

CHAPITRE 1

L'INFORMATION COMMERCIALE

Il s'agit désormais de l'outil indispensable à toute activité d'un commercial. En effet, toutes les informations que la commerciale d'une entreprise de cosmétique collecte sont intégrées dans le système d'information de l'entreprise. Toutes ces informations sont indispensables à la prise de décision marketing et sont la base du plan d'action marketing de l'entreprise.

1. QU'EST-CE QU'UNE INFORMATION ?

C'est un signe ou un renseignement qui permet d'atteindre une connaissance. L'information commerciale rassure sur l'évolution possible du chiffre d'affaire. La qualité de l'information commerciale conditionne les critères de valorisation de l'entreprise et augmente le niveau de satisfaction du client pour le fidéliser. Elle doit être:

- **Fiable** : Elle peut être véhiculée par différents canaux (clients, produits, fournisseurs, partenaires...) et donc subir des modifications d'où l'importance de sécuriser les données. La fiabilité et la sécurité rassurent le client. La confidentialité est de mise pour ne pas fausser le jeu de la concurrence.
- **pertinente** : l'information commerciale donne des renseignements sur la provenance du produit, les moyens de sa conception, son positionnement par rapport à la concurrence, les outils d'aide à la vente.
- **disponible** : pour le commercial, il est important que l'information soit disponible dès qu'il en a besoin pour faciliter son rendez-vous chez le client et son argumentation commerciale. Il faut que les informations soient mises à jour en temps réel pour être fiables et exploitables.
- **précise**

Remplir le tableau d'après les documents suivants en considérant la relation entre le service commercial Guinot et une prospect qui souhaite ouvrir en janvier 2016 un nouvel institut de beauté à Marseille. Elle n'a pas encore choisi avec quelle marque elle allait travailler.

DOC 1 :



DOC 2 : Condition générales de ventes de la marque Guinot pour ses instituts:

PRÉAMBULE :

Le site internet www.guinot-institut-marseille.fr ci-après désigné le «site» ou le « SITE» est un site de commerce électronique proposant à la vente des objets/services à des internautes navigant sur le site.

L'acheteur, (ci-après dénommé l'« Acheteur» ou l'«acheteur») est toute personne qui visite une ou plusieurs pages web du site qu'elle ait initié ou non un processus d'achat sur le site.

Le vendeur (ci-après dénommé le « vendeur» ou le «Vendeur») est GUINOT LE SALON BEAUTE, SARL BEAUTE PASSION 17 avenue du paréo 13006 Marseille.
Capital social 8000€
siret 44063055600015

1. OBJET ET CHAMP D'APPLICATION

Les présentes conditions de vente (ci-après dénommées les «CGV») réagissent et s'appliquent sans restriction ni réserve à l'ensemble des relations entre « GUINOT LE SALON BEAUTE» et toute personne qui procède à l'achat de produits/ services mis en œuvre par GUINOT LE SALON BEAUTE» sur le présent site.

Dans le cadre des présentes CGV, les termes produit et ou service font référence au(x) différent(s) produits (s) et ou service(s) proposés dans le cadre du présent site.

L'acheteur reconnaît avoir pris connaissance des présentes CGV préalablement à sa commande. À ce titre, le fait pour toute personne de commander un (des) produit(s) et ou un (des) service(s) sur le site objet des présentes, emporte acceptation pleine et entière des présentes CGV.

Le site étant hébergé chez un prestataire extérieur,» GUINOT LE SALON BEAUTE» ne pourra être tenu pour responsable de toute interruption de service du site, survenance de bogues, ou pour tout dommage résultant d'une intrusion frauduleuse d'un tiers ayant altéré les informations disponibles sur le site.

L'acheteur, préalablement à sa commande, déclare avoir la pleine capacité juridique lui permettant de s'engager au titre des présentes CGV.

Le vendeur se réserve le droit de modifier à tout moment les présentes CGV, sans effet rétroactif pour les commandes en cours. Dans ce cas, les conditions applicables seront celles en vigueur à la date de la validation de la commande par l'acheteur.

