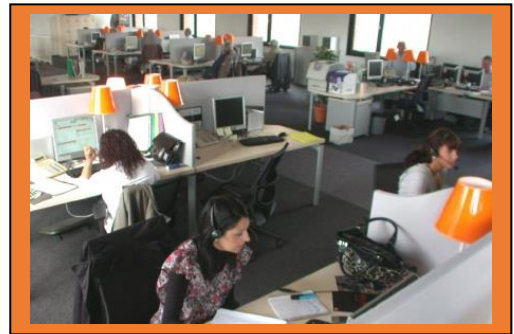


**Proposition pédagogique N°2**  
**Document élève**

## Découvrir un métier chez Orange

*Vous êtes en période de formation en milieu professionnel (PFMP) chez Orange en qualité de conseiller(e) client à distance.*

*Votre tuteur, monsieur Tudare, souhaite vous former sur le suivi des commandes ainsi que sur le traitement et l'exploitation de l'information client (à des fins de satisfaction et de fidélisation).*



### Document 1 - Le rayonnement numérique de l'entreprise Orange



Orange, Microsoft et Amazon sont "les champions du digital en France" selon le cabinet de conseil La Factory NPA qui établit ce classement de la performance des 100 premières marques annonceurs en France sur le numérique: le Web, les réseaux sociaux et le mobile. Ce classement mesure l'utilisation par les marques des médias sociaux, de Facebook à YouTube, en passant par Instagram et l'appli SnapChat qui émerge : popularité de leurs sites et comptes, taille de leurs communautés, rythme de publication, etc. Cet indice évalue leur visibilité. L'étude, établie à partir des plus importants investisseurs plurimédias entre juillet et décembre 2016, passe au crible la performance numérique des 100 plus grandes marques dans les trois dimensions digitales : le web, les réseaux sociaux (Facebook, Google+, Twitter, Youtube, DailyMotion, Instagram, Pinterest), le mobile (adaptation des sites aux usages mobiles, applications iOS et Android). L'indice du Rayonnement Numérique permet d'observer la performance digitale globale d'une marque sur l'ensemble de son dispositif. De même, il permet de dépasser la simple mesure de la puissance pour prendre en compte l'activité de la marque (fréquence de publication, de mise à jour, de production de contenus) ainsi que l'engagement des utilisateurs (popularité, taille de la communauté, engagements...).

À partir du **document 1** :

1.1 Caractériser la performance numérique d'Orange par rapport aux 100 plus grandes marques en 2017

1.2 Nommer les trois dimensions prises en compte dans la performance numérique (ou digitale) :

1.3 Indiquer l'instrument de mesure de la performance numérique et repérer ses critères d'évaluation.

## Document 2 - Le site marchand d'Orange : « la boutique »

Retrouvez orange.fr en page de démarrage de votre navigateur  
Rien de plus facile ! A l'aide du bouton choisir orange.fr, vous ferez apparaître une fenêtre pour enregistrer le fichier. Ouvrez ce fichier téléchargé, puis cliquez sur exécuter.

Choisir orange.fr Non merci

orange Menu Espace client Assistance

Identifiez-vous

**Boutique**  
Bienvenue chez Orange.  
Que cherchez-vous ?

Téléphones Forfaits mobile TV d'Orange

Accessoires Internet Orange Bank

**Vente Flash**  
Exclu web  
Du 10/09 au 12/09/2018  
MOTOROLA  
moto g<sup>+</sup> Play bleu  
sans forfait, sans engagement  
159<sup>90</sup> €  
au lieu de 189,90€  
Conditions de l'offre

A partir du **document 2** :

4. Repérer les produits (biens/services) vendus par la boutique en ligne

## Mission 1 - Accompagner le client dans le cadre d'une livraison

*Votre tuteur, monsieur Tudare, vous accueille en PFMP chez Orange. Il souhaite contribuer à vous former au métier de conseiller(e) client à distance. Votre première journée se déroule sur une plateforme téléphonique d'Orange.*

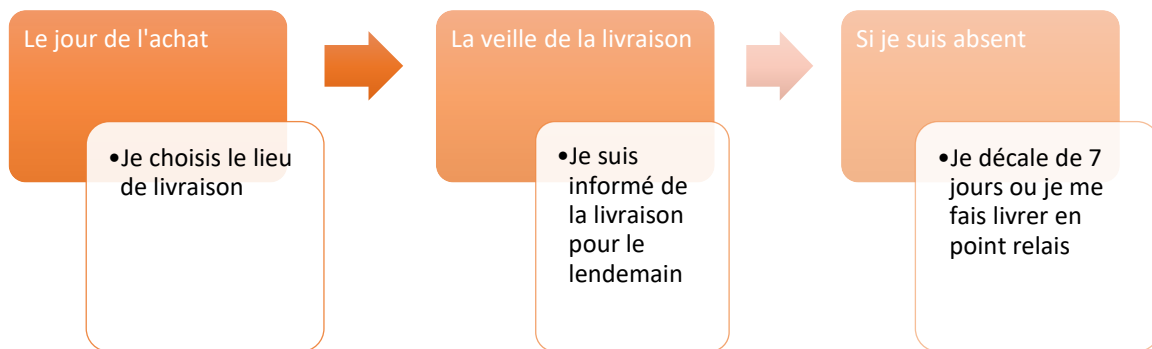
### Activité 1 - Identifier les modalités de livraison adaptées

