DOSSIER 1- Développer les canaux de l'entreprise

Après quelques années de fonctionnement, l'entreprise ECOLO'BULLES ne réalise pas le chiffre d'affaires espéré. Pauline vous demande un diagnostic des canaux de l'entreprise pour réaliser un bilan global et proposer des axes d'amélioration.

Annexe 1 : Extrait d'un entretien avec Pauline, fondatrice de ECOLO'BULLES
Annexe 2 : Indicateurs Clés de Performance (KPI) des Canaux Digitaux en 2025
Annexe 3 : L'Engagement sur les Réseaux Sociaux
Annexe 4 : Performance Mobile - Le Verdict sans Appel de Google
Annexe 5 : Avis clients en ligne
Annexe 6 : Extrait d'une étude sur le marché de la cosmétique solide en France

Travail à faire

1.1 Analyser les performances de chacun des canaux digitaux de contact de l'entreprise et conclure sur leur pertinence.

1.2 Proposer des axes d'amélioration pour chacun des canaux en les justifiant.

1.3 Réaliser le *buyer persona* de l'acheteur en ligne des produits ECOLO'BULLES.

DOSSIER 2. Développer les ventes en ligne

Pauline est très intéressée par le potentiel qu'offre le réseau social Instagram, dont la fréquentation semble correspondre à la cible qu'elle envisage d'atteindre. Elle étudie la possibilité de mettre en place une boutique sur ce réseau social pour dynamiser ses ventes. Dans ce contexte, elle vous demande d'étudier la faisabilité de ce projet.

Annexe 7 : Données financières concernant la fabrication et la commercialisation des savons ECOLO'BULLES
Annexe 8 : Pourquoi vendre sur Instagram ?
Annexe 9 : Interview de Pauline, fondatrice d'ECOLO'BULLES

Travail à faire

2.1 Évaluer le nombre de savons à vendre par mois pour rentabiliser l'ouverture d'une boutique Instagram.

2.2 Présenter les avantages et les inconvénients d'une boutique Instagram par rapport au site *web* actuel.

2.3 Lister les obligations légales liées à l'ouverture de la boutique Instagram ou d'un site marchand.

2.4 Donner un avis sur l'opportunité d'ouvrir la boutique Instagram.

2.5 Créer le post qui va annoncer l'ouverture de la boutique Instagram.

RÉFLEXION COMMERCIALE STRUCTURÉE

En s'inspirant du cas traité et en mobilisant vos connaissances, proposer, en une trentaine de lignes maximum, une réflexion commerciale structurée qui répondra à la question suivante :

Dans quelle mesure les TPE/PME ont-elles intérêt à développer une boutique sur les réseaux sociaux ?