



Thématique : **Affaires**

Auteur : **Christelle ETIENNE** (France)

ADAPTER UN SERVICE À UN BESOIN

Public : Adulte/Étudiant, travaillant ou étudiant dans le domaine des affaires

Niveau CECR : B1

Durée : 3h

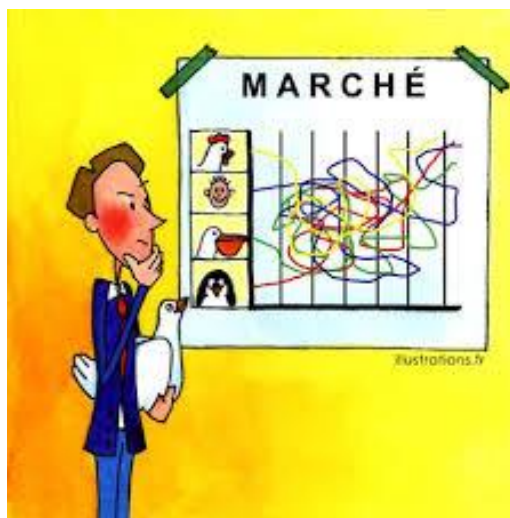
Tâche à réaliser : Offrir et présenter un service adapté à la demande

DÉFINIR UN BESOIN ET PRÉSENTER UN SERVICE

Étape 1 - DÉCLENCHEUR

Mise en route
Découvrez !

Activité 1 – L'étude de marché



Crédit image : <http://mecadyn.over-blog.com/article-creation-d-entreprise-et-etude-de-marche-39227469.html>

a) Observez le dessin et répondez à la question suivante : Qu'est-ce qu'une étude de marché ? Ne vous censurez pas. Toutes les idées sont bonnes !

b) Regroupez vos idées. En binôme et à l'aide de l'ensemble des propositions, écrivez une définition de « l'étude de marché ».

Une étude de marché est un travail de collecte et d'analyse d'informations ayant pour but d'identifier les caractéristiques d'un marché.

www.definitions-marketing.com

c) Échangez. Cette définition rejoint-elle celle que vous avez proposée ? Y-a-t-il d'autres caractéristiques à ajouter ? Mettez en commun les mots importants à retenir.

Activité 2 – Les besoins

Après avoir lu le texte ci-dessous, répondez aux questions.

Définir un besoin.

Quel besoin des consommateurs n'est pas déjà résolu par le marché ?

Répondre à cette première question est essentiel et doit constituer la base de votre réflexion. En effet, toute la stratégie de l'entreprise va être impactée par la réponse que vous apporterez. (...) Identifier des besoins non résolus est souvent plus simple qu'on ne l'imagine. Écoutez, observez et vous verrez qu'autour de vous de nombreux besoins n'attendent que d'être satisfaits.

Comment ces clients essaient-ils de résoudre cette frustration ?

Quelles solutions le consommateur a-t-il trouvées pour contourner son besoin ? Des produits de substitution existent-ils sur le marché ? Souvent, c'est en réalisant une étude approfondie des caractéristiques et des avantages des solutions alternatives que vous arriverez à définir votre produit, (...) à clarifier une demande. Pouvez-vous proposer une version simplifiée à un prix inférieur ? Le prix de cession sera-t-il acceptable pour le client ? Pouvez-vous simplifier l'expérience utilisateur ? (...)

En quoi votre entreprise peut résoudre cette frustration ?

L'identification des besoins des clients n'est que la première étape du processus de réflexion. Pour définir une offre avec un avantage concurrentiel durable, rappelez-vous des 3 règles suivantes : les entreprises qui gagnent à long terme sont pertinentes, crédibles et différenciées. Concentrez-vous à résoudre un problème qui empêche les consommateurs de dormir. Ensuite, positionnez votre entreprise de manière à ce que son offre ait une crédibilité suffisante auprès des consommateurs. Enfin, que peut faire votre entreprise différemment des concurrents ? (...) Avez-vous une bonne connaissance d'une zone géographique ? À vous de définir votre avantage concurrentiel durable.