À partir du **document 1** :

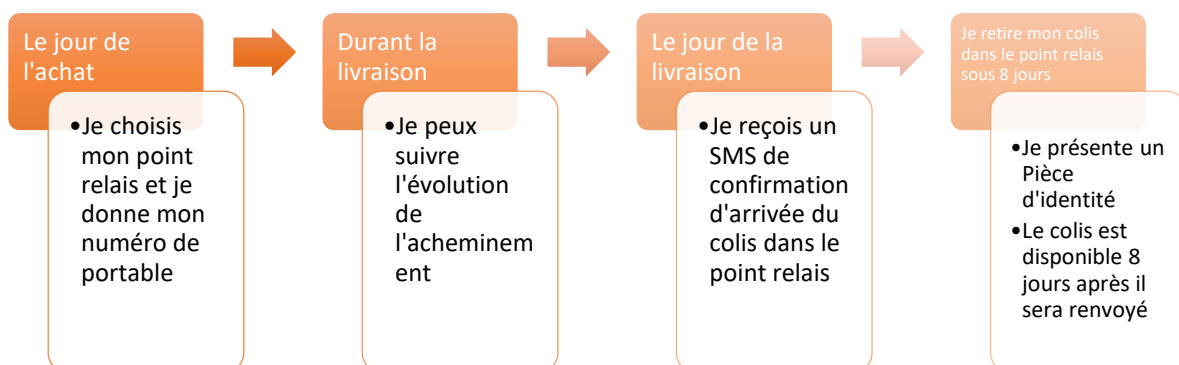
- 1.1. Proposer la modalité de livraison adaptée à chacune des situations vécues par un client.  
**Annexe 1** à compléter

### Document 1 - Les modalités de livraison proposées par Orange

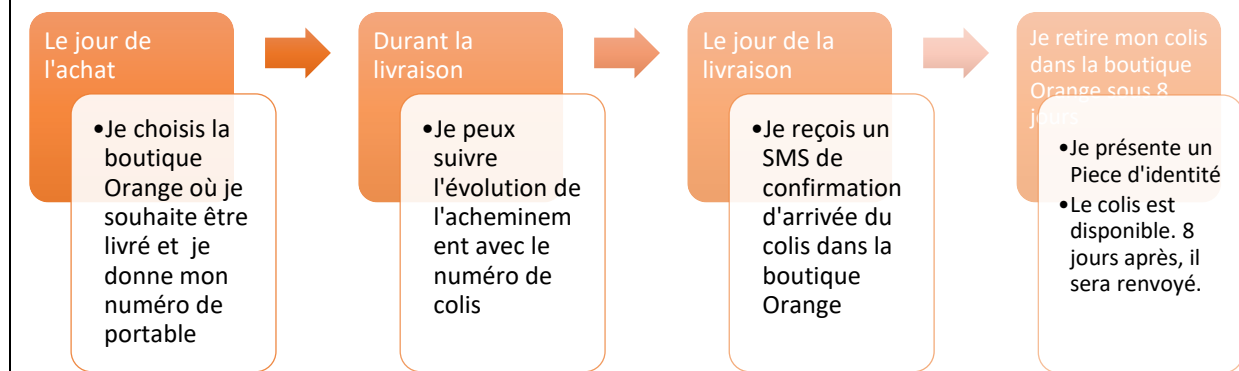
#### La livraison à domicile avec Chronopost : modalité de livraison 1



#### En point relais : modalité de livraison 2



### En boutique Orange : modalité de livraison 3



Source : <https://boutique.orange.fr/informations/livraison-gratuite/>

### Annexe 1 - Proposition d'une modalité de livraison adaptée à la situation vécue par chaque client.

Situations	Modalités de livraison
Mme Carnal est partie en vacances. Elle souhaite être livrée près de chez elle pour aller chercher son colis dès son retour.	
Mme Gasso est invalide ; elle ne peut pas se déplacer.	
M.Soram préfère être livré dans un point de vente Orange du Centre commercial Bordeaux Lac.	

À partir de la **vidéo n°1** :

1.2 Indiquer le délai de livraison à domicile annoncé par Orange.



Vidéo n°1 <https://video-streaming.orange.fr/high-tech-science/orange-et-moi-suivre-sa-commande-et-la-livraison-de-son-materiel-orange-VID0000002pz7m.html>

