

2020-2021

Université d'Angers – IUT Angers
DUT Techniques de Commercialisation



INSTITUT UNIVERSITAIRE
DE TECHNOLOGIE
UNIVERSITÉ D'ANGERS

Mémoire de stage : La mise en lumière de végétaux insolites encore peu connus

Stage du 12 avril au 11 juin 2021



Les Dents de la Terre

Auprès de M. DEFER

Sous la direction de M. NIEUL



Axelle ROBION

TC21

L'auteur du présent document vous autorise à le partager, reproduire, distribuer et communiquer selon les conditions suivantes :

- Vous devez le citer en l'attribuant de la manière indiquée par l'auteur (mais pas d'une manière qui suggérerait qu'il approuve votre utilisation de l'œuvre).
- Vous n'avez pas le droit d'utiliser ce document à des fins commerciales.
- Vous n'avez pas le droit de le modifier, de le transformer ou de l'adapter.



Consulter la licence creative commons complète en français :

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.0/fr/>

REMERCIEMENTS

Avant même de commencer ce mémoire, je tenais donc à remercier toutes les personnes ayant contribué à la réussite de mon stage mais également celles qui m'ont aidée à la rédaction de mon mémoire.

Tout d'abord, je souhaite remercier Monsieur DEFER Enzo pour m'avoir accueilli en tant que stagiaire au sein de son entreprise Les Dents de la Terre pour une durée de deux mois. Il a su me mettre en confiance et me proposer des missions enrichissantes, qui m'ont permis de développer de nouvelles compétences. Les nombreux échanges que l'on avait durant le stage me permettaient d'avancer et de mieux comprendre ses attentes bien que je sois en télétravail.

Je tiens également à adresser mes remerciements à mon université, l'IUT d'Angers qui m'a permis de réaliser ce stage très intéressant et très enrichissant malgré un contexte actuel complexe pour effectuer un stage. Je remercie également mon tuteur de stage, Monsieur Ludovic NIEUL, pour m'avoir suivie durant mon stage et pour s'être rendu sur mon lieu de stage afin de réfléchir ensemble au sujet de mon mémoire de stage.

Pour finir, je remercie toutes les personnes qui ont pu m'apporter leur aide dans la rédaction de mon mémoire de stage ; plusieurs avis permettent un travail perfectionné.

SOMMAIRE

Introduction :

1. En apprendre davantage sur Les Dents de la Terre
 - A) L'histoire d'une passion partagée
 - B) Ce que propose Les Dents de la Terre
 - C) Une communication à travers divers réseaux
 - D) Immersion dans le service commercial et communication
2. Un problème quant à l'augmentation du chiffre d'affaires
 - A) Une faible visibilité et une cible avec peu de connaissances
 - B) En quoi une collaboration et un meilleur référencement peuvent être facteurs clés de réussite ?
3. Réflexion sur le problème d'augmentation du chiffre d'affaires
 - A) Une relation durable avec un client satisfait
 - B) La création et la gestion de documents essentiels
 - C) Ce qu'il faut retenir
4. Mes recommandations
 - A) Améliorer la gestion des réseaux sociaux
 - B) Se pencher davantage sur la nouvelle proposition d'offre

Mes conclusions finales

- A) Quel bilan professionnel j'en tire ?
- B) Mon enseignement personnel

Bibliographie et Sitographie

- A) Bibliographie
- B) Sitographie

Table des illustrations

Annexes

Introduction :

Dans le cadre de ma seconde année de DUT Techniques de Commercialisation, j'ai eu l'opportunité de réaliser un stage d'une durée de deux mois, me permettant ainsi d'apporter une touche de professionnalisme à mes deux années d'études à Angers. Ces deux ans de formation m'ont permis d'acquérir de nombreuses connaissances et compétences, que j'ai pu notamment exploiter lors de mon stage de deuxième année. Ce stage s'est déroulé du 12 avril au 11 juin 2021, et ce, en télétravail.

Avec le contexte actuel, la recherche de stage fût plus compliquée étant donné la difficulté à trouver un stage en présentiel ainsi que le manque d'offres de stage. J'ai donc décidé de miser sur le secteur de la communication pour effectuer mon stage ; ce secteur facilité le travail à distance. J'ai ainsi postuler à une offre de stage de l'entreprise Les Dents de la Terre disponible sur la plateforme Indeed ; cela m'a mené à un entretien avec Monsieur DEFER, le chef d'entreprise. Mon profil correspondant à ses attentes, il a donc décidé de me prendre en tant que stagiaire.

C'est ainsi que je me retrouve actuellement en train de rédiger mon mémoire sur mon stage chez Les Dents de la Terre. Ce stage dans cette entreprise m'a permis et me permet encore de découvrir le monde de la communication ; un milieu qui m'intéresse beaucoup. En effet, c'était pour moi important de savoir si je faisais un stage dans le marketing ou dans la communication afin de me diriger vers un de ces deux domaines pour mes prochaines études. Ce stage m'aura donc permis au-delà de l'apprentissage et de la découverte des nouvelles choses ; de faire un choix d'études.

Mon objectif principal à travers ce stage de fin d'études, était de découvrir un environnement professionnel, dans lequel mettre en pratique les connaissances acquises durant ma formation. Il était également important pour moi de voir l'aspect concret de la communication que l'on a vu en cours, et ce, lors d'un stage.

Mes missions principales¹ lors de ce stage sont en lien avec le domaine de la communication mais également avec le domaine commercial ; ces domaines me permettent de répondre correctement à ma problématique que j'énoncerai ultérieurement. La recherche de partenariats avec des paysagistes ainsi que la création de contenus sur les réseaux sociaux faisaient partie des tâches à réaliser pour obtenir des réponses spécifiques à ma problématique.

Nous pouvons donc en venir à se demander :

¹ Cf annexe n°1, page 37

« Qu'est-ce qu'une entreprise peut proposer pour augmenter rapidement son chiffre d'affaires ? »

Cette problématique a pour objectif de cibler les facteurs clés qui permettent d'aboutir à une augmentation du chiffre d'affaires d'une entreprise, et plus particulièrement de l'entreprise Les Dents de la Terre.