D'après www.expertaly.com

1 – Quel est le but de l'article ?

2- À qui s'adresse-t-il ?

3 – À votre avis, cet article est intéressant pour les entrepreneurs qui :

- ☐ ont déjà finalisé leur projet.
- ☐ sont à la recherche de financements.
- ☐ mènent une étude de marché.

4 – A quoi sert une étude de marché ? Relevez dans les textes 3 informations clés :

5 – Associez les mots soulignés dans le texte à leur définition :

Mots		Signification
Marché	•	C'est la quantité de biens et de services présents sur les marchés.
Offre	•	C'est la vente d'un bien ou d'un service.
Demande	•	C'est l'espace de rencontre entre un acheteur et un vendeur. On y échange des biens et des services.
Cession	•	C'est la quantité de consommateurs qui souhaite acheter un bien ou un service.

Étape 2 - CONCEPTUALISATION

Comment ça marche ?

Repérez, observez et réfléchissez !

Activité 1 – Comprendre un service

Compréhension globale

Écoutez le début de l'interview (00'' à 1'26'') et cochez la bonne réponse:

a- Omar Cissé est :

- ☐ un représentant d'un opérateur de téléphonie mobile.
- ☐ le créateur de la société InTouch.
- ☐ un utilisateur des services de la société InTouch.

b- La société InTouch opère dans le domaine :

- ☐ de la communication.
- ☐ de la téléphonie mobile.
- ☐ du service financier.

c- Quel produit commercialise In Touch ?

- ☐ un facilitateur de crédit téléphonique.
- ☐ un agrégateur pour les mises à jour informatiques des mobiles.
- ☐ un agrégateur de paiement pour les marchands.

d- À quoi sert-il ?

- ☐ à proposer des nouveaux services de téléphonie.
- ☐ à simplifier les transactions financières.
- ☐ à ouvrir simplement une nouvelle activité.



Le saviez-vous ?

Le « Mobile Money » ou « le « portefeuille mobile » est une technologie qui permet de recevoir, de garder et de dépenser de l'argent en utilisant un téléphone portable. Il existe plus de 260 services de portefeuille mobile dans le monde. Ils sont particulièrement populaires en Afrique, en Asie et en Amérique Latine. Le service est fourni en général par les opérateurs de téléphonie mobile pour les abonnés ou les détenteurs de cartes prépayés.

Le numéro de téléphone portable = le numéro de compte.

D'après www.worldremit.com

Activité 2 – Les mots du commerce

De quoi parle-t-on ? Associez les mots suivants à leur définition. une transaction/ un marchand/ un-e client-e/ un service/ un fournisseur/ une enseigne/ un-e partenaire/ une marque.

- Personne qui achète un produit à une entreprise. Se dit aussi acheteur : _____
- Opération d'échange commerciale ou boursière : _____
- Personne qui procure (à un-e client-e) des marchandises ou des biens : _____
- Activité économique qui ne produit pas de bien matériel : _____
- Panneau placé sur une façade qui permet de repérer un établissement commercial : _____
- Personne, groupe, entreprise avec lequel on est associé : _____
- Personne qui achète et qui revend des biens ou des produits. Se dit aussi commerçant-e : _____
- Nom reconnaissable par des consommateurs et créant de la valeur sur un marché pour une entreprise : _____

Activité 3 – Présenter un marché et un service

Compréhension détaillée

1. Écoutez une première fois l'ensemble de l'extrait et cochez la bonne réponse.

a- Le GSMA est :

- ☐ une association mondiale d'opérateurs et de constructeurs en téléphonie mobile.
- ☐ un groupement de société qui réalise des sondages dans le monde entier.
- ☐ un nouvel opérateur téléphonique.

b – Qu'est-ce qui a motivé la création d'InTouch?

- ☐ un constat suite à une étude.
- ☐ une discussion entre amis.
- ☐ une enquête auprès des utilisateurs de téléphones mobiles.

c - Qu'est-ce qui se développe très rapidement aujourd'hui en Afrique?