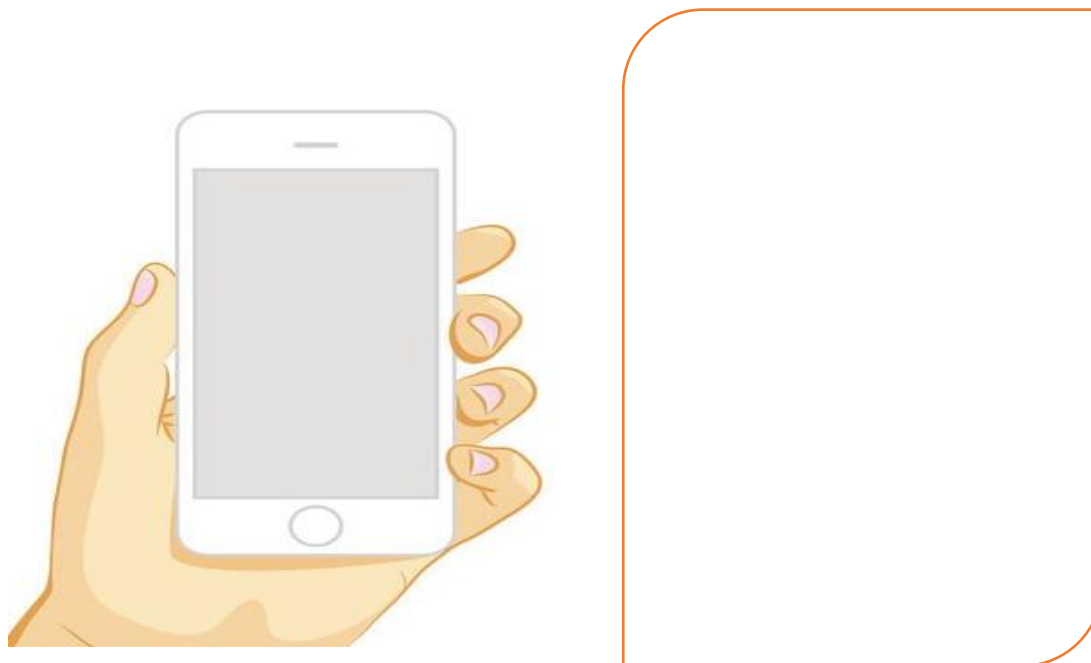
***Nous sommes le mardi 17 août 2018, Monsieur Perqui vient d'acheter un Iphone.***

1.3 Estimer la date de livraison à son domicile.

1.4 Rédiger le SMS destiné à informer monsieur Perqui de la date de livraison.

**Annexe 2 à compléter**

## Annexe 2 - Le SMS envoyé à monsieur Perqui



### Activité 2 - Accompagner les clients dans le suivi de leur commande

Orange a développé une application « Orange et moi » pour que ses clients puissent suivre leur commande.

À partir de la **vidéo n°2** :



**Vidéo n°2** : <https://www.youtube.com/watch?v=ISnEPtU-TRQ>

2.1 Lister l'ensemble des fonctionnalités de l'application Orange.

2.2. Repérer les fonctionnalités de l'application qui permettent d'assurer le suivi de la commande.

**Orange souhaite promouvoir l'application *Orange et moi* auprès de ses clients afin de limiter le flux des appels sur la plateforme.**

2.3. Répondre aux demandes des clients en valorisant la façon dont l'application *Orange et moi* peut répondre à leurs attentes.

**Annexe 3** à compléter

### **Annexe 3 - Les réponses aux demandes des clients d'Orange**

<b>Les demandes des clients</b>	<b>La réponse du vendeur Orange (valoriser les fonctionnalités de l'application Orange)</b>
M. Bonicci veut connaître la date de livraison de son smartphone.	
Mme Siripa veut un rendez-vous avec un technicien pour installer sa Live box.	
M. Dalleau vient de déménager. Il veut modifier son adresse.	

2.4 Citer au moins deux avantages pour le client de posséder cette application.

### **Activité 3 - Découvrir le rôle de l'assistance commerciale en ligne**

Votre tuteur vous explique qu'Orange accompagne ses clients dans ses moments de vie numérique. Les conseillers, experts et spécialistes sont là pour les aider que ce soit sur l'installation, l'utilisation ou le dépannage de leur équipement. De ce fait, votre tuteur souhaite vous familiariser avec le service « assistance commerciale » (document 2) qui est très sollicité par les clients d'Orange. Pour s'assurer de votre compréhension du rôle de ce service, il vous demande d'identifier les rubriques susceptibles de répondre aux besoins de clients différents.

## Document 2 - Les rubriques de l'assistance commerciale

### Assistance commerciale

Retrouvez ci-dessous les rubriques d'aide d'assistance commerciale.

Votre question porte sur :

L'achat et la commande	L'identification	La gestion des informations personnelles	La gestion de vos offres et options	La facture, le suivi conso
La présentation des offres et des options	Le SAV de vos équipements et services	Les modalités pour joindre Orange		

Source : <https://assistance.orange.fr/assistance-commerciale/le-sav-de-vos-equipements-et-services>

À partir du **document 2** :

3.1 Identifier pour chaque situation vécue par un client, la ou les rubriques de l'assistance commerciale qu'il peut consulter pour satisfaire son besoin.

**Annexe 4** à compléter

### Annexe 4 - L'orientation du client vers la rubrique appropriée de l'assistance commerciale

Situations	Rubriques
Simon souhaite contacter un conseiller pour prendre rendez-vous pour installer sa Livebox.	
Sarah aimerait changer son forfait Sosh.	
Paul a perdu son identifiant pour mon espace client.	
La Livebox de Patrick est en panne à cause de l'orage.	
Natacha recherche des informations sur la tarification des appels.	
Nadia a déménagé ; son courriel a changé.	
Yannis veut se rétracter suite à un achat en ligne auprès d'Orange et souhaite renvoyer son équipement.	
David souhaite acheter l'offre Homelive.	



## Activité 4 - Apporter aux clients une information sur le droit de rétractation

Votre tuteur, monsieur Tudare, vous explique que la réglementation sur le droit de rétractation est différente pour un achat en ligne que pour un achat directement en magasin. En tant que conseiller-client à distance au sein de la plateforme, vous êtes susceptible de répondre aux questions des clients concernant leur droit de rétractation.

