
- Accepter toute proposition cohérente

Réalisation du compte rendu (prise en compte de la demande et respect des critères de rédaction)

- La date du jour
- Le listing des participants : les Équipes « Services et Programme Fidélité » et le directeur adjoint (Zitouni Malik)
- L'ordre du jour : Compte rendu analyse des résultats aux objectifs fixés
- Le relevé des points abordés : comparaison des résultats aux objectifs fixés avec l'atteinte ou non des objectifs.
- Le relevé des décisions :
 - décisions prises : mise en place de deux actions correctrices,
 - deadlines : semaine 19
 - collaborateurs en charge de la mise en œuvre : les Équipes « Services et Programme Fidélité »
- Utilisation de la 3^{ème} personne du singulier avec une clarté et structuration du compte rendu.

Réalisation du courriel (délai, règles de rédaction)

Respect du délai

Règles de rédaction : l'objet, destinataires, l'entrée en matière, les règles de politesse, le contenu du message, la signature, les fautes d'orthographe...

(valoriser la qualité des documents professionnels : couleur, logo, originalité, créativité, visuel...)



Équipe programme fidélité

Proposition d'une action commerciale (argumentation et cohérence avec les objectifs)

Semaine 22, l'action commerciale doit être en lien avec la fête des mères : dimanche 4 juin 2023

- Stand promotionnel, animation, événements premium, dédicace...
- Accepter toute proposition cohérente

Réalisation du diaporama (respect des recommandations)

- Bien identifier la cible en expliquant le contexte de réalisation
- Justifier que l'action proposée est cohérente avec la cible et les valeurs de l'entreprise
- Justifier que l'action proposée est adaptée au profil de la clientèle Décathlon
- Justifier que l'action proposée répond aux objectifs quantitatifs et qualitatifs réalisables et mesurables
- Identifier les moyens nécessaires pour la réalisation (financiers, humains, matériels)
- Réaliser le planning opérationnel pour la réalisation de l'action

Exemples :

- semaine 20 et 21 : communication sur l'action à venir
- Semaine 21 : préparation de l'action
- Semaine 22 : mise en place de l'action

(Valoriser la pertinence du choix du logiciel de présentation)

Publication du diaporama (délai, règles de publication)

Respect du délai de réalisation et de remise du document

(valoriser la qualité des documents professionnels : couleur, logo, originalité, créativité, visuel...)



Mission 3

La valorisation de l'offre sur le site marchand et les réseaux sociaux

Organisation des équipes pour la semaine 19 du 08 au 12 mai 20N



La promotion de la carte « Décat-Club » doit être accentuée pour favoriser le développement de la clientèle et de la relation client. Il est indispensable que les équipes « programme fidélité » et « services Décathlon » travaillent ensemble sur le développement de cette carte.

Le service bons plans doit s'attacher à la mise en place de promotions sur le site marchand.

Équipe services Décathlon

La mise en place de l'action doit permettre de créer une interaction avec les clients et ainsi de fidéliser et ou de développer la relation client.

3.1 Mettre en place l'une des actions correctrices proposées par l'équipe « bons plans

3.2 Déposer le document sur l'espace collaboratif avant » **avant vendredi 12mai**

Ressources à disposition

- Courriel reçu de l'équipe « bons plans » (mission 2)
- Fiche ressource 5 Comment rédiger une publication sur les réseaux sociaux ?

Sélection et mise en place de l'action correctrice (respect des critères de la fiche ressource)

Création d'une publication sur les réseaux sociaux pour proposer la carte Décatclub

- Utilisation de la méthode AIDA avec un texte intéressant et pertinent, un titre percutant et accrocheur
- Utilisation de visuel fort et percutant
- Utilisation de leviers de visibilité (emojis, hashtags...)
- Mise en place d'un bouton d'action

Publication de l'action correctrice (délai, règles de publication)

Dépôt dans l'espace collaboratif

(Valoriser la pertinence du choix du logiciel)

(Valoriser la qualité des documents professionnels : couleur, logo, originalité, créativité, visuel...)



Une bonne fiche produit vous fera gagner un client car elle fait avancer le visiteur dans votre tunnel de vente ou entonnoir. Et, rappelez-vous que l'objectif premier est de vendre.

- 3.1 Établir le prix en fonction des variables commerciales.
- 3.2 Présenter le calcul du prix de vente final
- 3.3 Réaliser les fiches produit en affichant le montant de la remise
- 3.4 Déposer le document sur l'espace collaboratif **avant vendredi 12 mai**

Ressources à disposition

- Recommandation du directeur adjoint (ressource 4)
- Fiche ressource 1 : La rédaction d'une note (Espace collaboratif)
- Fiche ressource 6 : Comment réaliser une fiche produit ? (Espace collaboratif)
- Fiche ressource 7 : Comment réaliser une fiche produit dans le cadre omnicanal ? (Espace collaboratif)

Sélection des deux produits sur le site internet

- Gamme Aquagym (chaussures) avec une réduction de 33%
- Gamme Marche (accessoires) avec une réduction de 29%

Formule pour passer du PV HT au PV TTC grâce au coefficient multiplicateur :

CM = 1 + Taux de TVA (20%) / Exemple : CM = 1 + (20/100) = 1 + 0.20 = 1.20

Réalisation des fiches produits (affichage de la remise, respect des critères de la fiche ressource)

- Le montant de remise et le pourcentage de remise doivent apparaître
- Le prix de vente finale doit apparaître en TTC
- Un nom descriptif, des images de qualité, des informations techniques : entretien, utilisation, composition, un descriptif avec des mots clés, les avis clients, bouton d'achat visible...
- Accepter tout élément cohérent

Publication de l'action correctrice (délai, règles de publication)

Dépôt dans l'espace collaboratif

(Valoriser la pertinence du choix du logiciel)

(Valoriser la qualité des documents professionnels : couleur, logo, originalité, créativité, visuel...)

