BTS négociation et digitalisation de la relation client

E6- Relation client et animation de réseaux

Session 2021

Nom du candidat : xx Prénom du candidat : x

Numéro de candidat : Numéro de commission :

Date : xx

|  |
| --- |
| Étude Réflexive Réseaux |
| Thème  | L’utilité des réseaux sociaux et du phygital dans l'animation des réseaux |
| Problématique | Dans quelle mesures les réseaux sociaux et le phygital permettent l’animation des réseaux sans lien de subordination juridique.  |

Développement structuré

(2 pages maximum- recto verso)

Dans mes trois expériences réseaux acquise au sein de trois types de réseaux différents, j’ai pu observer l’importance des réseaux au seins de l’entreprise.

Les réseaux sociaux au sein des VDI

Les réseaux sociaux au sein de relation client de loisirs sur mesure

Les réseaux sociaux chez les grands distributeurs avec juice&jam

Dans le contexte actuel de confinement et la mises en place des distanciations social et du télétravail, on vient donc à se demander dans quelle mesures les réseaux sociaux et le phygital permettent l’animation des réseaux sans lien de subordination juridique ?

Les réseaux sociaux semblent être aujourd’hui essentiel dans la mesure ou chaque entreprise est digitaliser, la seule manière de suivre cette évolution et de se mettre à jour et d’adapter ces solutions au digital

Les réseaux sociaux sont donc bien des outils de la performance d’une l’entreprise nous pouvons les différencier sous deux angles : l’animation via les réseaux sociaux et l’impact du phygital sur l’entreprise aujourd’hui.

1-les réseaux sociaux comme outils d’animation.

L’animation du réseau est un ensemble de technique et de compétence mises en œuvre afin d’organiser et favoriser le fonctionnement et l’interdépendance entres les membres du réseau ainsi que d’améliorer l’activité économique du réseau.

Les réseaux sociaux permettent d’animer un réseau. C’est le cas notamment dans l’entreprise charlott’. Les réseaux sociaux permettent la transmission des informations et des nouveaux produits a tout mon réseau en utilisant par exemple Facebook pour partager à ses clients les nouveaux produits en réalisant des mini-jeux concours ou l’on offre des lots par exemple, Instagram est utiliser pour attaquer une nouvelle clientèle plus jeune et plus dynamique nous nous sommes donc lancé dans des animations plus actuel tels que des live en direct sur Instagram tout publics pour que les futurs prospects découvrent notre marque.

Les réseaux sociaux favorisent la communication avec notre réseau que ce soit avec nos partenaires ou nos collaborateurs pour adopter les changements attendus par les clients d’aujourd’hui de demain.

Nos réseaux sociaux nous ont donc permis de partager rapidement et efficacement l’information. Nos clients avaient directement accès à l’information via leur réseaux sociaux il pouvait directement nous dire s’il pouvait participer ou non à notre activité.

J’ai eu la chance d’être apprenti au démarrage de ce changement et donc de suivre la formation de ce concept à travers cette transition vers le numérique et surtout les réseaux sociaux.

L’objectif de loisirs sur mesures était de faire réussir son nouveau projet, La première étape est de bien choisir le réseau social sur lequel notre projet va se réaliser (chaque réseau social correspond plus ou moins a des catégories de personnes et des tranches d’âges). Par la suite une fois le réseau choisi il va falloir crée le « post » ou « l’annonce » que vous allez mettre en ligne cette étape est aussi importante que la première, elle vous permettra de toucher plus particulièrement une cible que l’autre.

A l’issue de ces étapes vous aurez donc la capacité d’entretenir vos clients tous en cherchant de nouveau prospect via vos réseaux sociaux.

Dans la vente directe que l’on peut voir avec Charlott cette digitalisation de leur entreprise est plus qu’essentiel pour en assurer la pérennité.

L’animation peut donc être réaliser via les réseaux sociaux et elle permet aussi la création de lien et d’appartenance au sein du réseau.

L’animation a donc réussie à se performer à travers les différents réseaux sociaux ce qui les qualifie donc d’outils essentiel à l’animation d’une entreprise.

2- Le phygital comme outils de stimulation

Stimuler consiste à mobiliser, et le phygital correspond sous toutes ces formes à une mobilisation des outils digitaux. Comme pour tails France avec qui nous avons pu observer directement une solution phygital mis en place afin de toucher une plus grande clientèle à travers des bornes numériques et des tablettes tactiles.

On peut donc affirmer aujourd’hui que le physique et le digital ne forme qu’un : le phygital est offre donc une force de ventes supplémentaires aux entreprises.

Cet outil a permis de faciliter et de trouver une solution pour les commerces physiques qui avait beaucoup de mal à concurrencer toutes les plateformes entièrement digitales.

L’idée est de rééquilibré le commerce en ligne et le commerce en magasin, en apportant de nouvelle solution pour gagner du temps et économiser de l’argent.

Dans l’action de ventes direct à domicile le phygital est omniprésent que se soir pendant les ventes (utilisation de la tablette fournie par charlott’ afin de voir les anciennes comme les nouvelles gammes de produits, dans un second temps il est aussi possible de commander sur leur site et d’être livrée directement dans un point Relay (click and collect)).

Le phygital est donc une composante de notre force de ventes.

Bien choisir ces réseaux sociaux et choisir les bons moyens de distribution grâce au phygital pour favoriser l’expérience commercial du client d’en un premier temps puis développer sur une plus grande échelles votre produit en utilisant le digital. Pour cela vous devez faire une étude de votre propre marché et secteur d’activité afin de choisir les bons réseaux sociaux ainsi qu’une solution phygital qui conviendra parfaitement à votre entreprise.

Les réseaux sociaux et le phygital réussissent a amplifier la stimulation des clients qui se mettent a consommer plus grâce à ces deux outils qui réunissent a eu deux les clés du succès d’une entreprise.