### Document 3 - Le droit de rétractation : les 7 règles à connaître.

**DROIT DE RÉTRACTATION : LES 7 RÈGLES À CONNAÎTRE**  
par FAMILLES DE FRANCE

- 1 NON APPLICABLE POUR UN ACHAT DIRECTEMENT EN MAGASIN**  
Il s'applique uniquement en cas de contrat conclu hors établissement (démarchage à domicile, ou téléphonique, etc.) ou à distance.
- 2 DÉLAI DE 14 JOURS SANS JUSTIFICATION**  
Pour les prestations de service, ce délai débute dès la conclusion du contrat.  
Pour les contrats de vente, c'est à partir de la réception du bien ou du dernier bien si plusieurs livraisons.
- 3 PROLONGATION À 12 MOIS SI AUCUNE INFORMATION**  
Si l'information par le professionnel intervient pendant cette prolongation, un délai de 14 jours lui est substitué.
- 4 FORMULATION PAR ÉCRIT**  
Pour des raisons de preuve, exercez votre droit de rétractation à l'aide du formulaire dédié annexé à votre contrat ou en ligne sur le site du professionnel.
- 5 FRAIS DE RENVOI FACTURABLES**  
Si le professionnel a omis de vous informer que ce coût vous incombe, vous n'avez pas à payer les frais de renvoi. Certains professionnels les prennent parfois en charge.
- 6 REMBOURSEMENT DANS LES 14 JOURS**  
La totalité des sommes versées doit être remboursée, y compris les frais de livraison, au plus tard dans les 14 jours à compter de la date de prise de connaissance de la rétractation. Pour les contrats de vente de biens, le professionnel peut différer le remboursement jusqu'à ce qu'il ait récupéré le bien.
- 7 MODE DE REMBOURSEMENT IDENTIQUE À CELUI DU PAIEMENT**  
Le remboursement s'effectue en utilisant le moyen de paiement utilisé pour la transaction initiale, sauf accord exprès. Le professionnel n'est pas tenu de rembourser les frais supplémentaires d'un mode de livraison plus coûteux que le mode standard qu'il propose.

Source : <http://www.familles-de-france.org/node/231>

## Document 4 - Le délai de rétractation chez Orange dans le cadre des offres internet

### Offres internet : vous rétracter

Vous avez commandé une offre internet Orange sur la boutique en ligne ou auprès de votre service client. Vous souhaitez revenir sur votre décision et vous rétracter.

Vous disposez d'un délai de rétractation de 21 jours calendaires(1) à compter de la date de votre commande pour l'annuler.

Retrouvez ci-dessous les informations détaillées pour effectuer votre demande de rétractation.



<b>Contactez votre service clients</b>	Renvoyer les équipements mis à disposition et/ou loués par Orange	Remboursement de vos équipements	Informations complémentaires sur votre ligne internet
--	---	----------------------------------	---

Pour une meilleure prise en charge de votre demande, nous vous conseillons d'appeler votre service clients dans le délai de 21 jours pour signaler votre souhait avant de renvoyer vos équipements (Livebox, décodeur TV).

Vous pouvez également nous retourner par courrier le  [formulaire de rétractation](#).

Ne renvoyez pas vos équipements sans avoir contacté votre service clients au préalable.

^ voir les informations légales :

(1) Cette démarche est valable uniquement pour une offre internet commandée sur orange.fr ou auprès du service clients. Elle ne s'applique pas aux souscriptions en magasin.

Source : [https://assistance.orange.fr/assistance-commerciale/l-achat-et-la-commande/vous-retracter/offres-internet-vous-retracter\\_47527-48397](https://assistance.orange.fr/assistance-commerciale/l-achat-et-la-commande/vous-retracter/offres-internet-vous-retracter_47527-48397)

À l'aide des **documents 3 et 4** :

4.1 Indiquer le délai légal de rétractation qui s'applique en France pour une vente en ligne.

4.2 Préciser à quel moment démarre le délai légal de rétractation respectivement pour un bien et pour un service acheté en ligne.

À partir de **l'activité 1, annexe 2** :

4.3 Indiquer, dans le cas de M.Perqui, les dates du début et de fin du délai légal de rétractation et expliquer ce qui se passerait après la fin de ce délai.

4.4 Indiquer le délai de rétractation appliqué aux clients d'Orange pour une vente en ligne.

4.5 Présenter les avantages pour Orange de mettre en place ce délai supplémentaire.

### **Activité 5 - Rendre compte à votre tuteur**

Afin de rendre compte à monsieur Tudare, des compétences acquises dans l'accompagnement des clients Orange dans le cadre d'une livraison.

5.1 Réaliser une présentation à l'aide du support de votre choix (word, powerpoint, canva, pow-toon, easel.ly, genial.ly, carte mentale...)

## Mission 2 - Fidéliser le client

### Activité 1 - Collecter les données clients

Votre tuteur, monsieur Tudare, vous apporte des informations sur la politique de collecte des données en cours chez Orange. Celle-ci est règlementée (notamment par le RGPD, Règlement Général pour la Protection des Données) et respecte des règles éthiques.