Ma réflexion va s'appuyer sur plusieurs parties. La première se trouve être la présentation de l'entreprise englobant son offre, ainsi que sa communication. Dans cette première partie, se trouvera également l'environnement commercial et communication. La seconde partie sera portée sur l'analyse du problème posé précédemment. La partie suivante évoquera ma réflexion au sujet des outils et des moyens mis en place par Les Dents de la Terre pour communiquer. Pour finir, je consacrerai ma dernière partie aux recommandations que je propose d'un point de vue purement personnel et subjectif.

1. En apprendre davantage sur Les Dents de la Terre

A) L'histoire d'une passion partagée

L'entreprise Les Dents de la Terre est née de la passion pour les plantes carnivores que M. DEFER partageait avec son grand-père. En passant des heures dans le jardin de l'ancien maraîcher, M. DEFER a pu recevoir tout le savoir nécessaire sur le jardinage ; c'est ainsi que la passion pour le jardin a vu le jour.

Cela ne s'est pas arrêté là, puisque qu'à l'âge de 10 ans M. DEFER a découvert la plus emblématique des plantes carnivores : la Dionée Attrape-mouche. Sa première expérience avec une plante carnivore commença alors, bien que ce ne fut pas une réussite. Cependant, sa passion et sa détermination réunies ont fait naître petit à petit Les Dents de la Terre.

Pour M. DEFER, il était évident d'orienter ses études vers sa passion ; il a donc fait un Baccalauréat et un Brevet de Technicien Supérieur (BTS) dans le domaine de la production horticole. C'est alors en 2018, après avoir réussi ces deux diplômes que l'entreprise Les Dents de la Terre a vu le jour à Saint-Sébastien-Sur-Loire. Pour acquérir davantage de connaissances dans l'entreprenariat, il effectua également une Licence Professionnelle Entreprenariat. 2019, les études sont terminées, M. DEFER peut mener son activité et sa passion à temps complet grâce à sa qualité d'entrepreneur pour Les Dents de la Terre.

Les Dents de la Terre est une entreprise individuelle dont M. DEFER est le chef d'entreprise. Son activité principale est la reproduction de plantes et plus particulièrement de plantes insolites : les plantes carnivores.

B) Ce que propose Les Dents de la Terre

Les Dents de la Terre a plusieurs cordes à son arc en termes d'activités. En passant de la vente de produits (plantes carnivores, matériel, etc.) ou bien de formations grâce à sa boutique en ligne, jusqu'à la prestation de services ; l'entreprise sait mettre toutes les chances de son côté.

La première chose (et la principale) que propose à la vente l'entreprise, ce sont les plantes carnivores. Bien évidemment c'est la passion du créateur, la vente de plantes carnivores était donc logique à mettre en place pour faire fonctionner son entreprise. Il existe une multitude de plantes carnivores vendues sur son site Internet : le genre *Sarracenia*, *Dionaea*, *Drosera*, *Cephalotus*, *Nepenthes*, et *Pinguicula* (ce sont les noms latins des plantes carnivores). Chaque genre possède plusieurs sortes de plantes carnivores, la variété est donc rapidement multipliée. Les prix varient d'un genre à un autre mais également en fonction de la taille de la plante carnivore.



Photo 1 : *Dionaea muscipula* (Dionée Attrape-mouche)

Pour accompagner la vente de ses plantes carnivores, M. DEFER a décidé de vendre du matériel nécessaire à la culture quelque peu particulière des plantes carnivores. Dans la rubrique matériel, les clients peuvent retrouver différents types de substrats, divers pots mais également des accessoires tels que des aquanappes. Plusieurs substrats sont proposés étant donné que les plantes carnivores n'ont pas les mêmes conditions de culture que les végétaux habituels. Certaines ne viennent pas des mêmes milieux naturels, c'est pourquoi il existe différents substrats. S'agissant des pots, il existe différentes tailles suivant s'il s'agit de rempoter une petite ou bien une grande plante carnivore. Là encore, les prix varient en fonction de la taille des pots et du type de substrat.

Récemment, de nouveaux produits se sont vu ajoutés à la boutique en ligne lors de sa réouverture en mai 2021. Il s'agit des vêtements (t-shirts, sweats à capuche, débardeurs, etc.) exposant clairement des dessins liés à l'univers insolite des plantes carnivores. Il existe trois motifs différents, disponibles pour les hommes, les femmes et même les enfants. En concevant et en proposant ces vêtements-là, on remarque bien une volonté de la part de M. DEFER de créer une communauté de passionnés autour des plantes carnivores qui se veut solide et durable. Les kits de germination ont également accompagné les vêtements pour la réouverture. A nouveau, plusieurs kits sont vendus et ce, pour trois genres : *Drosera*, *Dionaea* et *Sarracenia*. Les kits vont de la vente de 30 graines d'un genre à la vente de 90 graines d'un genre ; ces kits comprennent des conseils, des pots et du substrat (l'essentiel pour réaliser un semis parfait).

Un guide pratique et des fiches de cultures sont pareillement vendus sur le site Les Dents de la Terre ; ils permettent aux clients en les achetant, de maîtriser la culture des plantes carnivores grâce à de nombreux conseils. Ils sont tous deux mis en ligne au prix de 9,00€.

M. DEFER propose en outre une formation, nommée Collection augmentée, au prix de 49,00€. Elle permet d'accéder à la méthode collection augmentée, à 5 modules complets pour développer une collection de plantes carnivores, à plusieurs vidéos explicatives, ainsi qu'à un groupe privé.

La dernière chose que propose Les Dents de la Terre, c'est la prestation de services. Elle va englober l'installation de tourbières artificielles dans des jardins de particuliers, pour des entreprises privées ou bien pour des jardins publics (pour des mairies notamment). L'animation, la sensibilisation et la médiation auprès de jeunes publics en milieu scolaire notamment ou bien auprès d'adultes lors de conférences et d'évènements ; font partie là aussi des services qu'offre M. DEFER

Tout ce que je viens d'énoncer précédemment englobe toute l'offre de l'entreprise Les Dents de la Terre ; qui a fait le choix judicieux de multiplier ses propositions pour avoir un avantage concurrentiel sur les autres entreprises.

