

## Correction chapitre 1

### I. Comprendre la transformation de la vente

#### Pourquoi Zenénergie souhaite digitaliser sa démarche de vente :

##### Objectifs :

- **Élargir sa cible** en touchant plus de prospects à distance.
- **Gagner en efficacité commerciale** (moins de déplacements, plus de contacts en moins de temps).
- **S'adapter aux nouveaux usages** des professionnels, de plus en plus connectés et actifs sur les réseaux sociaux professionnels.

##### Avantages de la digitalisation :

- Réduction des coûts de prospection.
- Automatisation de certaines tâches (emails, relances).
- Meilleure traçabilité des actions commerciales via des outils CRM.
- Accès facilité à l'information client.

##### Limites :

- Moins de contact humain direct → risque de perdre en qualité relationnelle.
- Besoin de compétences numériques (outils, création de contenus, etc.).
- Plus de concurrence en ligne → nécessité de se démarquer davantage.

#### Comparatif des actions : Vente traditionnelle vs Vente digitalisée

Étape	Vente traditionnelle	Vente digitalisée (e-relation)
<b>Prospection</b>	Visites, salons, phoning	Réseaux sociaux (LinkedIn), e-mailing ciblé, formulaires web
<b>Prise de contact</b>	Rendez-vous physiques ou appels téléphoniques	Message personnalisé sur LinkedIn, prise de contact via CRM
<b>Découverte des besoins</b>	Entretien face à face avec questions	Formulaire en ligne, visio-entretien, échange par mail ou chat
<b>Argumentation</b>	Présentation en réunion, démonstration produit	Envoi de brochures, vidéos, visio-démonstration
<b>Conclusion / Suivi</b>	Signature papier, relance physique ou téléphonique	Signature électronique, suivi par mail ou plateforme dédiée
<b>Fidélisation</b>	Appels réguliers, visites clients	Newsletters personnalisées, contenus exclusifs, enquêtes de satisfaction

---

## II. Mise en situation : passage à la vente digitale

### Message de prospection (LinkedIn ou mail) :

Bonjour Mme Durand,

Je me permets de vous contacter suite à votre intérêt pour le bien-être au travail, un enjeu clé en PME. Chez **Zenénergie**, nous aidons les entreprises à améliorer la qualité de vie en entreprise grâce à des solutions simples et efficaces (luminothérapie, assises ergonomiques, etc.).

Seriez-vous disponible pour un échange rapide afin d'explorer ensemble comment ces solutions pourraient bénéficier à vos équipes ?

Bien cordialement,  
*[Prénom Nom]* – Alternant commercial chez Zenénergie

### Action de fidélisation post-achat adaptée à l'offre Zenénergie :

Envoi automatique, un mois après l'achat, d'un **mini-bilan de satisfaction** accompagné de **conseils personnalisés** pour optimiser l'usage des produits achetés (ex. : bonnes pratiques d'installation d'un diffuseur ou d'un fauteuil ergonomique).

### Deux outils numériques utiles pour gérer la relation client :

1. **HubSpot CRM** → Pour centraliser les données clients, suivre les interactions, automatiser la prospection et les relances.
2. **Mailchimp** → Pour gérer les campagnes d'e-mailing, envoyer des newsletters personnalisées et analyser les retours clients.