### **Document 1 - Une éthique des données personnelles doit être le fondement du marketing "data driven"<sup>1</sup>**

Le numérique a totalement redéfini les rapports entre les marques et le consommateur. Libéré, ce dernier évolue aujourd'hui entre différents canaux et points de contacts pour se renseigner, comparer, échanger et affiner son choix avant d'acheter le produit qu'il convoite ou tout simplement qui répond à ses besoins. Le parcours client est ainsi devenu multiple, combinant e-boutiques, comparateurs en ligne, sites d'avis, points de vente physiques... au fil de ses envies et de ses besoins, dans le cadre d'une expérience personnelle optimale, mais également unique.

Les marques l'ont bien compris et placent désormais l'expérience et l'engagement des consommateurs au cœur de leur stratégie comme de leur organisation. L'objectif est clair : améliorer la connaissance de leurs clients pour leur proposer les expériences uniques qui renforceront leur engagement à la marque. Les marques bénéficient pour ce faire d'un atout de choix : les données disponibles (la *data*), dont le volume a littéralement explosé ces dernières années, permettent de repousser les limites de la définition de segmentations et de ciblage au profit d'approches marketing toujours plus fines et efficaces. Nous n'avons jamais été aussi proche d'un marketing à l'individu reposant sur la possibilité de devancer les attentes des consommateurs en leur proposant, au moment le plus propice et de manière la plus pertinente, le produit ou le service qui répond à un besoin en devenir

Source :

[http://archives.lesechos.fr/archives/cercle/2016/04/21/cercle\\_156360.htm#OULBbGveu3B9q7be.99](http://archives.lesechos.fr/archives/cercle/2016/04/21/cercle_156360.htm#OULBbGveu3B9q7be.99)

À partir du **document 1** :

- 1.1. Expliquer l'impact du numérique sur le parcours client.
  
- 1.2. Repérer l'intérêt d'une data importante.
  
- 1.3. Identifier l'objectif des entreprises qui collectent les données client.

A partir de la **vidéo 1** :

---

<sup>1</sup> Le *Data Driven*, également appelée *Data Driven Marketing*, se base sur une approche qui consiste à prendre des décisions stratégiques sur la base d'une analyse et d'une interprétation des données. L'approche Data Driven permet d'examiner et d'organiser la data dans le but de mieux cerner ses consommateurs et ses clients.



Vidéo n°1 : <https://www.universfreebox.com/article/43769/Orange-collecte-des-donnees-personnelles-mais-ne-les-utilise-pratiquement-pas-selon-Stephane-Richard>

1.4 Répondre aux questions concernant la protection des données en cliquant sur le lien suivant : <https://learningapps.org/watch?v=pq9n7ohbk18>

## **Activité 2 - Rechercher l'information**

Monsieur Cona désire acheter un smartphone. Après des recherches effectuées sur les sites spécialisés, sur des forums et sur des réseaux sociaux, il constate que le Sony Mobile XA2 est un produit qui correspondrait bien à ses besoins et attentes. Il a alors recours à un comparatif de prix avant de faire son choix entre les offres proposées par différents distributeurs.

### **Document 2 – Résultats de la recherche Internet**

**Sony Mobile Communications XA2 - Double SIM - 32 Go -**  
4,5 ★★★★★ 711 avis d'utilisateur

**Acheter** Annonce sponsorisée ⓘ

Argenté(e) ▼

248,90 €	· Fnac · Par Google	Livraison gratuite
245,89 €	· Darty · Par Google	Livraison gratuite
244,28 €	· PriceMinister - Rakuten · Par Google	Livraison gratuite
299,00 €	· Boulanger · Par Keyade	Livraison gratuite
284,99 €	· Cdiscount Marketplace · Par Productcaster	Livraison gratuite

2.1 Classer, par ordre croissant, les produits issus de la recherche, en fonction de leur prix de vente. Reporter ce classement dans le tableau des prix de vente et calculer les écarts de prix pour chaque produit entre Orange et les concurrents.

## Annexe 1 - L'analyse des prix pratiqué par Orange et ses concurrents

Enseigne	Prix de vente	Écart de prix en valeur (par rapport à Orange)	Écart de prix en % (par rapport à Orange)
PRICEMINISTER	244,28		
DARTY	245,89		
FNAC	248,90		
<b>ORANGE</b>	<b>250</b>		
CDISCOUNT	284,99		
BOULANGER	299,00		

2.2 Repérer l'enseigne qui propose le prix le plus intéressant à monsieur Cona.

2.3 Indiquer quel autre élément que le prix de vente peut avoir un impact sur le prix final du produit.

### **Activité 3 - Proposer une offre de fidélisation**

Finalement, monsieur Cona, prend connaissance de l'existence d'une offre de remboursement proposée par Orange destinée aux clients actuels et portant sur le smartphone Sony Xperia XA2. Réalisant qu'il peut bénéficier de cette offre car il dispose déjà d'un forfait mobile Orange, monsieur Cona se rend dans la boutique Orange près de chez lui. À la suite d'un test très concluant, il discute avec le vendeur de la boutique qui lui confirme l'existence de l'offre commerciale tout en lui précisant que cette offre n'est valable qu'en ligne. Monsieur Cona rentre chez lui pour faire son achat depuis son ordinateur connecté à internet.

Avant son achat en ligne sur la boutique, il a ressenti le besoin de disposer d'informations complémentaires et d'être rassuré. À cet effet, il a utilisé le chatbot destiné aux clients sur le site Orange. Celui-ci a conservé le numéro de monsieur Cona. Vous êtes en charge du traitement de l'appel de monsieur Cona qui souhaite être rappelé afin d'être informé et rassuré sur cette offre de remboursement.