C) Une communication à travers divers réseaux

En parallèle de son entreprise, M. DEFER a ouvert une chaîne YouTube, sur laquelle il sort régulièrement (une fois par semaine généralement) des vidéos afin de donner des conseils sur la culture des plantes carnivores. A ce jour, il comptabilise près de neuf mille abonnés sur sa chaîne : Les Dents de la Terre. Bien évidemment, sa chaîne YouTube est en lien direct avec son entreprise, puisqu'elle permet de gagner en visibilité et d'amener du trafic sur le site Internet mais également sur les autres réseaux tels que Instagram ou bien Facebook. Cette chaîne YouTube permet de posséder une autre source de revenus en décidant de monétiser les vidéos publiées.

A travers ses réseaux sociaux, M. DEFER a développé une communauté sans cesse grandissante dont le nombre d'abonnés ne fait qu'augmenter chaque jour notamment sur YouTube. A l'aide de Facebook, Instagram et YouTube, les passionné(e)s de plantes carnivores ont pu se rassembler et discuter avec M. DEFER ; et ce, en ajoutant des commentaires sous ses publications ou ses vidéos, mais également en lui envoyant des messages privés. Cela permet à M. DEFER de répondre à quelques interrogations rapidement en répondant simplement à un message ou à un commentaire. Les réseaux tenus par Les Dents de la Terre donnent l'opportunité à ses abonnés de se sentir plus proche de lui et de créer un réel lien avec lui et son entreprise. C'est pourquoi M. DEFER a décidé d'employer le « tu » pour parler à ses abonnés et non le « vous » ; afin de construire une communauté basée sur la proximité et la confiance.

M. DEFER n'est pas uniquement disponible sur ses réseaux sociaux. En effet, il participe régulièrement à des évènements pour se rapprocher là encore de son public mais également pour donner des conseils plus détaillés. Ces évènements sont multiples, cela peut être des foires aux plantes ou bien simplement des conférences pour sensibiliser sur les plantes carnivores. Cela lui permet aussi lors de foires aux plantes de vendre ses plantes carnivores ainsi que du matériel essentiel à leur culture.

D) Immersion dans le service commercial et communication

Lors de ce stage de deux mois, j'ai eu l'occasion de découvrir deux services bien différents mais complémentaires à la fois et d'effectuer diverses missions au sein du service commercial et du service communication.

i. Rappel de ce qu'est un commercial

Tout d'abord, nous allons rappeler la définition d'un commercial ainsi que de ses missions qu'il exécute au quotidien.

Un commercial (quel que soit son statut), c'est une personne qui fait le lien entre l'offre et la demande sur un marché. Il expose auprès du marché, la politique commerciale de la structure, l'image de marque, ainsi que l'éthique et la philosophie de l'entreprise qu'il représente.

Les principales missions d'un commercial vont être :

- La connaissance parfaite de son produit ou de son service
- La prospection des secteurs attribués (également la prospection téléphonique)
- La réalisation des ventes et d'un chiffre d'affaires
- L'établissement d'une relation de confiance et durable avec le client
- Le retour vers sa direction commerciale de toutes les indications concernant les attentes et les besoins des clients²

Un commercial est en contact direct avec le client, il va avoir un rôle de conseil auprès du client ; c'est lui qui va communiquer le message de l'entreprise à la cible. Cependant, certains commerciaux travaillent dans des agences de communication ; c'est alors que nous allons voir que la communication joue un rôle important également dans la transmission d'un message au client.

ii. Qu'est-ce qu'un chargé de communication ?

Il faut savoir que la communication et la force de vente sont étroitement liées ; il faut une expérience du vendeur pour adapter le message à communiquer. Le vendeur va chercher à comprendre les besoins du client, il va l'écouter. Pour ensuite, proposer au client le bon produit ou le bon service que l'on va lui communiquer ultérieurement.

Un chargé de communication est le porte-parole de l'entreprise pour laquelle il travaille. Il se doit de diffuser une image positive et solide visant à promouvoir la notoriété de son entreprise et ce, à long terme. La notoriété n'est pas la seule chose à promouvoir ; la visibilité et le chiffre d'affaires de l'entreprise sont des éléments que le chargé de communication a pour objectif d'améliorer. Il peut aussi bien s'occuper de la communication interne, que de la communication commerciale ou de la communication à travers le digital.

Le chargé de communication a différentes missions : la création, la conception puis la diffusion de divers supports de communications performants et efficaces (articles de blog, flyers, affiches publicitaires, etc.). Il faut que ces supports créés soient en adéquation avec la stratégie et les valeurs de l'entreprise.

² Cours de management de M. EL HOUSNI emprunté et reformulé

iii. Mon rôle en tant que commerciale

Ma principale mission en tant que commerciale a été de m'occuper de la prospection. En effet, j'étais en charge de mener des recherches pour trouver plusieurs paysagistes de la région nantaise avec lesquels l'entreprise Les Dents de la Terre pourrait potentiellement collaborer. J'en ai donc recensé une trentaine environ, que je devais par la suite contacter dans un premier temps pour leur poser des questions sur le fonctionnement de leur entreprise. Une fois ces questions posées, mon objectif était de leur exposer le projet de collaboration qui propose une nouvelle offre de services.

Cette nouvelle offre de services consiste à faire un ou plusieurs partenariats avec un ou des paysagistes nantais, afin d'installer des mini-tourbières artificielles à la place des massifs habituels notamment. Les tourbières étant les milieux naturels dans lesquels vivent les plantes carnivores ; l'objectif est de proposer des nouveaux végétaux insolites aux clients.

Avant même de commencer à appeler les différents paysagistes retenus, je devais établir un script³ à suivre à peu près pour chacun de mes entretiens téléphoniques. Nous avons donc avec M. DEFER établi une liste de questions importantes à poser lors de mes échanges avec les paysagistes afin que je n'oublie pas la raison principale de l'appel.

