Nom et prénom de l’élève : Classe :

PFMP N° ❑ 1 ❑ 2 Dates de la PFMP concernée :

1. **IDENTIFICATION DE L’ORGANISATION**

Logo :

Raison sociale :

Adresse :

N° de téléphone :

Courriel :

Site internet marchand :

Réseaux sociaux :

Forme de commerce :

Activité principale :

Activité(s) secondaire(s) :

Nom du dirigeant :

Effectif total :

Forme juridique :

La responsabilité sociétale (RSE : Responsabilité Sociétale des Entreprises) :

A présenter en annexe : tout document pertinent pour illustrer les propos (organigramme, zone de chalandise, étude de marché…)

1. **ETUDE DE LA CONCURRENCE**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Organisationétudiée | Concurrence directe | Concurrence indirecte |
| Nom de l’organisation et/ou enseigneAdresse |  |  |  |  |  |  |
| Critères  |
| Assortiment |  |  |  |  |  |  |
| Univers commercialisés*(indiqué en couleur les univers non communs aux enseignes)* |  |  |  |  |  |  |
| Marques |  |  |  |  |  |  |
| Prix |  |  |  |  |  |  |
| Services & fidélisation |  |  |  |  |  |  |
| Cible |  |  |  |  |  |  |

1. **LES OUTILS UTILISÉS AU SERVICE D'UNE STRATÉGIE OMNICANALE**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Outils** | **Description***(présentation de l’outil sélectionné par l’organisation et ses principales fonctions)* | **Finalités de l’outil** |
| **Satisfaction client**1 | **Fidélisation de la clientèle**1 | **Veille informationnelle**1 |
| Solution CRM |  |  |  |  |
| Instagram |  |  |  |  |
| Facebook |  |  |  |  |
| Site web |  |  |  |  |
| Intranet |  |  |  |  |
| Ordinateur |  |  |  |  |
| Forum/Blog/Newsletter |  |  |  |  |
| Autre /market place |  |  |  |  |

1 Cocher la ou les cases correspondantes