- ☐ le commerce en général.
- ☐ les points de vente des magasins.
- ☐ l'usage du téléphone portable pour les opérations bancaires.

d - Quel problème rencontrent les commerçants ? Ils sont obligés :

- ☐ d'ouvrir des comptes bancaires pour leurs nouveaux clients.
- ☐ de trouver des solutions pour aider leurs clients à payer.
- ☐ de multiplier les outils de paiement pour offrir un service adapté à leurs clients.

2. Écoutez une deuxième fois l'ensemble de l'extrait. Répondez aux questions suivantes.

- Quelles sont les transactions effectuées chez les marchands par les clients ?

-
- Quelles contraintes rencontrent le commerçant ?

-
- Quelles contraintes rencontrent le client ?

-
- Quels sont les avantages de l'agrégateur de paiement pour le marchand ?

-
- Quels sont les services simplifiés proposés aux clients ?
-

3. Résumons les points importants. Ces affirmations sont-elles vraies ou fausses ?

	VRAI	FAUX
Grâce à InTouch, l'utilisateur de <i>Mobile Money</i> doit aller dans la boutique de son opérateur.		
Le secteur du <i>Mobile Money</i> n'est pas concurrentiel.		
Le client final d'InTouch est le marchand.		
Le commerçant grâce à InTouch offre un service plus large à son client.		

Activité 4 – Structurer sa présentation

Remettez les phrases dans l'ordre. Vérifiez votre proposition avec la transcription de l'extrait en annexe. Soulignez ensuite les articulateurs qui rendent le texte plus fluide.

- ____ D'abord Omar Cissé a constaté, selon les chiffres du GSMA, que 58% des transactions passent par des points physiques, donc des marchands.

- ____ Ils peuvent aller du crédit téléphonique au transfert d'argent, à l'assurance mais aussi accepter tous les moyens de *Mobile Money* qui existent sur le marché.
- ____ Ce qu'InTouch propose au client final c'est de mettre à disposition un terminal unique lui permettant d'accepter tous les moyens de paiement et de proposer à ses clients un large catalogue de service.
- ____ Quand la marque InTouch est signalée chez un marchand, c'est que les opérateurs de service sont tous disponibles parce qu'ils fonctionnent de la même manière sur la plateforme.
- ____ Vu le développement fulgurant du *Mobile Money* en Afrique et de toute la digitalisation des services, beaucoup de solutions sont mises en place.
- ____ Aussi, le client final est obligé d'aller au niveau de ces points pour effectuer ses transactions.
- ____ Le marchand est donc obligé d'utiliser autant d'outils ou d'interfaces que de fournisseurs de service.

Activité 5 – Boîte à outils

Observez les exemples proposés et complétez le tableau avec des exemples d'articulateurs vus dans la séance ou que vous connaissez.

Introduction	Continuation	Addition	Conclusion
Pour commencer il a fait une étude de marché.	Puis il a cherché des financements.	De plus il avait besoin de trouver de nouveaux collaborateurs.	En conclusion , il a réuni une belle équipe de partenaires autour de son projet.



Outils pour organiser sa présentation

Pour introduire

Pour commencer, d'abord, dans un premier temps...

Exemple : *Pour commencer nous allons vous présenter / D'abord, nous avons observé que*

Pour progresser et ajouter

Ensuite, après, par la suite, de plus, aussi, puis...

Exemple : *Après avoir présenté notre entreprise, nous allons passer à nos produits.*

Pour conclure

Enfin, pour terminer, pour conclure, en conclusion...

Exemple : *Pour terminer, nous vous remercions de l'attention que vous porterez...*

Outils lexicaux

Les acteurs *le marchand, le client, le vendeur, l'acheteur, le concurrent, le partenaire, le fournisseur.*

Les actions *vendre, acheter, observer, analyser, garantir, aider, faciliter.
une enseigne, une marque, une transaction, un objectif, une compétition,*

Les affaires *un avantage, un inconvénient, un produit, un service*

Étape 3 - SYSTÉMATISATION

Entraînez-vous !

Activité 1 – Qu'est-ce que la concurrence ?