Pour passer des appels téléphoniques qui ont pour objectif de prospector, il fallait que je me prépare afin d'être la plus à l'aise et la plus convaincante possible avec les paysagistes. Endurer l'échec était également une éventualité à laquelle je devais penser malgré ma détermination de réussir à capter l'attention de mon interlocuteur.

Mon but était simple en passant ces appels : intéresser le paysagiste et lui exposer le bénéfice pour lui de collaborer avec Les Dents de la Terre. En effet, l'avantage pour l'entreprise, c'est qu'une telle collaboration lui apportera davantage de visibilité et donc potentiellement une augmentation rapide de son chiffre d'affaires. C'est bien connu les plantes carnivores ne sont pas des végétaux très demandés pour des conceptions de jardins. Et pourquoi ? La réponse est que les personnes souvent ne connaissent pas ces plantes ni leurs conditions de culture. C'est pourquoi il est important que j'explique aux paysagistes au téléphone, que les plantes carnivores nécessitent des conditions de culture différentes des végétaux habituels. Ce à quoi, je leur ajoute que le bénéfice pour eux est de se démarquer des autres paysagistes de la région nantaise. En proposant des plantes carnivores que personne d'autre ne propose, ils auraient un réel avantage concurrentiel qui marque leur différence.

³ Cf annexe n°2, page 38

Une fois les multiples appels passés, j'ai rédigé les retours des paysagistes avec qui l'échange a duré suffisamment longtemps pour que ce soit intéressant à mettre à l'écrit. Certains paysagistes avec qui j'ai échangé semblaient très intéressés par le projet et m'ont donc demandé que je leur envoie une sorte de dossier/plaquette. Ce dossier leur permettrait de voir exactement à quoi ressemblent des plantes carnivores ainsi que des tourbières artificielles. Dans ce dossier⁴, j'ai exposé également l'histoire de l'entreprise Les Dents de la Terre et le projet de collaboration plus en détails.

iv. Ma fonction de chargée de communication

Mes principales tâches à effectuer dans mon rôle de chargée de communication étaient la création, la conception de contenus et la diffusion de ces contenus sur les différents réseaux/supports de communication possédés par Les Dents de la Terre. Comme j'ai pu l'évoquer précédemment la communication aide une entreprise à transmettre son message, à vendre mais également à développer sa réputation.⁵

Avant de pouvoir commencer à créer quoi que ce soit, il fallait dans un premier temps que j'en apprenne davantage sur le sujet des plantes carnivores. En effet, pour traiter correctement un sujet et parler dessus, il faut le connaître dans ses grandes lignes et s'y intéresser avec curiosité. M. DEFER m'a donc donné accès à de nombreuses ressources telles que son guide pratique et ses fiches de culture présents sur son site Internet : Les Dents de la Terre. Ces fichiers m'ont permis de découvrir en profondeur le monde insolite des plantes carnivores ainsi que leurs différentes conditions de culture. Cela ne veut pas dire que je maîtrise parfaitement le sujet ; mais simplement que je suis capable d'écrire sur les plantes carnivores et sur divers sujets les concernant.

⁴ Cf. annexe n°3, page 40

⁵ Cours de communication commerciale de Mme PELLOQUET emprunté et reformulé

Dès que j'ai pris connaissance de l'ensemble des documents partagés par M. DEFER, j'ai pu commencer à regarder d'autres ressources : les vidéos de la chaîne YouTube Les Dents de la Terre. Les multiples vidéos réalisées par M. DEFER pouvaient potentiellement être les sujets de divers articles de blog sur son site Internet. En effet, certaines de ses vidéos ont un sujet qu'il est intéressant d'exploiter et de transformer en article de blog. Ces articles postés sur le site Internet Les Dents de la Terre permettent aux personnes qui consultent son site mais pas sa chaîne YouTube de prendre connaissance du sujet traité. De plus, les articles de blog contiennent des liens internes et externes que je décide de mettre ; cela permet un meilleur référencement et une meilleure visibilité sur divers liens (vidéos YouTube, plantes carnivores de la boutique en ligne, etc.).

COMMENT CULTIVER LA PLUS FASCINANTE DES PLANTES CARNIVORES ? DIONAEA MUSCIPULA



Photo 2 : Exemple d'image mise en avant pour article de blog

En outre la rédaction d'articles de blog, j'ai créé des visuels afin d'agrémenter ces articles et de les rendre plus agréable à lire. Je choisissais les photos parmi la banque de photos partagée par M. DEFER et je les retouchais sur Canva afin d'avoir la photo la plus agréable à regarder et celle qui attire l'œil.

De plus, je faisais des montages (sur Canva également) avec des photos appartenant aux Dents de la Terre, en ajoutant des titres pour créer un visuel à mettre en avant pour l'article de blog en question.

Pour créer les articles de blog et les diffuser sur le site Les Dents de la Terre, il fallait que je passe par l'outil Wordpress. Ce ne fut pas un problème pour moi car je l'avais déjà utilisé lors de ma formation. Cependant, j'ai dû découvrir et travailler sur un nouveau logiciel : Elementor. Ce logiciel permet de créer un article de blog en ajoutant des sections titres, textes et des photos. Je me suis complètement adaptée à la gestion de cet outil et sais maintenant pleinement l'utiliser.

Pour continuer dans la création de contenus pour les réseaux sociaux, je me suis occupée de la rédaction de multiples posts Instagram. Ces posts ont pour objectif de prévenir les abonnés de divers nouvelles telles que la publication d'une nouvelle vidéo YouTube ou bien la réouverture de la boutique en ligne Les Dents de la Terre. Certains posts n'annoncent rien de nouveau mais parlent simplement d'une plante carnivore en particulier. Généralement, un post Instagram a un objectif ; il peut être : d'entraîner un achat ou bien de commencer une conversation avec l'abonné. Il est donc normal lorsque des posts demandent seulement aux abonnés quelle est leur plante carnivore favorite.

