



Compétences communes travaillées	Métiers de l'accueil	Métiers du commerce et de la vente
Identifier le besoin	1.2 Prendre contact avec le public 1.3 Identifier la demande	Découvrir, identifier, analyser, reformuler les besoins du client, ses motivations et ses freins éventuels
Gérer le suivi de la demande	2.2 Formaliser une demande et / ou une offre de prestation	Assurer le suivi de la commande du produit et/ou du service
Collecter et exploiter l'information dans le cadre de la relation client	3.2 Satisfaire et fidéliser le public	S'assurer de la satisfaction client

IDENTIFIER ET GERER LA DEMANDE AU SEIN D'APPLE

Prendre contact en face à face

Mise en situation :

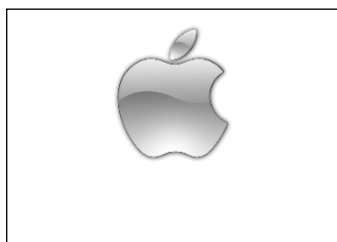


Vous venez d'intégrer l'enseigne Apple store située place Kléber à Strasbourg en tant que conseiller client dans le cadre de votre PFMP.

Pour votre première mission, votre tuteur Bernard POMME, vous confie l'accueil des clients à l'entrée de l'enseigne. Il vous explique que tous les conseillers clients prennent en charge l'accueil à tour de rôle au cours de la journée.

Mission 1 : Découvrir votre enseigne et sa culture

Ressource 1 : Apple Store



Lien Ressource 1 :

https://www.apple.com/fr/?afid=p238%7Cseo1h9CBj-dc_mtid_187079nc38483_pcrd_382004712858_pgrid_16898306604_&cid=aos-fr-kwgo-brand--slid--bran-apple+store-e-product-

Ressource 2 : Histoire du logo



Lien Ressource 2 :

https://www.mac4ever.com/actu/97118_la-veritable-histoire-du-logo-apple-est-d-une-banalite-affligeante-n-en-deplaise-aux-complotistes



A partir des ressources 1, 2 et de vos recherches, complétez le tableau ci- dessous en annexe 1.

Annexe 1 – Analyse de l'enseigne

Questions	Votre réponse justifiée
1-Pourquoi le choix de la pomme en tant que LOGO ?	Apple veut dire pomme en anglais. Steve Jobs croyant que la pomme soit confondue avec une cerise, il avait demandé à son graphiste de dessiner une pomme croquée.
2-Quelle est la date de création de la marque ?	Il faut distinguer logo et marque. La marque Apple a été créée en 1976 alors que le logo date de 1978.
3-Quel est l'intérêt, dans un moteur de recherche, d'avoir une marque qui commence par un « A » ?	Avoir une marque qui commence par un « A » permet d'être positionné tout en haut des résultats des recherches. Ainsi le client le trouve plus vite parmi les concurrents ?
4-Quels sont les différents produits commercialisés par Apple ?	Apple commercialise divers produits qui répondent à la fois aux besoins des particuliers et aussi à ceux des professionnels. Au départ, Apple était spécialisé dans les ordinateurs équipés performants sur le plan graphique. Par la suite, Apple a développé des gammes de produits telles que les téléphones, les logiciels, les accessoires, etc...
5- Quels sont les différents services commercialisés par Apple ?	Les services commercialisés sont autour de : <ul style="list-style-type: none">- La formation- L'extension de garantie- Le SAV
6- Quels sont les différents types de profils clients ciblés par la marque ? (âge, genre, profession)	Les adolescents et jeunes adultes : les téléphones et airs pods Les particuliers au budget important : ordinateurs (portable ou fixe) Les professionnels : Les agences de communication, les graphistes, designer, concepteurs sites internet ou application, les formateurs,



Mission 2 : Accueillir votre premier client

Votre tuteur vous communique le dress code (code vestimentaire) appliqué dans l'enseigne Apple.

1- A partir de la ressource 3, identifier dans l'annexe 2 les éléments vestimentaires et techniques à respecter.

Ressource 3- Exemple de tenue et d'équipement à Apple




Annexe 2 – Dress code Apple

Éléments vestimentaires	Éléments techniques
<ul style="list-style-type: none">- Le tee – shirt bleu ou vert avec le logo Apple- Un bas (pantalon ou jupe) plutôt classique	<ul style="list-style-type: none">- Le badge autour du cou ou bien agrafé avec le prénom- La tablette- Le TPE (pour réaliser les encaissements)- La IWATCH (montre connectée)- l'ordinateur de démonstration



Ressource 4- Échanges entre la conseillère client et les clients

Dialogue	
Conseillère client 	Bonjour, que puis-je pour vous ?
M. et Mme Bonepoir	Bonjour, (<i>M. et Mme Bonepoir</i>) nous sommes déçus de notre ordinateur portable actuel. On a déjà lu sur internet que vos produits seraient plus performants pour des montages vidéo.
Conseillère client	Êtes- vous déjà clients chez nous ? <i>(L'interlocuteur répond non)</i> Pourriez-vous me communiquer votre nom et prénom et votre adresse mail. Je vous invite à me suivre et à vous installer. Un de mes collègues va vous prendre en charge d'ici 5 petites minutes.