Complétez le texte avec les mots suivants :

objectif (m)/ une compétition/ le vendeur/ l'acheteur/ garantir/ un système/ la liberté/ avantages (m)/ conditions (f)

La concurrence est _____ entre des entreprises qui ont un même _____ et qui recherchent les mêmes _____.

En économie, c'est une forme d'organisation sociale où domine une recherche d'égalité des positions entre celui qui offre (_____) et celui qui demande (_____). La libre concurrence est _____ économique où chacun dispose de _____ d'exercer une activité, de produire et de vendre aux _____ qu'il souhaite et où l'État n'intervient que pour _____ le libre jeu des règles économiques (interdiction des abus de position dominante et des ententes).

Activité 2 – Avantages et inconvénients : trouver une place sur un marché

Vous venez de recevoir des languettes avec des phrases isolées. En binôme, vous devez reconstituer un discours présentant un service de billetterie loisirs/spectacles et le présenter oralement. Vous structurez votre présentation à l'aide de connecteurs pour fluidifier votre présentation comme par exemple : aussi, ainsi, d'abord, enfin, de plus, mais, c'est pourquoi.

Étape 4 - RÉINVESTISSEMENT

C'est à vous !

Vous allez participer au salon « La technologie au jour le jour ». Vous écrivez aux organisateurs un article de présentation de votre produit.

Ce dernier a les caractéristiques suivantes :

- *Pour qui ? Personnes vivant en ville, actives et pressées*
- *Quoi ? Chaussures connectées déclinées en version homme/femme*
- *Comment ? Titre de transport métro/bus/tram intégré à la chaussure sur abonnement*
- *Pourquoi ? Concurrencer les fabricants de carte ou de ticket. Introduire un produit novateur sur le marché. Protéger l'environnement en utilisant moins de papier et de plastique.*
- *Avantages ? Impossible de perdre ou de se faire voler le titre de transport, gain de temps aux contrôles et aux guichets, rechargeable par internet ou par une application mobile, possibilité de partager le kit de chaussure transport pour plusieurs paires.*

TÂCHE FINALE

Étape 1 - Préparation

Situation :

Le maire de votre ville a demandé aux jeunes entreprises de la région de créer un nouveau produit/ service ou d'en améliorer un déjà existant pour faciliter le quotidien des habitants. Entrepreneur/se dynamique et créatif/ve vous vous lancez dans ce projet, bien décidé-e à remporter le marché.

Tâche :

Fort de votre équipe de commerciaux, vous recueillez des informations pertinentes indispensables à la création d'un service ou d'un produit adapté aux besoins de vos futurs clients.

Suivez les étapes suivantes :

- Définissez vos rôles et votre entreprise (nom, secteur d'activité, place et rôle de chacun).
- Vous établissez le profil cible (le client), en analysant ses habitudes, son secteur d'activité, ses contraintes quotidiennes, sa manière de résoudre le problème...
- Qu'est-ce qui vous démarque de la concurrence (qualité, prix, adaptabilité) ?
- Laissez votre imagination faire le reste ! Concevez un produit ou service répondant aux besoins du plus grand nombre.

Étape 2 - Réalisation

Consigne :

Vous présentez oralement votre projet aux participants/concurrents réunis lors d'un conseil municipal exceptionnel.

À l'issue des présentations, vous voterez individuellement pour le projet qui vous a le plus séduit.



Recommandations pour un récit oral attractif et vivant

- Ne tournez pas le dos au public.
- Articulez votre discours.
- Souriez.
- Évitez de lire vos notes.
- Pour plus de dynamisme donnez la parole à tous les membres du groupe.

Étape 3 - Évaluation

Consigne :

À l'issue des présentations, vous voterez individuellement pour le projet qui vous a le plus séduit en vous aidant de la grille d'évaluation proposée. Le projet ayant le plus de critères positifs gagne.

Grille d'évaluation pour la classe :

	GROUPE 1			GROUPE 2			GROUPE 3			...		
Nom du produit ou service.												
	+	=	-	+	=	-	+	=	-	+	=	-
Respect des étapes de la présentation												
Clarté des informations transmises												
Pertinence de l'analyse du public cible												
Adaptation du service ou du produit au(x) besoin(s)												
Résultats												