3.1 Répondre aux interrogations de Monsieur Cona

## Annexe 2 - L'entretien téléphonique avec monsieur Cona

Monsieur Cona : Bonjour, pouvez-vous me confirmer si mon **Sony Xperia XA2** bénéficie de l'offre de remboursement de 100 euros ?

Monsieur Cona : Quelles sont les conditions requises pour prétendre à cette offre ?

Monsieur Cona : Puis-je être remboursé si j'achète deux smartphones ?

Monsieur Cona : Si je possède déjà une offre promotionnelle, puis-je l'utiliser ?

Monsieur Cona: Très bien, comment dois-je procéder ?

Monsieur Cona : Je vous remercie. Je vais compléter le formulaire de l'offre de remboursement tout de suite.

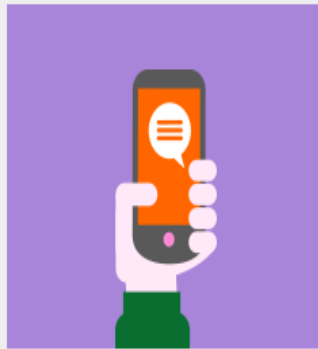
3.2 Repérer le canal de de vente proposé à Monsieur Cona pour effectuer son achat et sa demande de remboursement.

## Document 3 - Les offres de remboursement proposées par Orange

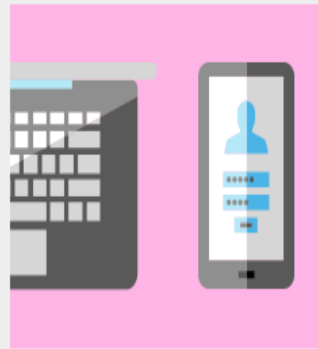
## Les offres de remboursement Orange



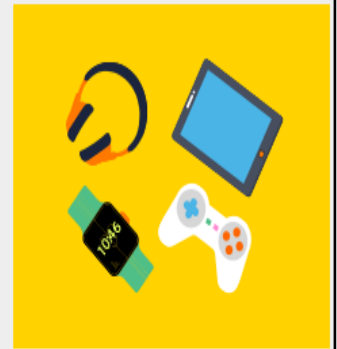
Voir les coupons  
Internet



Voir les coupons  
Mobile



Voir les coupons  
Internet + mobile



Voir les coupons  
Accessoires et Fixes

## Comment obtenir mon remboursement ?



Chaque offre de remboursement correspond à l'achat d'un produit et/ou à la souscription d'une offre effectué en ligne, dans une boutique Orange ou auprès de notre service client. Votre offre de remboursement a une période de validité.

Pour un remboursement Orange, vous devez remplir un formulaire en ligne. Conservez vos preuves d'achats (facture, vignette sur l'emballage...), vous devez les joindre lors de votre demande. Pour un remboursement constructeur, suivez les instructions détaillées sur le coupon.

Après la validation du formulaire et jusqu'au remboursement effectif sur votre facture, vous serez informé de l'état d'avancement de votre demande par mail (à votre adresse de contact). Le suivi des remboursements constructeurs est directement assuré par nos partenaires.

[Suivre le remboursement >](#)

### Document 4 - L'offre de remboursement différée « Mobile Orange »

**Offre de remboursement différée « Mobile Orange »**  
**Jusqu'à 100€ remboursés sur l'achat de votre mobile chez Orange**  
Offre valable pour un achat réalisé entre le 23 août et le 3 octobre inclus



**Formulaire à envoyer par internet** avant le 03 novembre 2018 minuit.

Toute demande reçue par courrier ne sera pas prise en compte.

**Conditions pour bénéficier de l'offre de remboursement**

- Être titulaire d'un forfait mobile Orange ou d'une offre Orange Open (hors Mobicarte et Sosh)
- Avoir acheté chez Orange l'un des mobiles suivants (hors mobiles d'occasion) entre le 23/08/2018 et le 03/10/2018 :

**30€ remboursés** sur l'achat d'un Samsung Galaxy J3 2016, Sony Xperia XA2, d'un montant  $\geq$  31€

**50€ remboursés** sur l'achat d'un Orange Dive 73 ou d'un Kapsys Smartvision 2, d'un montant  $\geq$  51€

**100€ remboursés** sur l'achat d'un Sony Xperia XZ2 d'un montant  $\geq$  101€

**Modalités de remboursement**

- Offres différées de remboursement valables en France métropolitaine du 23/08/2018 au 03/10/2018, réservées aux particuliers. Offres limitées à 1 remboursement par mobile et par forfait mobile Orange ou Open, et à 5 remboursements par foyer (même nom, même adresse). Offres non cumulables avec toute autre offre concernant l'un de ces produits.

- **Votre remboursement différé sur facture sous forme d'avoir interviendra à partir de votre 2<sup>ème</sup> ou 3<sup>ème</sup> facture après validation de votre demande.** En cas de facture à zéro euro (0€), le remboursement débutera lorsque votre facture sera positive. Toute résiliation ou changement d'offre entraîne l'arrêt du remboursement.