Ressource 5 – Menu de saisie pour la prise en charge des contacts

	Identité du contact ▼	Mail @ ▼	Téléphon ▼	Types de demande ▼
	Prénom			SAV Mobile
	Nom			SAV Ordinateur
				Réclamation
				SAV Utilisation
				SAV Accessoires
				Conseils Mobile
				Conseils Ordinateur
				Conseils Accessoires
				Service Assistance
			Service formations	

2 -A partir des ressources 4 & 5, identifier les informations nécessaires à la prise de contact et renseigner la colonne « Informations collectées » dans l'annexe 3.

3- Dans l'annexe 3, définir ensuite, l'objectif visé pour chaque information collectée.

Annexe 3 : Identification des usages de la tablette.

Informations collectées	Objectifs visés
<ul style="list-style-type: none"> ▶ L'identité du contact (nom et prénom) ▶ Nom de l'entreprise (si contact professionnel) ▶ Adresse mail ▶ Contact déjà client ou pas ▶ Numéro de téléphone ▶ Type de demande 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Remplir ou mettre à jour le fichier clients ▶ Accueillir de façon personnalisée ▶ Envoi d'une enquête de satisfaction pour mesurer la qualité de la relation client ▶ Orienter l'interlocuteur vers l'expert apte à répondre à la demande du contact.



4- Reformuler le type de demande exprimé par vos contacts.

« Si j'ai bien compris, vous êtes déçus de votre ordinateur actuel et vous recherchez un ordinateur portable suffisamment puissant pour permettre d'effectuer du montage vidéo. »

Mission 3 : Identifier les besoins



Vos contacts ont été orientés vers Steven, un conseiller expert en montage vidéo et ordinateur portable.

Ressources 6 : Vidéo sur la recherche des besoins

<https://www.apple.com/fr/macbook-pro/specs/>

<https://www.youtube.com/watch?v=Tj4pBSQyO-g>



5 - Prendre connaissance de la vidéo en ressource 6.

6 - Formuler les questions à poser à M.& Mme Bonepoir que vous reporterez dans l'annexe 4.

7 - Classer vos questions par ordre chronologique (classer les questions dans l'ordre dans lequel vous les poseriez lors de la recherche des besoins).

Annexe 4- Questions à formuler à M. & Mme Bonepoir

Numérotation de questions	Liste des questions à M. & Mme Bonepoir	Ordre chronologique des questions *
1	Quel est votre budget ? Quel financement souhaitez-vous ?	2
2	Quelle taille d'écran souhaitez-vous ? Souhaitez- vous un petit écran ou bien un grand ?	4
3	Souhaitez-vous une extension de garantie ?	5
4	Quel type de carte graphique souhaitez-vous ?	3
5	Que souhaitez-vous faire avec ce portable ? Quel est votre ordinateur actuel ?	1

* Cette annexe doit être l'occasion d'échanges et de rendre compte de l'expérience rencontrée dans les différentes organisations. Toutes questions et réponses pertinentes doivent être acceptées.



8 – Reporter dans l'annexe 5, par catégories les numéros des questions que vous venez de formuler dans l'annexe 4.

Annexe 5- Identification du type de questions

Catégories de questions	Numéros des questions
Questions Ouvertes	* A ajuster en fonction des questions formulées
Questions Fermées	
Questions alternatives	

Mission 4 : Sélectionner le produit le plus adapté aux besoins des clients

Ressource 7 : lien vers apple store mac book pro – pour info PRIX cliquer sur

Acheter

<https://www.apple.com/fr/macbook-pro/specs/>



Ressource 8 : Extrait des recherches internet effectuées par le client

Les meilleurs Macbook en 2019 - Le Monde

https://www.lemonde.fr/.../2019/.../les-meilleurs-macbook-en-2019_5421211_5306571...

8 févr. 2019 - Le MacBook Pro 15 pouces est notre favori Mac dans notre guide des ordinateurs portables pour le montage vidéo et photo. Vous ne ...

Comment nous les avons ... - Encore plus rapide et plus ...

Ressource 9 : Récapitulatif des besoins de M. et Mme Bonepoir

- Un processeur puissant et rapide
- Une très bonne carte graphique pour du montage vidéo
- Budget max. 3 200 € si possible paiement échelonné
- Garantie 24 mois



9 – Sélectionner le produit le plus adapté aux besoins du client en vous appuyant sur les ressources 7-8-9

Produit retenu	Plusieurs arguments attendus
Mac book pro 15 pouces	<p>C'est le portable conseillé pour le montage vidéo ainsi que toutes autres activités en lien avec de la photo et du graphisme.</p> <p>Le processeur de ce portable ainsi que la carte vidéo sont tout à fait adaptés à ces besoins-ci.</p> <p>De plus, ce modèle rentre dans le budget de 3200 €, garantie 24 mois.</p> <p>Divers modes de paiements échelonnés sont proposés (12- 18 - 24 mois)</p>

Mission 5 : Mesurer la qualité de la relation client

Votre tuteur vous demande d'analyser l'enquête en ligne adressée par mail et présenté dans la ressource 10 qui sera adressé à M.et Mme Bonepoir, 48h après leur visite au sein de l'Apple Store de Strasbourg.

