

A-ALEXIS (CORMORAN ANONYME) Alexandre (grenouille anonyme) Paul (Morse anonyme)
Aurel (Blobfish anonyme) Evan (Hyene anonyme)

Diapo 7 : le coiffeur propose des services pratique et variable, comme couper les cheveux du client, il y a une recherche de relationnel par le client donc cela dépend de l'humeur de la ou le coiffeur/euse, du lieu et des différentes techniques de coupe, le client cherche à être rassuré, le client participe aussi au service car c'est lui qui demande la coupe qu'il veut.

Diapo 8 : On peut ici voir une conductrice de bus heureuse de faire son métier, c'est dans le service qu'elle rend qu'elle va pouvoir fidéliser le client pour qu'il prenne plus souvent le bus car en donnant prenant le véhicule d'une autre personne une relation de confiance peut s'établir si le trajet se passe bien. C'est un service à responsabilité car le chauffeur est le premier responsable en cas d'accident c'est alors, dans ce cas là, une obligation de résultat.

Diapo 10 : On ne va pas directement chercher notre courrier chez l'expéditeur, les employés de la poste nous offrent donc un service en nous apportant notre courrier directement dans nos boîtes aux lettres. On voit tous les employés sourient et en uniforme la poste dans le but d'établir une relation de confiance avec les utilisateurs.

Diapo 19 : Le fait de voir les avis des autres utilisateurs permet de rassurer le potentiel client ou du moins de confirmer ses doutes et d'avoir une idée de la qualité du restaurant avant même d'y aller.

Diapo 13 : Les objets physiques sont fabriqués, stockés, puis vendus pour une utilisation ultérieure. En revanche, les services sont vendus d'abord, puis créés et utilisés en même temps. Les personnes qui fournissent le service et les personnes qui le reçoivent ont un impact égal sur sa qualité. Par exemple, si une serveuse ne prend pas correctement la commande d'un client, cela influencera ce que le client recevra, car les deux parties jouent un rôle clé dans la prestation du service.

B- Evan Violette Lucie Aurel

Diapo 8: La qualité de l'image de l'interlocuteur est la représentation physique du service pour lequel on paie.

Diapo 9 : La qualité des transports et des délais de livraison qui permet d'accroître les ventes de l'entreprise

Diapo 15 : L'accompagnement du client permet sa fidélisation

Diapo 22 : Rassurer le client

Diapo 17 : trier l'important c'est de participer : écologie, le service donné permet de limiter la pollution de déchets

C- Maxime - Manon - Margo - Margaux

- **Participation du client** : diapo 4, 7, 12 (Si le client ne rentre pas ses informations il ne peut pas accéder aux services)
- **Rassurer le client** : diapo 22 & 5 (Diapo répond aux potentielles craintes que peuvent avoir les clients)
- **Personnalisation** : diapo 7 : le client profite d'une offre personnalisable
- **Accompagnement et fidélisation** : diapo 12 : l'employé de la marque vient en aide au client, et on peut aussi voir la fidélisation du client à travers la carte de fidélité
- **Proximité avec le client** : diapo 10 : La Poste est par principe proche de ses clients de par le type de service fourni. De plus, sur la diapo, on met un visage sur la marque, ce qui renforce ce lien de proximité
- **Offre Intangible et personnalisée** : diapo 13 : l'offre n'est pas tangible on ne peut pas la toucher

D-Sasha-Laura- Amalia- Emma- Ophélie

- **Participation des clients** : diapo 4;
- **Conseil client** : diapo 12; 15; 20; 7
- **Avis client, notoriété selon les notes des consommateurs** : Diapo 16, 19
- **Logistique performante** : Diapo 9
- **Périssable** : Diapo 11, Diapo 5, 21

E- Axel-Enzo-Victor

- participation du client
- acte de présence physique du client et du professionnel
- conseils à
- Intangibilité d'un service
- besoin de faire confiance au prestataire
- aide à la compréhension du service
- mesure de la satisfaction client (avis)
- conseils
- recherche de confiance en le prestataire
- contact direct en présentiel avec le prestataire
- client a besoin d'être orienté et informé

SYNTHESE

définition d'un service total ou partiel : un service est selon l'Insee, la mise à disposition d'une capacité technique ou intellectuelle. À la différence d'une activité industrielle, elle ne peut pas être décrite par les seules caractéristiques d'un bien tangible acquis par le client les clients obtiennent la valeur des services sans en obtenir la propriété

Le service est intangible

- Le service ne se possède pas , les services ne se stockent pas
annulation

- L'intangibilité rend l'évaluation du service difficile *indicateur de qualité : Maif ,Crèche, Trip Advisor, Total Service avec étoiles 10*
conseils pour mutuelles