**Comment faire ma demande de remboursement**

- Complétez les informations demandées ci-dessous
- Scannez ou photographiez vos 3 pièces justificatives
- Votre demande doit nous parvenir avant le 03/11/2018 minuit

Source : <https://formulaires.odr.orange.fr/2232>

**Activité 4 - Rendre compte**

Afin de rendre compte à monsieur Tudare, des compétences acquises pour fidéliser le client Orange.

4.1 Réaliser une présentation à l'aide du support de votre choix (word, powerpoint, canva, pow-toon, easel.ly, genial.ly, carte mentale...)

## Mission 3 - Traiter et exploiter l'information à des fins de fidélisation

### Activité 1 - Sélectionner des clients

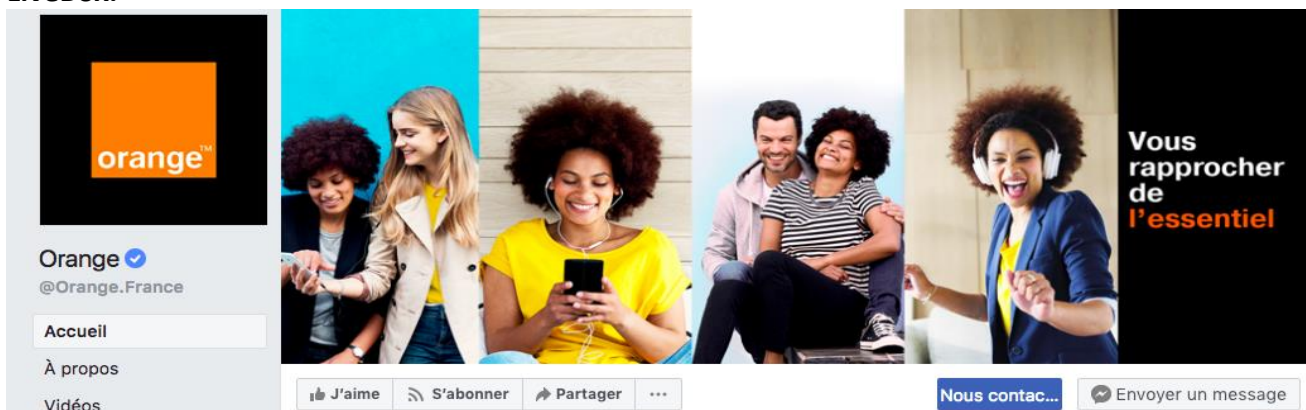
Nous sommes le 30 septembre 2018, Vous revenez d'une formation interne sur la fidélisation mise en place par la société Dimélo, qui gère la plateforme Orange. Votre tuteur, monsieur Tudare, souhaite améliorer le service lors du déballage et l'installation de la Livebox. Pour ce faire, monsieur Tudare vous demande de sélectionner des clients afin de les inviter à une soirée VIP. Lors de celle-ci, ils seront conviés à témoigner de leur satisfaction concernant Orange et à figurer dans une capsule vidéo que vous réaliserez. Cette capsule vidéo a pour objet de valoriser l'image du service Client Orange. Lors de la soirée VIP, les clients sélectionnés et présents auront comme cadeau le dernier Samsung Galaxy Note 9 pour les remercier de leur participation.

À partir du **document 1** :

1.1 Sélectionner les clients Orange détenteurs d'une Livebox depuis plus d'une année.

**Annexe 1** à compléter.

**Document 1 - Extraction des clients les plus actifs sur facebook Orange, titulaires de la LiveBox.**



Nom	Email	Téléphone	Date d'ouverture de la ligne
Rolan	rolan.germaine@orange.fr	0678654312	12/01/2018
Serault	serault.emeline@orange.fr	0684312651	14/04/2018
Dupuy	dupuy.sophie@orange.fr	0664567898	29/05/2019
Sauret	sauret.francoise@orange.fr	0665412785	15/05/2017
Fumal	fumal.sev@orange.fr	0763456790	23/08/2019
Tyroua	tyroua.noemie@orange.fr	0684365192	16/07/2016
Sebanne	o.sebanne@orange.fr	0711453277	09/07/2019
Sautren	sautren.beatrice@orange.fr	0677433113	20/06/2018

## Annexe 1 - Les clients sélectionnés

NOM	Email	Téléphone	Date d'ouverture de la ligne

Afin d'informer les clients sélectionnés pour participer à la soirée VIP, vous proposez à votre tuteur d'utiliser l'email vidéo. Celui-ci n'est pour le moment pas convaincu par cet outil car il pense que le courriel est plus efficace.

À partir du **document 2** :

1.2 Lister les avantages de l'email vidéo.

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.

## Document 2 - L'email vidéo se démocratise

### # Une image vaut 1000 mots et la vidéo dans tout ça ?

YouTube est le deuxième moteur de recherche le plus utilisé juste après Google. Il est plus grand que Bing, Yahoo et Ask combinés. La vidéo, c'est un puissant vecteur d'information qui capte et attire l'attention encore plus que n'importe quel autre support (texte, image...)

Alors, nous nous étonnons de ne pas encore voir une recrudescence d'email marketing contenant des vidéos ! Une vidéo, c'est une charge de travail importante si l'on veut qu'elle soit de qualité et ludique. Néanmoins le jeu en vaut la chandelle, puisque le taux de conversion et d'engagement sur une vidéo explosent.