2. COMMANDES

a). Moyen de passation des commandes :

Vous pouvez passer vos commandes sur internet : <http://www.guinot-institut-marseille.fr>

b). Dispositions générales :

Toute commande passée par le moyen de passation de commande identifié ci-dessus implique l'acceptation, sans restriction ni réserve, de l'ensemble des présentes CGV. L'acheteur, qui souhaite acheter un (des) produits ou un (des) services doit obligatoirement :

- * préciser son mode de paiement
- *remplir la fiche d'identification sur laquelle il indiquera toutes les coordonnées nécessaires ou donner son numéro de client s'il en a un,
- *remplir le bon de commande en ligne en donnant toutes les références du (des) produits et/ou du (des) services choisis,
- *valider sa commande après l'avoir vérifiée,
- *confirmer sa commande et son règlement,
- *effectuer son paiement dans les conditions prévues.

Le contrat de vente ne sera considéré comme définitif, qu'après l'envoi à l'acheteur par le vendeur, par courrier électronique, de l'accusé de réception de la commande qui lui a été adressée. La commande, la confirmation de l'acceptation de l'offre et l'accusé de réception sont considérés comme reçus, lorsque tous peuvent y avoir accès.

3. CARACTERISTIQUES DES BIENS ET SERVICES PROPOSES.

Chaque produit et ou service, est accompagné d'un descriptif;

Les photographies du catalogue sont les plus fidèles possibles mais ne peuvent assurer une similitude parfaite avec le produit, notamment en ce qui concerne les couleurs. Les produits et ou services, proposés à la vente sont ceux qui figurent dans le catalogue publié dans le site du vendeur. Ces produits et services sont proposés dans la limite des stocks disponibles.

4. PRIX

Les prix figurant dans le catalogue sont des prix en euros toutes taxes comprises (€TTC), tenant compte de la TVA applicable au jour de la commande. Le vendeur se réserve de modifier ses prix de vente à tout moment, étant toutefois entendu que le prix garanti à l'acheteur est celui présent sur le site le jour de la confirmation de la commande.

Les prix ne comprennent pas les frais d'expédition, facturés en supplément du prix du (des) produits et/ou du (des) services achetés.

Les frais d'expéditions seront indiqués avant la confirmation par l'acheteur de sa commande. Ces frais sont également disponibles à partir de la page d'accueil du site.

5. AIRE GEOGRAPHIQUE DE VENTE ET DE LIVRAISON ET RETIREMENT.

Les produits sont proposés à la vente sur le territoire géographique suivant: Pays de l'Union Européenne, Monaco, Suisse.

Une faculté de retrait est instaurée par les présentes, à l'adresse définie en préambule du présent document.

Dans le cas de retrait au magasin, ce dernier peut être effectué par l'acheteur ou par toute autre personne dûment mandatée par l'acheteur, au moyen d'une déclaration de mandat établie en original de l'acheteur ainsi que tout moyen permettant de certifier l'identité de l'acheteur et de la personne dûment mandatée.

L'acheteur ou son mandataire doit prendre livraison de sa commande ou venir la retirer dès que le vendeur l'informe de sa disponibilité, ce dans un délai de 30 jours à compter de cette information;

le défaut de réception des marchandises constitue un manquement contractuel imputable à l'acheteur.

6. FACULTE DE RETRACTATION- DROIT DE RETOUR

a). Faculté de rétractation

L'acheteur, non professionnel, ou le consommateur, dispose d'un délai de 7 jours francs à compter de la réception de la marchandise ou de l'acceptation de l'offre pour les prestations de services, pour exercer son droit de rétractation.

Si ce délai expire un samedi, un dimanche, ou un jour chômé ou férié, il est prorogé jusqu'au premier jour ouvrable suivant.

Les produits doivent être retournés dans un parfait état de revente et dans leur état d'origine (emballage, accessoires et notices éventuelles inclus).

Les frais de retour sont à la charge du vendeur uniquement en cas d'erreur de livraison.