- Le client est impliqué dans le processus de fabrication *Booking ,tri, femme de ménage, 4 Images*

- Le personnel impacte sur la qualité et la valeur du service offert
borne Mac do, servuction, conductrice de bus, petits bonhommes blancs, La Poste ,4 images, Maif , Crèche Coiffeuse, Total

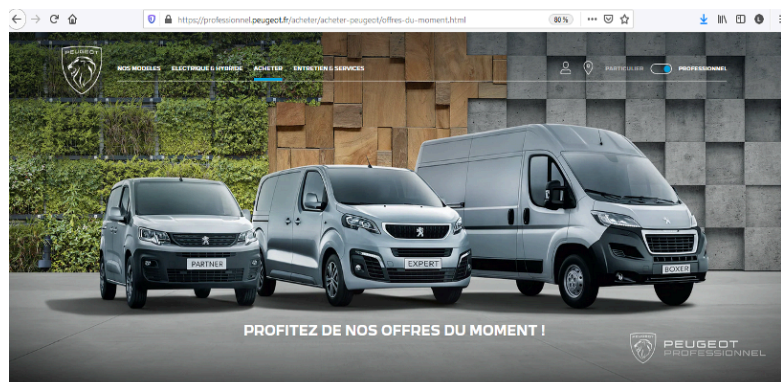
- A Chaîne du froid Mac Do, Amazon, Salle d'attente

Spécificités des activités B2B

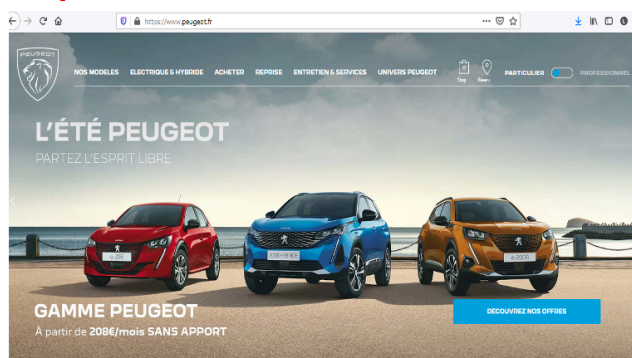
A-ALEXIS (CORMORAN ANONYME) Alexandre (grenouille anonyme) Paul (Morse anonyme)
Aurel (Blobfish anonyme) Evan (Hyene anonyme)

Diapo 5 : On peut voir ici que les activités BtoB peuvent mettre en relation plusieurs corps de métiers, c'est un circuit long. Chaque corps de métier a des objectifs et des attentes différentes. Le résultat sera alors proposé à la clientèle d'une manière à ce que ce circuit long ait apporté des bienfaits au futur consommateur.

diapo 23 : offre de location à des professionnels qui ont besoin de frais afin de répondre à un ou des besoins selon les attentes des clients, que ce soit dans le transport, ou dans la conservation



Diapo 10 :



Cette image illustre les deux principales cibles du marketing : l'une est axée sur les entreprises (B to B), tandis que l'autre est plus orientée vers les consommateurs individuels. Cela met en évidence l'importance de

déterminer la cible spécifique lors de la planification d'une stratégie marketing. Cette approche peut être adaptée aussi bien aux professionnels qu'aux particuliers.

Le BtoB concerne les transactions entre entreprises et est destiné à un usage professionnel, tandis que le BtoC vise les consommateurs individuels. Il est intéressant de noter que certaines entreprises, comme Peugeot, adoptent une approche mixte en menant à la fois des campagnes de marketing BtoB et BtoC.

Diapo 12 : Certains produits sont réservés seulement à de l'usage professionnel, donc du B2B.

Diapo 19 : Organigramme Administratif : le marketing btob ne cible pas seulement les entreprises mais également les institutions publiques qui ne sont pas considérées en soit comme des entreprises mais qui font quand même parties du marketing BtoB des entreprises fournisseurs. Par exemple, l'IUT de Bordeaux a fait appel à une entreprise pour faire des gourdes logoté TC , c'est un échange en BtoB.