Pas convaincu ? Une étude démontre qu'une vidéo dans un email marketing offre un score de près de 280% de ROI en plus comparé à des emails traditionnels ne contenant « que » du texte (source Email Monks). La part d'audience que dégage une vidéo est donc non négligeable. D'autant plus qu'avec la vidéo vous pouvez plus facilement travailler sur l'image de marque de votre entreprise. Par exemple en créant un univers qui lui est propre (message, musique, personnage, prise de vue... etc). De plus, vous avez davantage de chance de créer le buzz car c'est le média le plus partagé, sur les réseaux sociaux notamment. Pourtant, une large majorité de Marketeurs adoptent une position défavorable quant à l'utilisation de la vidéo dans l'email.

La faute ? C'est bien sûr celle des mythes qui ont la peau dure.

- Fausse idée numéro 1 : ça ne marche pas à chaque fois et surtout tout le monde ne pourra pas visualiser la vidéo.
- Numéro 2 : La vidéo va s'afficher en mauvaise qualité à l'ouverture de l'email.
- Et enfin numéro 3 : Je vais avoir des problèmes de délivrabilité en mettant une vidéo dans mon email !

Bonne nouvelle mesdames et messieurs, nous sommes en 2017 et la plupart des clients de messagerie supportent le langage de programmation HTML5. Cela leur permet donc de lire une vidéo directement dans l'email.

Source : [emailstrategie.com](http://emailstrategie.com)

## **Activité 2 - Valoriser l'offre produits par la réalisation d'une fiche produit vidéo**

Suite à votre email vidéo, trois clients ont répondu favorablement pour participer à la soirée VIP. Vous les accueillez. Afin de préparer la capsule vidéo, vous présentez la fiche vidéo de la Livebox.



Vidéo 1 : <https://www.youtube.com/watch?v=VPa79JKYs2Q>

### **Document 3 - Fiche produit**

Le terme de fiche produit désigne initialement un document papier produit par un fabricant et comportant tous les caractéristiques d'un produit considéré ainsi qu'éventuellement quelques illustrations visuelles sous forme de photo. Désormais, le terme de fiche produit est le plus souvent utilisé pour désigner l'ensemble organisé des caractéristiques et illustrations (photos, vidéos, plans, vues 360, etc.) relatives au produit se trouvant dans un fichier informatique structuré.

La nature des informations figurant dans une fiche produit peut varier selon la nature des produits :

- dimension
- poids
- caractéristiques techniques
- couleur
- taille
- visuels

Pour certains produits, une fiche peut comporter parfois plusieurs centaines d'éléments distincts.

Après l'élaboration de ses fiches produits par un fabricant, il s'agit de faire jouer un rôle clé aux structures et contenus dans la distribution des produits.. Les compétences communes sont notamment particulièrement importantes pour les distributeurs susceptibles de les utiliser dans le cadre de leurs catalogues e-commerce ou pour des catalogues papier. Un e-commerçant va notamment utiliser les informations figurant dans les fiches produits de ses fournisseurs pour organiser la recherche produit sur son site et pour construire ses pages produit e-commerce. Elles contribuent également à rassurer et fidéliser la clientèle.

*Source : Marketing.com*

À partir de la **vidéo 1** et du **document 3** :

2.1 Comparer la fiche produit et la fiche produit vidéo.

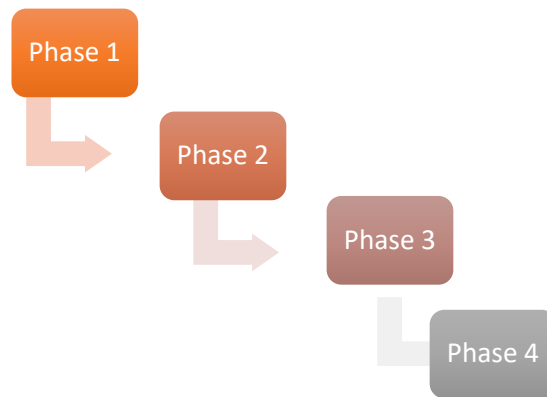
2.2 Expliquer l'intérêt pour Orange de réaliser une fiche produit vidéo plutôt qu'une fiche papier pour la Livebox.

À partir du **document 4** :

2.3 Repérer les étapes nécessaires pour créer une capsule vidéo.

2.5 Réaliser votre capsule à l'aide de votre smartphone ou de votre tablette.

### Annexe 2 – Les étapes pour réaliser un mail vidéo



### Document 4 - Créer une capsule vidéo

Marianne Utéza

## Créer une capsule vidéo

	Définir son sujet	 <ul style="list-style-type: none"><li>* Dictionnaire</li><li>* Questionnement QQOQCP</li><li>* Limiter son sujet</li></ul>
	Ecrire son scénario	 <ul style="list-style-type: none"><li>* Un parcours</li><li>* Des notions</li><li>* Une chute</li></ul>
	Découper le temps	
	Prévoir le son	 <ul style="list-style-type: none"><li>* Enregistrer son texte</li><li>* Récupérer des sons libres de droit</li></ul>
	Vérifier et harmoniser !	

powered by  Piktochart  
make information beautiful

### **Activité 3 - Rendre compte**

Afin de rendre compte à monsieur Tudare, des compétences acquises pour traiter et exploiter l'information à des fins de fidélisation.

4.1 Réaliser une présentation à l'aide du support de votre choix (word, powerpoint, canva, pow-toon, easel.ly, genial.ly, carte mentale, etc.)