Afin de créer des posts Instagram, j'ai dû apprendre à utiliser Creator Studio qui permet d'insérer le texte et la photo souhaités pour la publication. On peut également choisir de planifier le moment où l'on veut que la publication sorte. Là encore, pour ces publications, je choisissais et je retouchais les photos que je souhaitais faire apparaître. Je peux maintenant dire que je maîtrise pleinement le logiciel Canva pour retoucher des photos et créer des visuels.

La création de visuels pour des épingles Pinterest faisait également partie de mes missions. L'objectif de ces épingles, comme pour les articles de blog ; est créer des liens vers des produits de la boutique en ligne ou vers des vidéos YouTube de la chaîne Les Dents de la Terre. Cela permet d'augmenter la visibilité grâce au bon référencement du site. Ces visuels j'ai pu les produire sur le logiciel Canva que j'ai cité précédemment.

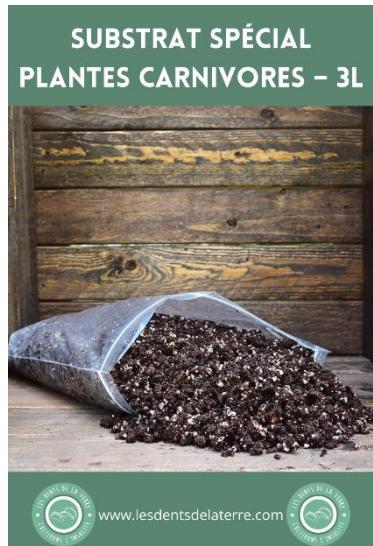


Photo 3 : Exemple d'épingle Pinterest

Etant chargée de communication durant ce stage, je me devais de trouver des idées originales pour communiquer sur les réseaux sociaux. En faisant des recherches sur Internet, je suis tombée sur un article parlant de la nouveauté disponible sur Instagram : les guides. Il s'agit d'une nouvelle rubrique en plus des publications, des IGTV, et des réels. Ces guides permettent de recommander des lieux, des publications créées par le compte ou bien les produits préférés du compte. J'ai donc fait cette proposition à M. DEFER ; en lui expliquant que cela pourrait être intéressant pour lui d'avoir un guide recommandant ses produits préférés de sa boutique ; ou bien de recommander des posts déjà créés précédemment. Pour cela, je lui ai fait un visuel⁶ afin qu'il se rende compte à quoi cela pouvait ressembler. Cette création m'a permis de mettre en avant ma prise de risque.

⁶ Cf. annexe n°4, page 42

Cephalotus follicularis



Sud-Ouest Australie
Marais tourbeux



Exposition : Plein soleil ou ombragée - La couleur et la taille des urnes varieront en fonction de son emplacement



N'apprécie pas les températures trop basses en hiver - Automne/hiver : entre 15°C et 0°C - Printemps/été : entre 20°C et 35°C



Eau de pluie ou déminéralisée - Arrosage constant d'avril à septembre - Maintenir un substrat frais l'hiver



Substrats possibles :
50% tourbe blonde + 50% d'élément drainant
70% de tourbe blonde + 30% de perlite
50% mélange TB/perlite + 50% sphagne (surface)



La dernière chose dont je devais me charger et qui me tenait particulièrement à cœur ; c'était la création de chromos soit des impressions multiples en couleur. En effet, à l'occasion de la foire aux plantes de Tauzia (non loin de Bordeaux) le 5 et 6 juin ; M. DEFER m'a demandé de lui faire des visuels pour des affiches. Le but étant à travers tous les exposant de se différencier des autres en affichant différents visuels attrayants. De plus, certains chromos sont en vérité des fiches cultures sur des plantes carnivores. Cela permet aux visiteurs de les prendre avec eux et de les lire plus tard ; sans pour autant devoir attendre que M. DEFER soit libre pour lui parler. En effet, lors de ces évènements il est difficile d'accorder du temps à tous les visiteurs pour discuter. Cette mission m'a singulièrement plu car j'apprécie travailler sur des créations de visuels.

Photo 4 : Exemple (chromos) fiche de culture Cephalotus follicularis

2. Un problème quant à l'augmentation du chiffre d'affaires

A) Une faible visibilité et une cible avec peu de connaissances

Créée depuis 2018, l'entreprise Les Dents de la Terre connaît une faible visibilité sur les réseaux qu'elle utilise bien que récemment le nombre de visiteurs sur son site Internet augmente de plus en plus chaque semaine. Début avril 2021, le site générait 700 à 800 visiteurs par mois. Fin avril 2021, c'est un peu plus de 150 personnes par jour qui visitaient le site, soit environ 4 500 visites par mois. Le nombre de visiteurs a donc été multiplié par 6 environ, et ce, grâce à un meilleure référencement du site, que je détaillerai davantage par la suite.

En effet, sur YouTube Les Dents de la Terre comptabilise près de neuf mille abonnés (8,97 mille le 06/06/2021) ; ce qui représente une multitude de personnes il faut se le dire. Cependant, tous ces abonnés ne visionnent pas toutes les vidéos sorties par Les Dents de la Terre. En moyenne, ces deux derniers mois, ses vidéos ont fait 1 700 vus (chiffres pris le 06/06/2021) ; ce qui représente même pas 20%. On peut donc émettre l'hypothèse qu'il y a seulement 18,95% des abonnés de Les Dents de la Terre qui visionnent ses vidéos régulièrement ; cela ne représente qu'une faible portion.

En outre, les personnes qui visionnent les vidéos de la chaîne YouTube Les Dents de la Terre ne sont pas forcément tous abonnés à la chaîne ; ils sont peut-être seulement « tombés » sur une vidéo. Cela ne veut donc pas dire qu'ils vont s'abonner et regarder régulièrement les vidéos ; ils peuvent être simplement intéressés par cette vidéo en particulier et pas une autre. Cela peut également dépendre de l'algorithme de YouTube ; en fonction du genre de vidéos que l'on visionne, YouTube va proposer des vidéos du même style. Les amateurs de vidéos de jardinage et de plantes vont donc potentiellement avoir plus de vidéos de Les Dents de la Terre dans leurs recommandations, plutôt qu'un amateur de vidéos fitness.