* Contrat pour lesquels la faculté de rétractation ne peut s'exercer :

– contrat de fourniture de services dont l'exécution a commencé, avec l'accord du consommateur, avant la fin du délai de sept jours francs.

- _ contrat de fournitures de biens confectionnés sur mesure et qui du fait de leur nature, ne peuvent être réexpédiés ou sont susceptibles de se détériorer ou de se périmier rapidement.
- _ contrat de prestations de services d'hébergement, de transport, de restauration, de loisirs qui doivent être fournis à une date ou selon une périodicité déterminée.

La faculté de rétractation entraîne obligation pour le vendeur de rembourser l'intégralité des sommes versées par l'Acheteur, au plus tard dans les 30 jours suivant la date à laquelle ce droit a été exercé.

b).Droit de retour

Dans le cas d'une contestation d'un vice caché, dans les conditions définies par les articles 1641 à 1648 du Code Civil, l'acheteur dispose d'un droit de retour du produit dans les conditions définies ci-après.

Dans le cas d'une défectuosité du produit, l'acheteur bénéficie d'un droit de retour dans les 12 mois à compter de la livraison du produit, dans les conditions définies ci-après :

c). Modalités d'exercice de ces droits :

L'acheteur qui souhaite faire usage de ces droits devra contacter le vendeur aux coordonnées figurant ci-après afin de se faire communiquer un numéro de retour, à défaut, il devra renvoyer les produits et/ou porter à la connaissance du vendeur sa volonté de faire usage de ses droits par tout moyen permettant de donner date certaine (recommandée avec accusé de réception)

Cordonnées : 17 Avenue du paréo 13006 Marseille

L'acheteur devra préciser les circonstances dans lesquelles la défectuosité ou le vice-caché est apparu, ainsi que les parties du produit qu'il met en cause. Il peut demander le remboursement des frais de livraison.

7. MODE DE PAIEMENT

L'acheteur garanti au vendeur qu'il dispose de l'ensemble des autorisations éventuellement nécessaire pour utiliser le moyen de paiement qu'il aura choisi lors de l'enregistrement du bon de commande.

L'acheteur peut alors régler sa commande par:

* Carte bancaire sur le site du vendeur: afin d'assurer la sécurité du paiement par carte bancaire, ces paiements seront réalisés par le biais du système sécurisé fourni par la BPPC ou le système sécurisé PAYPAL.

Ces systèmes utilisent le protocole SSL (Secure Socket Layer) pour le transport des coordonnées bancaires.

Les informations transmises sont donc cryptées par un logiciel et aucun tiers ne peut en prendre

connaissance au cours du transport du réseau.

La carte bancaire utilisée pour le paiement de la commande sera débitée au moment de la commande.

*En contre remboursement à la livraison. Dans ce cas, l'acheteur sera facturé des frais de contre remboursement en vigueur lors de l'expédition.

*Lors du retrait d'une commande en magasin, l'acheteur pourra utiliser les moyens de paiement susvisés de même que le paiement par chèque, espèces, à l'exception du contre remboursement.

A la demande de l'Acheteur, il lui sera adressé une facture faisant ressortir la T.V.A.

8. DELAIS DE LIVRAISON - D'EXÉCUTION

Quel que soit le prix de la marchandise ou du (des) services commandé(s) par un consommateur, la date de livraison du (des) produit(s) ou d'exécution de la (des) prestation(s), dans le délai maximum de 7 jours, sera indiqué dans le courrier électronique de réception de la demande par le Vendeur.

L'acheteur dispose d'une faculté de dénonciation du contrat si le délai contractuel de livraison est dépassé de 7 jours. La dénonciation s'opère par lettre recommandée avec accusé de réception pendant un délai maximum de 60 jours ouvrés suivant la date à laquelle la marchandise aurait dû être livrée.

Modalités de livraison:

Les livraisons sont faites à l'adresse indiquée par l'acheteur lors de la passation de sa commande dans les zones géographiques précisées au paragraphe 5.

Les coûts de livraison sont ceux décrits par le vendeur dans sa vitrine grâce au lien : « Infos paiements et livraison ».