La mise en place de l'action doit permettre de créer une interaction avec les clients et ainsi de fidéliser et ou de développer la relation client.

- 3.1 Mettre en place l'une des actions correctrices proposées par l'équipe « bons plans »
- 3.2 Déposer le document sur l'espace collaboratif **avant le vendredi 12 mai**

Ressources à disposition

- Courriel reçu de l'équipe « Bon plans » (mission 2)
- Fiche ressource 8 : Comment construire un argumentaire ? (Espace collaboratif)

Sélection et mise en place de l'action correctrice (respect des critères de la fiche ressource)

Création d'un stand dans le magasin pour les clients Bons Plans pour proposer la carte Décatclub (argumentaire de vente)

- Utilisation des mobiles d'achat avec la méthode SONCASE
- Utilisation de la méthode CAP ou CAB
- Accepter tout élément cohérent et pertinent

Publication de l'action correctrice (délai, règles de publication)

Dépôt dans l'espace collaboratif

(Valoriser la qualité des documents professionnels : couleur, logo, originalité, créativité, visuel...)



Ressource 1 – Site internet de l'entreprise, les liens vers les services

Équipe service Décathlon



<https://dgxy.link/yjd0e>

Équipe Bons plans



<https://dgxy.link/5EqFA>

Équipe Fidélité



<https://dgxy.link/HRn3H>

Ressource 2 – Tableau de bord des clients détenteurs de la carte de fidélité Decat'club

Programme fidélité*	Objectifs 01/20N	Résultats 01/20N	Objectifs 02/20N	Résultats 02/20N	Objectifs 03/20N	Résultats 03/20N
Clients en magasin	12 000	13 200	11 000	12 150	11 500	12 000
Clients bons plans**	5 000	3 500	4 500	3 200	4 000	3 200
Clients sur internet	7 000	7 100	6 000	6 050	6 500	6 700
Total des clients	24 000	23 800	21 500	21 400	22 000	21 900

*Nombre de clients détenteurs de la carte de fidélité Decat'club

** Nombre de clients sur le site internet dans les bons plans

Ressource 3 – Aide à la préparation de la réunion

- 1 Décrire l'opération en tenant compte du contexte général. Définir les cibles en insistant sur la période de l'action
- 2 Justifier la cohérence de l'action proposée en tenant compte des valeurs de l'entreprise
- 3 Justifier que l'action proposée est adaptée au profil de la clientèle
- 4 Justifier que l'action répond aux objectifs quantitatifs et qualitatifs
- 5 Donner les moyens nécessaires pour la réalisation de l'action
- 6 Calendrier : opération prévue sur la semaine 22

Ressource 4 – Recommandations du directeur adjoint

Sélectionner un produit de la gamme Aquagym (chaussures) et de la gamme Marche (accessoires)
Effectuer une réduction de 33% sur la gamme Aquagym et 29% sur la gamme Marche.
Utiliser le site internet <https://www.decathlon.fr/>



ENVIRONNEMENT NUMÉRIQUE

- Messagerie (ENT du lycée par exemple ou autre)
- **Fiches ressources** à déposer sur un espace collaboratif « classe »
- **Espace collaboratif par équipe**

Il convient de créer pour chaque groupe un espace « Décathlon » et donner un accès.

Idee : chaque groupe crée son espace, donne les accès à chacun y compris au « professeur »



L'ENT du lycée offre cette possibilité soit en utilisant Wekan (à privilégier) ou le module Documents (style DRIVE).

The screenshot shows the Wekan interface. At the top, there's a navigation bar with 'Tous les tableaux' and a link to 'Ajouter un tableau à vos favoris pour créer un raccourci dans cette barre.' Below this is a section titled 'Mes tableaux' containing a button 'Ajouter un tableau' and two existing dashboards: 'Fiches Ressources' and 'Scénario Décathlon - Gr1 Ahmed - Chloé - Arthur'. The second dashboard is expanded, showing a workspace for 'Scénario Décathlon - Gr1 Ahmed - Chloé - Arthur'. It features a header with 'Privé', 'Silencieux', and 'Trier les cartes'. The workspace is divided into three columns representing different teams: 'Équipe - Services Décathlon', 'Équipe Bons Plans', and 'Équipe - Programme fidélité'. Each team column contains mission cards with titles like 'Mission 1' and 'Mission 2', and brief descriptions of their content.

PROLONGEMENT POSSIBLE



Certaines mesures correctives prévoient une publication sur les réseaux sociaux. Aussi, il peut être demandé à l'élève de simuler le(s) post(s) et de le(s) déposer sur l'espace collaboratif de leur équipe Décathlon. <https://zeob.com/>

The screenshot shows the Zeob interface for creating a tweet. It is split into two main sections: 'Customize Your Tweet' and 'Preview Your Tweet'. The 'Customize' section includes fields for 'Profile Image', 'Tweet Image', 'Name', 'Username', 'Tweet Text', 'Name of device', and 'Fact-check warning'. It also has options for 'Add Official Tick', 'Theme', 'Time', 'Date', 'Retweets Count', 'Likes Count', 'Liked Status', and 'Retweet Status'. The 'Preview' section shows a simulated tweet from '@zeobofficial' with the text 'Build your own Twitter Tweet now! Check it out @Zeob'. It displays a large pink placeholder for an image with dimensions '470 x 284px' and shows engagement metrics like '18k Retweets' and '160 Likes'. A 'SAVE YOUR TWEET' button is at the bottom.