Il faut également prendre en compte que les abonnés qui visionnent régulièrement les vidéos YouTube de M. DEFER ne suivent pas forcément Les Dents de la Terre sur ses autres réseaux tels que Facebook, Instagram ou encore LinkedIn (réseau sur lequel M. DEFER est très peu actif d'ailleurs). En effet, si tous les abonnés de la chaîne YouTube Les Dents de la Terre, l'étaient sur ses autres réseaux ; sa communication serait parfaite. Ce n'est pas le cas. Notamment sur Instagram, son nombre d'abonnés s'élève à 4 219 le 06/06/2021, soit un peu moins de la moitié de son nombre d'abonnés sur YouTube. En ce qui concerne Facebook, c'est encore plus inférieur que cela ; avec seulement 1 700 personnes qui aiment la page Les Dents de la Terre.

On voit donc bien que les nombres d'abonnés sur les différents réseaux que détient Les Dents de la Terre ne sont pas identiques. Cela montre un déséquilibre d'activité entre les réseaux étant donné que les vidéos YouTube fonctionnent plutôt bien et que pour Facebook c'est plutôt le contraire.

Un question se pose sur les abonnés des Dents de la Terre, aussi bien ceux de YouTube, d'Instagram ou de Facebook : sont-ils acheteurs ? C'est important à prendre en compte, car les abonnés peuvent seulement vouloir visionner du contenu pour s'intéresser et non passer à l'acte final d'achat. Cela ne veut pas dire qu'il n'y a aucun acheteur. Au contraire, il y en a et ce, tous les jours. Cependant, les acheteurs ne sont pas obligatoirement des abonnés YouTube ou Instagram ; ils peuvent avoir simplement trouvé le site Internet et les articles de blog intéressants et donc sont passés à l'étape de la commande.

De plus, si l'on cumule les abonnés de Les Dents de la Terre sur Facebook, Instagram et YouTube, on obtient environ 14 900 abonnés sur ces trois réseaux-ci. Or, les commandes passées sur le site Les Dents de la Terre ne sont pas proportionnelles avec le nombre d'abonnés cumulé (étant susceptible d'acheter sur la boutique en ligne). Pour comparer, pour le mois de mai 2021, Les Dents de la Terre a eu 189 commandes de passées. Cela représente un beau chiffre, mais encore relativement faible face aux potentiels clients qui sont abonnés sur les réseaux sociaux.

Je me suis donc dis que cela pouvait être un problème de ciblage de la clientèle. En effet, début 2019, les utilisateurs de Facebook étaient des 25-34 ans à 32%. En ce qui concerne Instagram début 2019, 32% des utilisateurs étaient des 25-34 ans et 31% étaient des 18-24 ans.⁷ Pour ce qui est de YouTube, 92% des 18-49 ans visionnent du contenu sur la plateforme tous les jours.⁸ Or, les personnes consommant des plantes de manière générale sont plutôt des couples de personnes âgées ou bien les catégories d'ouvriers ou d'employés, qui dépensent davantage dans le jardinage que des cadres ou des professions intellectuelles supérieures. De plus, le marché du jardinage attire difficilement de nouveaux consommateurs.⁹

On observe alors bien le décalage entre l'âge des personnes régulièrement actives sur les réseaux sociaux et l'âge des personnes qui dépensent le plus dans le jardinage. On peut donc se dire qu'il faut trouver un moyen de communiquer plus facilement à la cible la plus propice à consommer des plantes et plus particulièrement des plantes carnivores.

De plus, bien que la cible soit la bonne ; il faut également qu'elle connaisse le type de plantes que l'on veut lui vendre. En effet, il y a peu de personnes expertes sur le sujet des plantes carnivores. Généralement, ceux qui s'en procurent sont déjà des personnes averties de ce milieu et souhaitent agrandir leur collection. Ces plantes étant insolites et leurs conditions de culture peu connues et respectées, les amateurs de plantes ne se dirigent pas vers elles ; mais plutôt vers celles qu'ils ont l'habitude d'acheter.

B) En quoi une collaboration et un meilleur référencement peuvent être facteurs clés de réussite ?

⁷ Inconnu, *Audience : quel âge ont les utilisateurs des principaux réseaux sociaux ?, 2019*

⁸ PIGNOL, Juliette, *Chiffres YouTube – 2021, 2021*

⁹ BRIAND, Antonin et SERRE, Philippe, *Les dépenses des Français en loisirs de plein air, n°1664, 2017*

Comme j'ai pu le dire précédemment, dans ce secteur de la vente de plantes ; les plantes carnivores sont peu achetées car elles ne sont que très peu connues des passionnés de jardinage. C'est pourquoi il est important de mettre l'accent sur la mise en avant de ces plantes ; notamment grâce à des collaborations ou bien à des participations à des foires aux plantes et des conférences.

En effet, il me semble judicieux de se pencher vers des collaborations et plus particulièrement avec des paysagistes. Nous avons déjà commencé ce travail avec M. DEFER, mais je pense qu'il est intéressant de continuer sur cette voie-là car une collaboration serait un bon moyen de gagner en visibilité. En établissant des partenariats avec des paysagistes pour installer des mini-tourbières artificielles, d'une part cela permet aux paysagistes de se démarquer ; et d'autre part, cela permet aux Dents de la Terre de vendre davantage de plantes carnivores ainsi que le matériel nécessaire pour leur culture.

Les paysagistes pourraient ainsi proposer des installations de tourbières composées de diverses plantes carnivores demandant les mêmes conditions de culture (environ), et ce, à la place des massifs habituels que l'on peut retrouver généralement dans les jardins. De cette manière, on mise sur l'originalité ; cela attire le regard et le client aura l'impression de détenir un paysage unique qui ne ressemble à aucun autre. Le mieux serait que les paysagistes possèdent des photos de tourbières et de plantes carnivores dans leurs catalogues ; de sorte que les clients en les feuilletant puissent s'arrêter sur celles-ci.