L'acheteur est tenu de vérifier, en présence du préposé du livreur, l'état de l'emballage ou du colis réceptionné ainsi que son contenu à la livraison.

Les risques sont à la charge du destinataire à compter du moment où les produits ont été livrés à la personne désignée comme destinataire sur les documents de commande et de transport ou retirés par la personne habilitée.

Le destinataire doit signaler les dommages constatés lors de la livraison en application du principe de présomption de responsabilité du transporteur par l'émission de réserves écrites, significatives et complètes.

L'action du destinataire contre le transporteur, pour les dommages subis par la marchandise, devra être réalisée dans un délai de 3 jours à compter de la livraison par l'envoi d'une lettre recommandée ou d'un acte d'huissier notifiant la protestation motivée du destinataire.

9. RESPONSABILITES:

Le vendeur est pleinement responsable à l'égard de l'acheteur de la bonne réalisation du contrat

conclu à distance, que ce dernier soit exécuté par le vendeur qui a signé le contrat ou par un intermédiaire.

Toutefois, si le vendeur apporte la preuve que cette mauvaise exécution est due à l'acheteur, à l'intervention imprévisible et insurmontable d'un tiers au contrat ayant empêché ou gêné son exécution ou à un cas de force majeure, il pourra être exonéré totalement ou partiellement de cette responsabilité.

10. GARANTIE

Tous les produits fournis par le vendeur bénéficient de la garantie légale prévue par les articles 1641 et suivants du code civil.

En cas de non-conformité d'un produit vendu, il pourra être retourné au vendeur qui le reprendra, l'échangera ou le remboursera.

Toutes les réclamations, demandes d'échange ou de remboursement doivent s'effectuer par voie postale à l'adresse du Vendeur dans le délai de 30 jours à compter de la livraison.

11. DISPONIBILITE DES PRODUITS :

En cas d'indisponibilité du bien ou du service commandé, l'acheteur sera informé de cette indisponibilité et pourra, choisir de maintenir sa commande ou être remboursé sans délai et au plus tard dans les trente jours du paiement des sommes qu'il a versées. Au-delà de ce terme, ces sommes sont productives d'intérêts au taux légal.

Toutefois, si la possibilité en a été prévue préalablement à la conclusion du contrat ou dans le contrat, le vendeur peut fournir un bien ou un service d'une qualité et d'un prix équivalent. L'acheteur est informé de cette possibilité de manière claire et compréhensible.

12. PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

Tous les éléments du Site du Vendeur sont et restent la propriété intellectuelle et exclusive du Vendeur.

Personne n'est autorisé à reproduire, exploiter, rediffuser, ou utiliser à quelque titre que ce soit même partiellement, des éléments du site qu'ils soient logiciels, visuels ou sonores.

13. DONNÉES À CARACTÈRE PERSONNEL

Les informations demandées par le vendeur lors de toute commande de l'acheteur sont nécessaires à la gestion de sa commande par le vendeur et ses partenaires commerciaux. Conformément à la loi relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés du 6 janvier 1978, les informations à caractère nominatif relatives aux acheteurs pourront faire l'objet d'un traitement automatisé. Le vendeur se réserve le droit de collecter des informations sur les acheteurs y compris en utilisant des cookies et, s'il le souhaite, de transmettre à des partenaires commerciaux les informations

collectées.

Les utilisateurs disposent d'un droit d'accès et de rectification des données les concernant, conformément à la loi du 6 janvier 1978. Ce droit d'accès, de rectification et d'opposition aux données personnelles peut s'exercer par le biais de ce formulaire.

14. ARCHIVAGE_ PREUVE

Le vendeur archivera les bons de commandes et les factures sur un support fiable et durable constituant une copie fidèle, et ce pendant une durée de conservation de 10 ans. Les registres informatisés du Vendeur seront considérés par les parties comme preuve des communications électroniques, commande numérique émanant de l'acheteur, courriel de confirmation envoyé par le vendeur, conditions générales et particulières de vente à la date de la commande passée, paiement et transactions intervenus entre les parties.