Ressource 10 : Extrait du mail reçu par M. et Mme Bonepoir

The image shows an email from Apple Store with a survey titled "Que pensez-vous de l'intervention de Steven?". The survey asks for an evaluation of the customer service experience at the Genius Bar. The survey interface includes a 5-point scale from "Insuffisante" to "Excellente" and a note that participants must be at least 16 years old. Four callout boxes provide analysis: 1. Sender: Apple Store. 2. Objective: Measure customer service performance. 3. Interest: To improve service and identify positive relationship points. 4. Question type: Open-ended question.

1-Quel est l'expéditeur de ce mail ?
.....C'est Apple Store

2-Quel est l'objectif de cette première question ?
Mesurer la prestation du conseiller client


3-Quel est l'intérêt de la réponse formulée par le client, pour Apple store ?
Pour Apple Store, ce questionnaire permettra d'améliorer si nécessaire, la prise en charge du client en formant le conseiller clientèle et de relever les points positifs de la relation client.

4-Quelle est la catégorie de cette question ?
Il s'agit d'une question ouverte

Ressource 11 : Suite du questionnaire en ligne

5-Que signifie cette marque verte ?
Elle permet d'indiquer le degré d'avancement dans le questionnaire.





Recommanderiez-vous cet Apple Store à un ami ou à un collègue ?
→ Obligatoire

Pas du tout probable Extrêmement probable

1	2	3	4
---	---	---	---

En plus de vos commentaires précédents à propos de Steven, aimeriez-vous ajouter autre chose quant à votre expérience globale dans cet Apple Store ?

6-Pourquoi Apple store a rendu cette question obligatoire ?

L'objectif principal est d'obtenir une évaluation la plus fiable possible.

7 -Quel est l'intérêt, pour Apple store de poser cette question ?

Cette question permet au contact d'exprimer librement son avis sur sa visite au sein de l'Apple store.

10- A votre avis, comment sera exploité ce questionnaire par Apple Store ? Justifiez votre réponse.

- 1- Apple store peut mesurer son image auprès de la clientèle locale
- 2- Apple store peut vérifier si les procédures d'accueil sont bien appliquées.
- 3- Il permettra de compléter si nécessaire, la formation à l'accueil du conseiller client
- 4- Apple peut obtenir une idée des axes d'amélioration exprimés par les contacts.



SYNTHESE

Mission 1 : Découvrir votre enseigne et sa culture

1-- Quels sont, selon vous, les informations sur l'entreprise qu'il faut obligatoirement connaître pour accueillir les clients chez Apple ? Cochez les propositions exactes.

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Dress code | <input type="checkbox"/> Slogan |
| <input type="checkbox"/> Logo | <input type="checkbox"/> Protocole d'accueil |
| <input type="checkbox"/> Nom de l'enseigne | <input type="checkbox"/> Outils des conseillers |

Mission 2 : Accueillir votre premier client

2- Quels sont les outils digitaux utilisés par les conseillers clients ?

Une tablette utilisée pour enregistrer les données client lors de l'accueil
Tablette et ordinateur afin d'effectuer des démonstrations
I watch pour donner envie aux clients de s'équiper.

3- Pour quels usages ces outils sont-ils utilisés ?

Ces outils permettent :

- d'enregistrer les coordonnées des clients,
- de gagner du temps dans le traitement de la demande
- D'actualiser le fichier clients pour des opérations de fidélisation
- Mesurer le degré de satisfaction des clients

Mission 3 : Identifier les besoins

4- Quelles sont les catégories de questions qui permettent d'identifier le besoin client ?

- Question ouverte = pour faire parler l'interlocuteur
- Question fermée = pour faire préciser une réponse
- Question alternative = pour faire préciser un choix au client

Mission 4 : Sélectionner le produit le plus adapté aux besoins des clients

5-Sur quels critères sélectionne-t-on le produit adapté aux besoins du client ?

Généralement, on prend en compte les critères suivants :

- | | |
|-------------------------------|-----------------------------------|
| - Budget | esthétisme |
| - Caractéristiques techniques | sécurité / norme |
| - Tendances | écologique/ environnement durable |

Mission 5 : Mesurer la qualité de la relation client

6- Quels sont les outils utilisés par les organisations pour évaluer la qualité de la relation client

Les organismes utilisent des enquêtes de satisfaction qu'ils envoient à leurs contacts par des supports types mails ou SMS.



C'est terminé !

Merci d'avoir pris le temps de nous répondre.