En outre, l'avantage pour Les Dents de la Terre, c'est de profiter du réseau de clients que possèdent déjà les paysagistes. De cette manière, nous sommes sûrs de ne pas se tromper de clientèle ; étant donné qu'ils auront auparavant fait appel à cette entreprise de paysagisme. Ces paysagistes pourront également nous recommander auprès de clients mais aussi d'autres paysagistes de la région nantaise ; qui seraient susceptibles d'être intéressés.

De plus, en proposant cette prestation de services supplémentaire ; M. DEFER pourra attirer une nouvelle clientèle qui demandera une prestation complète et pas seulement des plantes carnivores comme il le fait actuellement. Cette nouvelle clientèle rentre davantage dans la proportion de personnes dépensant le plus dans le domaine du jardinage. Les Dents de la Terre se rapprochera alors mieux de sa cible et pourra ainsi communiquer plus facilement avec elle. En effet, en donnant des conseils de culture aux nouveaux clients et en réalisant le service après-vente, Les Dents de la Terre se positionnera en tant que vendeur mais surtout en tant que bon conseiller à recommander auprès de son entourage (famille ou bien amis).

Le second facteur clé de réussite sur lequel se pencher pour augmenter rapidement le chiffre d'affaires de l'entreprise Les Dents de la Terre ; c'est d'avoir un bon référencement (SEO : Search Engine Optimization). On peut également parler de référencement naturel ; il permet de renforcer la visibilité de son site sur Internet. L'objectif est donc d'améliorer le classement de son site Internet, dans notre cas Les Dents de la Terre dans les recherches faites par les internautes sur les différents moteurs de recherches tels que Google, Yahoo ou bien Bing.

Améliorer le référencement naturel de son site Internet va d'abord passer par l'établissement de mots-clés pertinents et en lien avec le domaine d'activité, c'est-à-dire, les plantes carnivores. Ce n'est pas suffisant d'avoir de bons mots-clés ; il faut que le site Les Dents de la Terre possèdent de nombreux liens internes et externes. Cela permettrait au site de lui apporter davantage de visibilité mais aussi qu'il y ait beaucoup de visites sur plusieurs pages du site et pas qu'une. Les liens entrants et sortants vont faire cliquer les internautes ; et plus il y a de « clics » sur un site, plus le classement attribué par Google sera bon.¹⁰

Les liens sortants peuvent et doivent (c'est mon avis personnel) se faire avec des contenus partagés par Les Dents de la Terre. En effet, dans un article de blog, je mets des liens sortants vers des vidéos YouTube Les Dents de la Terre mais aussi des liens vers des produits de la boutique pour faire des liens entrants. Cela permet d'avoir davantage de visibilité sur plusieurs réseaux à la fois. Tout comme sur Instagram ou Facebook, il est intéressant de mettre des mots-clés contenus dans les hashtags afin que les publications soient vues par des personnes qui ne sont pas forcément abonnées mais qui sont seulement « tombées » sur ce mot-clé.

3. Réflexion sur le problème d'augmentation du chiffre d'affaires

Maintenant que j'ai analysé d'où venait le problème de visibilité entraînant un problème d'augmentation du chiffre d'affaires de l'entreprise Les Dents de la Terre ; je vais pouvoir vous exposer ma réflexion sur ce sujet sur deux points qui me semblent essentiels.

A) Une relation durable avec un client satisfait

¹⁰ Cours de e-marketing de Mme BOUVERNE emprunté et reformulé

Que ce soit dans le service communication ou dans le service commercial, une entreprise se doit d'être irréprochable dans ses relations avec la clientèle ; les clients doivent être satisfaits afin d'entretenir une relation durable de confiance.

La satisfaction du client et la bonne relation client entretenue par l'entreprise Les Dents de la Terre doivent s'établir dans le démarchage et la vente des produits et services de celle-ci mais également dans la communication faite sur les réseaux sociaux.

Désormais, ce que recherchent les clients de plus en plus, c'est une bonne relation avec le vendeur ou avec l'entreprise. Ils souhaitent entretenir une relation de confiance et pas seulement un acte de vente entre deux parties ; il y a là une recherche de proximité par le client, qui veut se rapprocher de celui qui lui vend un bien ou un service.

i. Comment doit-être le commercial ?

Un bon commercial ou un bon vendeur se doit de respecter certaines conditions pour être sûr de vendre son produit ou son service ; mais aussi et surtout, que son client soit satisfait et qu'il puisse revenir vers lui ou bien recommander le vendeur.

Il faut que le commercial prenne le temps de comprendre et d'écouter son client. De cette manière, il pourra adapter une offre au client en question ; il faut en effet que l'offre proposée réponde aux besoins du prospect. C'est pourquoi nous avons fait une étude qualitative, qui permet de comprendre les comportements des clients. Grâce à cette étude, nous avons pu comprendre quels étaient les freins à l'achat de plantes carnivores notamment. Lors de cette étude, j'ai appelé une trentaine de paysagistes nantais pour effectivement comprendre les blocages qu'ils pouvaient avoir avec les plantes carnivores.

Une fois les objections énoncées, je les ai acceptées et je leur ai demandé d'approfondir leurs objections, en posant par exemple la question : « Pourquoi vous ne proposez pas de plantes carnivores ? ». Ce à quoi ils répondaient souvent qu'ils ne connaissaient pas assez le sujet ; je répondais alors : « Vous ne les connaissez pas assez ? Je comprends, c'est pourquoi je vous appelle ; cette collaboration permet de faire connaître davantage les plantes carnivores pour éviter ce genre de blocage. Vous voulez que je vous en montre et que je vous explique les différences de conditions de culture ? ».

Le but de ces échanges était dans un premier de discuter et de comprendre les objections des clients. Ensuite, il fallait que je leur propose une collaboration afin de leur démontrer les avantages et les bénéfices liés à la collaboration entre des paysagistes et Les Dents de la Terre afin de minimiser l'objection.¹¹

Afin de mener ces échanges, un commercial (dans notre cas : moi) doit connaître, ou plutôt doit maîtriser le sujet sur lequel il va parler. Il fallait donc que les plantes carnivores et leurs conditions de culture soient des sujets que je connaisse suffisamment pour répondre aux éventuelles interrogations et objections des clients (pour nous : les paysagistes).