15. REGLEMENT ET LITIGES

Les présentes conditions de vente en ligne sont soumises au droit français. En cas de litige compétence est attribuée aux tribunaux français compétents, nonobstant pluralité de défendeurs ou appel de garantie.

DOC 3 :

INSTITUT GUINOT

Rue de la Bruyere

42155 Lentigny

Tél. 04 77 63 52 46

www.guinot.com/

VOTRE EPILATION OFFERTE !

SOYEZ ENCORE PLUS BELLE : Pour l'achat d'un soin visage ou corps, Bénéficiez d'une épilation OFFERTE à choisir parmi une épilation aisselles, demi-jambes, lèvres ou sourcils*.

*Valable uniquement pour l'achat d'un soin visage ou corps à partir de 45 €. Non cumulable avec toutes autres offres promotionnelles. Dans la limite des places disponibles.

Plus belle avec mon Esthéticienne...

Le rayonnement d'un appareil de bronzage Ultra-violet peut affecter la peau et les yeux. Ces effets biologiques dépendent de la nature et de l'intensité du rayonnement, ainsi que du type de peau des individus. Vente interdite aux mineurs

Sur remise de ce coupon, vous bénéficiez de l'offre correspondante, à l'adresse indiquée. Un seul coupon par achat. L'acceptation ou l'utilisation de ce coupon pour tout autre achat que celui du ou des produits mentionnés donnera lieu à des poursuites. Ni remboursement, ni échange, ni

rendu monnaie ne pourront être faits sur ce bon. Offre valable jusqu' à la date indiquée. Offre non cumulable avec toute autre offre promotionnelle. Visuels non contractuels. Régie Networks SAS - RCS Lyon B 339 200 669

	pertinence	fiabilité	disponibilité	confidentialité
Identification des besoins du client + proposition commerciale	Collecte des informations sur le client Ex: institut qui souhaite ouvrir et recherche une marque suite à un retour d' une offre de service à un prospect	Étude de la nature du contact: un mail de la personne souhaitant ouvrir l' institut, un appel téléphonique +Étude de la solvabilité de la cliente (y a-t-il des chances qu' elle ouvre l' institut et dans combien de temps)	Support documentaire ou numérique pour relever les informations. Le commercial se sert de son logiciel GRC pour collecter les informations: texteur, tableur, messagerie électronique, gestion de base de données)	L' entreprise se doit de garder les informations du prospect pour elle sous peine de poursuite. Le commercial va lui proposer une offre avec des conditions de vente négociées, qu' elle seul va avoir.
Réception du bon de commande+ préparation de la commande	Détails et information sur la commande (prix, quantité, délai de paiement,	Authenticité et conformité du bon de commande	Moyen de contact (tel, adresse mail, géolocalisation) Support de l' information (accès au site web sécurisé pour les commandes suivantes)	Interdiction de révéler les protocoles de soins
Livraison de la commande + reception par le client	Conformité des produits livrés avec la demande de la cliente	Possibilité de suivre l' opération (timing consultable sur le site par le commercial et la cliente)	Feed back du client et accusé de réception. Le commercial envoie un mail à la cliente qui peut l' informer d' un produit défectueux par exemple	

Règlementation de la facture +suivi client	Questionnaire client pour mesurer la satisfaction	S'assurer que la réponse vient bien d'un client	Mise en place de la base de données clientèle pour la future relation commerciale	Le résultat de l'enquête est sécurisé pour n'être à la disposition que de l'entreprise Guinot
---	---	---	---	---

2. QU'EST-CE QU'UNE SOURCE D'INFORMATION ?

L'information provient d'une source. La qualité des sources d'informations dépend de la manière dont elles sont recueillies et traitées. L'information est un ensemble de données souvent chiffrées qui émanent de l'entreprise mais aussi de son environnement. Les sources internes sont :

- les comptes rendus de visites à la clientèle
- les documents comptables (bilan et compte de résultat)
- les rapports (reporting) et études
- Les indicateurs de vente (IV, PM...)

Ces informations ne coûtent pas cher à l'entreprise qui les recueille facilement. Mais il faut qu'elles soient complétées par des données externes qui ont un coût plus élevé à obtenir.