B- Margo, Margaux, Manon, Maxime

Diapos 5, 6, 8, 9 : présence d'intermédiaires du fournisseur au consommateur + environnement complexe + notion de satisfaction du futur consommateur + notion de filière

Diapo 3 : présence de différents types de points de vente selon les cibles

Diapo 10, 18, 23 (voitures) : Citroën a décliné sa marque pour les professionnels (donc btob), l'usage du produit qui vise la cible soit en B to B soit en B to C → définition d'une activité BtoB → usage qui fait qu'un pdt est BtoC ou BtoB

Diapo 8 : répondre aux besoins différents des clients

Diapo 22, 13 : Différents secteurs d'activités visant une clientèle très hétérogène

Diapo 7 et 21 : organismes ou collectifs à destination des professionnels

Spécificités du B2B :

hétérogénéité de la clientèle

usage qui fait qu'un pdt est BtoC ou BtoB

filière : notion de demande dérivée (le consommateur final et ses besoins va impacter les membres de la filière)

C- Enzo, Jenny, Violette, Axel Falgone, Victor

Diapo 5: on s'aperçoit qu'il y a plusieurs intermédiaires avant d'arriver au consommateur final, chaque intermédiaire a sa cible et cherche plaire à cette dernière

Diapo 23 : Offre de location qui s'adapte aux entreprises B2B en proposant une offre longue durée de camions réfrigérés et renouvelable, garde la même entreprise, long terme.

Diapo 18 : S'adresse à une clientèle spécifique, on est dans le b2b si son utilisation est à but professionnel. C'est l'utilité qui en fait du B2B et non le véhicule.

Diapo 15 et 18 : variété dans les produits d'une même gamme, pour répondre à différents besoins des professionnels

Diapo 10 : Distinction sur le site pour accéder soit à l'espace client classique ou l'espace client professionnel. L'interface et les propositions d'offres sont donc différentes.

Diapo 24 : réunir les professionnels dans un espace dédié dans le but de créer des rencontres, d'échanger sur leur expertise, découvrir de potentiels nouveaux clients ou fournisseurs.

Diapo 17 : entreprise s'associe avec une autre entreprise pour faire un produit fini.

D- Lucie - Laura - Sasha - Amalia

- Diapo 23 : différenciation des catégories pro et particulier car pas les mêmes besoins
- Diapo 5 : beaucoup plus de parties prenantes => environnement complexe
- Diapo 12: Le panier de basket peut être destiné à différentes collectivités très différentes comme des mairies, des clubs de sport etc et les entreprises ou des particuliers ne peuvent bénéficier de cette aide.
- Diapo 10: Il y a deux publicités différentes, une qui est destinée aux professionnelles en proposant des véhicules spécialisés

comme des camionnettes. et l'autre qui est destiné aux particuliers.

- Diapo 19 : collaboration mais ce soucis du client final

E - Mathis - Emma - Ophélie - Marion

Diapo 5 : Représente tous les intermédiaires présent dans le circuit de production .

Diapo 10 : Contrairement aux voitures, les camions sont à destination des professionnels comme le montre le bouton en haut à droite qui est tourné sur "professionnel". Usage différent pour les pro.

Diapo 18 : Le site est destiné aux pros comme le montre l'URL (professionnel.citroen.fr) et la page qui présente des véhicules professionnels. Usage différent pour les pro.

Diapo 23 : le site a une section professionnelle et propose de la location pour les professionnels. Usage différent pour les pro.

Diapo 9 : le processus de fabrication de la moutarde, si il n'y a pas de graines il n'y a pas d'entrepôt, ni de machine.

SYNTHÈSE LC

-Définition B2B (**usage professionnel**)

Peugeot, Basket, Dell, Citroën, les légumes

-Notion de filière, **demande dérivée** et environnement plus complexe

*Intel Inside et Intel Process, éleveurs, jouet, bois
pharmacie, graines, formation, St Mamet, Hopen*

-Un nombre potentiellement restreint de clients *Petit
Forestier CEB*

-La fragmentation du marché : **une clientèle très
hétérogène** *Les deux bolloré, les légumes*

Marion, Emma, Ophélie, Jenny et Mathis

https://www.francetvinfo.fr/sante/doctolib-une-nouvelle-fonctionnalite-va-permettre-aux-patients-de-contacter-les-medecins-par-message_5982110.html

Logistique impact qualité Implication du client

Dans cet article, nous pouvons lire que “Doctolib précise que la fonctionnalité vise à faciliter les procédures médicales.”, grâce à l’application. On peut donc en déduire que la logistique impacte la qualité et la valeur du service offert.

La deuxième spécificité trouvée dans l’article est que le client est impliqué dans le processus de fabrication. “Une demande de consultation devra toujours se faire via l’onglet de prise de rendez-vous en ligne.”

