

# Correction chapitre 4

## Partie 1 : Le processus de recherche

### 1. Phase de préparation

- **Types d'informations à rechercher (au moins 3) :**
    - Taille et évolution du marché du vélo électrique en France
    - Profils et besoins des clients (particuliers, entreprises, magasins)
    - Analyse des concurrents et de leurs offres
    - Identification des boutiques partenaires potentielles et des entreprises intéressées par la mobilité électrique
  - **Sources à utiliser :**
    - *Internes* : données de ventes, retours commerciaux, CRM
    - *Externes gratuites* : rapports INSEE, sites institutionnels (ministère, ADEME), articles de presse spécialisée, réseaux sociaux
    - *Externes payantes* : bases de données sectorielles (Statista, Xerfi), études de marché professionnelles
- 

### 2. Phase de recherche

- **Deux outils ou portails spécialisés :**
    - Statista (statistiques et études de marché)
    - ADEME (Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Énergie) pour les données sur la mobilité durable
  - **Exemple de requête pour moteur de recherche :**  
"marché vélo électrique France 2024 rapport étude croissance prospects"
- 

### 3. Phase d'évaluation

- **Critères pour vérifier la pertinence et fiabilité :**
    - **Source reconnue et officielle** (ex. : sites gouvernementaux, organismes spécialisés)
    - **Date récente** des informations pour refléter l'état actuel du marché
- 

## Partie 2 : Créer une alerte Google

### 4. Mise en place d'une alerte

- **Expression exacte à utiliser :**  
"marché vélo électrique France"
  - **Fréquence des alertes :**
    - Quotidienne ou hebdomadaire, selon le volume d'actualités, pour rester informé sans être submergé
  - **Limitation géographique ou linguistique :**
    - Limiter à la France et à la langue française afin d'obtenir des informations spécifiques au marché local et exploitables facilement
-

## Partie 3 : Collecter l'information via les réseaux sociaux

### 5. Utilisation de LinkedIn

- **Comment utiliser LinkedIn :**
  - Rechercher des entreprises et magasins spécialisés dans le vélo ou la mobilité durable
  - Identifier les décideurs (responsables achat, managers mobilité)
  - Suivre les actualités des prospects pour détecter leurs besoins ou projets
  - Participer à des groupes LinkedIn liés à la mobilité ou au sport pour élargir le réseau
- **Exemple de message court pour prise de contact :**

Bonjour [Prénom],  
Je travaille chez VéloCity, spécialiste des vélos électriques haut de gamme. J'aimerais échanger sur vos besoins en mobilité durable et voir comment nous pourrions collaborer.  
Cordialement, [Votre prénom]