- Analyses chiffrées de L'INSEE
- Médias
- Etudes mercatiques menées par les sociétés d'études et les cabinets de recherche

Elles renseignent sur l'état du marché et sur les actions et politiques commerciales des concurrents. **Le but pour l'entreprise est de détecter les tendances du marché.**

Les nouvelles technologies de l'informatique facilitent le recueil et le traitement des informations. Avant il fallait une place très importante pour classer les dossiers papiers et un temps encore plus important. L'utilisation de ces données est aussi grandement simplifiée et facilitée depuis l'arrivée de l'informatique dans l'entreprise.

L'information provient aussi du réseau Internet:

Pour l'entreprise, il est important de fréquenter les forums de discussions spécialisés dans les produits vendus par l'entreprise, de regarder les avis des consommateurs pour être à l'écoute des critiques et des besoins des clients potentiels.

Ex: Beauté-test.com : Guide d'achat produits de beauté ...

Site d'avis de vrais consommateurs pour bien choisir parmi 48 000 *produits de beauté* avec des tests *produit* vidéo, des discussions récentes, des notations des produits.

En interne, dans les entreprises se développent les «communautés de pratiques». Les enseignes des produits de beauté proposent ainsi à leurs boutiques, sur leur intranet un espace dédié où les vendeuses peuvent échanger des astuces de vente, des animations qui ont bien marché dans leur point de vente. Le but est d'innover mieux et plus vite que les concurrents en favorisant l'échange d'idées.

Désormais tous les commerciaux itinérants sont équipés du **Wi-Fi: Norme sans fil permettant la communication par ondes radio des matériels** électroniques. Ils peuvent ainsi à tout moment être connectés à internet et à leur boîte mail. Ils peuvent aussi être connectés à leur intranet si un accès sécurisé est prévu entre la borne et le serveur. Ceci permet au commercial qui rend visite à la cliente dans son institut de lui faire une démonstration complète et illustrée de la nouvelle gamme de cosmétique et de son protocole. Le visuel pour des biens comme les produits cosmétiques est très important pour déclencher l'acte d'achat. Pour la direction de l'entreprise, s'est le moyen de récupérer en temps réel les données commerciales récentes et adresser des mails et des fichiers à ses commerciaux.

Le commercial est aussi en contact permanent avec son client, favorisant une meilleure relation commerciale:

- envoyer un devis
- adresser le descriptif du nouveau produit de la marque
- envoyer un renseignement technique à une esthéticienne qui doute d'un protocole produit.
- mettre en place une action promotionnelle rapidement

3. LES FORMES DE L'INFORMATION COMMERCIALE

Les informations qui alimentent le système d'information commercial sont à la fois quantitatives et qualitatives. Elles portent sur la clientèle de l'entreprise, sur le secteur d'activité dans son ensemble avec des données essentielles sur les concurrents et sur l'environnement économique et social.

3.1. L'information qualitative :

Les informations visent à découvrir les attitudes et les motivations des consommateurs. Pour cela les commerciaux doivent maîtriser les outils de gestion de la relation client (GRC). Elles sont relatives:

- à l'image de marque du produit
- au positionnement du produit (son cycle de vie)
- aux comportements et motivations des acheteurs et des consommateurs

3.2. L'information quantitative :

Ce sont des données chiffrées qui proviennent de sondages d'échantillons de la population et permettent d'établir des séries statistiques. Elles permettent à l'entreprise d'apprécier la position de l'entreprise sur le marché.

L'information commerciale devient une variable **prospective** et **prévisionnelle** car l'entreprise imagine le futur possible de son entreprise sur le marché. Elle se base sur le passé mais extrapole une tendance pour maintenir ses parts de marché.

4. LES ACTEURS DE L'INFORMATION

En amont	A l'intérieur de l'entreprise	En aval
Les acheteurs	Le service marketing Le service recherche et développement	Les vendeurs
	A l'extérieur de l'entreprise: Les fournisseurs Les sous-traitants Les partenaires commerciaux	