Manon, Margaux, Maxime, Victor

Youtube Music

Articles choisis :

<https://www.clubic.com/television-tv/video-streaming/youtube/actualite-481408-decouvrez-samples-la-nouvelle-fonctionnalite-de-youtube-music-qui-veut-vous-faciliter-la-decouverte.html>

[Tout Savoir Sur YouTube Music \(Prix, Avantages, Fonctionnalités\) \(leptidigital.fr\)](#)

Youtube Music est bien une entreprise de service dans le B2C de part ses différentes spécificités :

= le produit est bien intangible, en effet il s'agit d'une plateforme numérique. Le client ne possède pas les musiques ou la plateforme, il possède le droit d'accès aux musiques via la plateforme

Extrait : "Toutefois, pour bénéficier d'un accès sans publicité aux avantages offerts par YouTube Music, les utilisateurs devront déboursier 9,99 € par mois. Ils peuvent également payer 14,99 € par mois pour le pack familial, qui peut alors être utilisé par 5 membres de la famille pour utiliser la plateforme."

= En spécificité de services, nous avons trouvé que le client est impliqué dans le processus de fabrication, effectivement, dans la nouvelle fonctionnalité de youtube music, le client/consommateur est invité à balayer l'écran de bas en haut pour écouter et découvrir de nouveaux extraits de musique. Sans l'utilisateur, la nouvelle spécificité de youtube music n'aurait plus aucun intérêt. C'est lui-même qui accède au service. De plus, le client participe à son propre service, en recherchant des musiques de son centre d'intérêt, la plateforme peut alors grâce à cela proposer des recommandations ciblées pour le client.

Extrait : "Samples s'inspire de TikTok pour vous proposer de nouvelles chansons : Ce nouvel onglet est incontournable, puisqu'il vient se glisser entre celui consacré à l'accueil du service et l'onglet Explorer. En cliquant dessus, vous obtenez une liste de morceaux affichés en plein écran, à faire défiler en glissant votre doigt de bas en haut."

= La logistique est aussi une spécificité d'une entreprise de service. Youtube Music mise sur l'instantanéité et la disponibilité de ses musiques. Dans l'extrait d'article ci-dessous, nous pouvons voir que l'organisation du site relève d'une importance toute particulière. La construction du site relève donc de la logistique.

Extrait : "Un extrait vidéo se lance automatiquement, et des boutons à droite de l'écran vous permettent de liker le titre, de l'ajouter à une playlist, à un YouTube Shorts, ou tout simplement de le jouer en entier."

Laura, Amalia, Sasha, Violette :

<https://www.lavoixdunord.fr/1357645/article/2023-07-31/commerce-escaudoevres-presta-vita-une-nouvelle-entreprise-d-aide-la-personne>

L'entreprise Presta Vita, est une entreprise de service à la personne qui offre aux clients différents services : petit jardinage et bricolage, aide numérique et administrative.

"Sébastien espère agrandir sa boîte dans quelque temps en employant des salariés aussi passionnés que lui. « Je veux qu'ils soient respectueux, honnêtes, et surtout gentils »."

-> cela fait référence à la notion de personnel qui impacte sur la qualité et la valeur du service offert car il est important que les salariés soient souriant et aimables avec les clients afin qu'il en soit satisfait.

“L’entrepreneur opère ensuite dans le secteur Cambrai-Douai, « je vais là où on a besoin de moi », ajoute ce dernier.”

-> cela fait référence à la logistique car par exemple si un client a besoin d’aide pour remplir des papiers qui doivent être remis sous un certain délai et que l’entreprise ne se présente pas au rendez-vous alors le client ne pourra pas remettre ses documents ce qui remet en cause la logistique.

Alexis, Paul, Aurel, Alex, Lucie

<https://www.tendancehotellerie.fr/articles-breves/communiqu%C3%A9-de-presse/19336-article/les-grappes-rachete-son-concurrent-plugwine>

Spécificité 1 : Usage professionnel car l’achat de vin va être destiné aux professionnels comme par exemple les restaurateurs ou cavistes.

“Les Grappes aide les producteurs à distribuer en direct leur vin auprès de particuliers et de professionnels (restaurateurs, revendeurs et importateurs). Les Grappes facilitent, au travers de son site, un achat responsable en direct des vignerons pour les clients particuliers et pour les clients professionnels (restaurateurs, revendeurs et importateurs)”

Spécificité 2 : Un nombre potentiellement restreint de clients, car tous les restaurateurs ou cavistes ne pourront pas acheter tous les vins proposés par Les Grappes.

“Nous sommes très heureux d’intégrer les activités de Plugwine et l’ensemble des collaborateurs qui ont su construire un outil très performant utilisé par plus de 600 vignerons sous forme d’abonnement. Nos 2000 clients professionnels et nos 1700 vignerons vont pouvoir profiter rapidement de la complémentarité entre nos 2 sociétés”. Témoignage de Jerome et Séverine Luce