En outre maîtriser le sujet des plantes carnivores, il fallait que je possède des bonnes qualités relationnelles telles que la capacité d'écoute ou bien l'aisance à l'oral. Ces qualités me semblent primordiales pour mener de la prospection téléphonique afin de capter les besoins du client et le convaincre correctement. Il faut donc être le plus concis possible pour que le client comprenne directement le sujet de l'appel. De cette manière, il pourra me dire s'il a du temps à m'accorder ou non ; et si le sujet l'intéresse ou au contraire, s'il n'a aucune envie de parler avec moi des plantes carnivores.

Savoir être convaincant au téléphone n'est pas facile car nous n'avons pas le client en face, nous ne savons pas dans quelles conditions il est pour nous écouter : Est-il dans un bureau au calme ? Sur un chantier ? Est-il pressé ? Toutes ces choses peuvent dégrader l'appel car l'interlocuteur peut être distrait et ne pas se sentir très concerné par mon appel. C'est pourquoi il faut se préparer savoir se présenter avec assurance afin de capter directement l'attention de l'interlocuteur pour ensuite mener à bien l'échange téléphonique.

ii. Que doit faire le chargé de communication ?

Pour la communication, c'est tout comme la prospection ; un chargé de communication doit respecter quelques règles s'il veut vendre son bien ou son service à sa clientèle. Bien que son rôle ne soit pas de vendre directement ; son activité implique de bien communiquer sur le produit en question pour entraîner le prospect vers l'acte d'achat.

¹¹ Cours de négociation sur le traitement des objections de M. NIEUL emprunté et reformulé

Pour cela, le chargé de communication doit au même titre que le commercial, connaître parfaitement le produit ou le service qu'il veut mettre en avant sur les différents réseaux sociaux. Une maîtrise du sujet des plantes carnivores aide un chargé de communication à savoir quoi dire exactement par exemple dans un post Instagram afin d'entraîner un acte d'achat ou bien une conversation de la part des abonnés.

En effet, comme j'ai pu l'évoquer précédemment le chargé de communication à travers sa communication sur les différentes médias (ici ce sont les réseaux sociaux) doit faire passer un message aux clients. Pour cela, le message ne doit pas être seulement simple et clair ; il doit également être créatif car ce qui est original plaît aux cibles.

En communiquant, un chargé de communication se lie étroitement à la publicité qui fonctionne de cette manière pour être suffisamment efficace :

- **A** : Attirer l'**attention**. Sur un post Instagram par exemple, il faut mettre un chiffre marquant ou bien un fait extraordinaire pour faire naître de la curiosité, et que la personne veuille continuer de lire.
- **I** : Susciter l'**intérêt** de la cible. En parlant des problèmes du client, on parle de lui et donc ça l'intéresse car il se sent concerné.
- **D** : Créer et entretenir le **désir** du produit. En lui apportant des solutions à son problème ; cela apporte de la valeur.
- **A** : Convaincre d'**acheter** ou appel à l'**action**. Cela peut être une dernière phrase qui demande d'aller voir une vidéo ou une question : « Quelle est ta plante carnivore préférée ? ». On veut faire agir la cible.

En utilisant la méthode AIDA dans chaque contenu partagé sur les réseaux, cela permet d'avoir une communication où l'on est sûr d'avoir tout dit pour que la cible soit intéressée par ce qu'on lui propose.¹² L'objectif pour un chargé de communication est de savoir capter le client, et grâce à la méthode AIDA c'est plus facilement réussi car c'est ainsi que fonctionne la publicité.

Savoir communiquer est une première chose indispensable ; mais ce n'est pas suffisant. Une communication réussie sur le long terme suppose d'être régulier et actif sur les différents réseaux sur lesquels un chargé de communication partage du contenus. En effet, il faut que la cible soit au courant de ce que l'entreprise Les Dents de la Terre propose comme nouveau produit ou bien qu'elle sache à quel évènement va participer prochainement M. DEFER. C'est pourquoi il faut être actif et régulier, quitte à être répétitif ; il faut que la cible retienne ce qu'on lui dit.

¹² Cours sur le fonctionnement de la publicité de Mme PELLOQUET emprunté et reformulé

En faisant plusieurs rappels aux abonnés, cela permet aux abonnés qui n'avaient pas vu la première annonce, d'être au courant. Et pour ceux qui savaient déjà, ils vont s'en rappeler plus facilement. Plus on entend parler de quelque chose, plus on a envie de voir le résultat final ou bien d'obtenir la chose mise en avant. C'est le cas pour n'importe quelle entreprise, pour des vêtements si tout le monde vante les mérites d'un jean de très bonne qualité à un bon prix ; on veut se le procurer aussi. C'est la même chose pour les plantes carnivores ; à force de voir tout le monde avec une plante carnivore, on finit par se lancer aussi.

B) La création et la gestion de documents essentiels

Une prospection et une communication bien menées doivent être obligatoirement préparées à l'aide de documents spécifiques à chaque service. Que ce soit un texte bien illustré pour communiquer sur les réseaux ou bien un script pour savoir quoi dire au téléphone ; chaque service possède des documents essentiels au bon fonctionnement du service en question.

i. Un bon texte accompagné de visuels pour une bonne communication

Comme j'ai pu l'évoqué précédemment, en communication tout se joue sur le message que l'on fait passer à la cible. Le message doit être suffisamment pertinent et clair afin d'être compris et mémorisé par la clientèle.

On passe alors par la méthode AIDA que j'ai cité ci-dessus, qui permet d'avoir un texte bien rédigé et surtout bien organisé. La trame est toujours la même, on ne la change pas puisque c'est celle qui fonctionne le mieux pour capter la cible. N'importe quel texte sera rédigé selon la méthode AIDA ; le client comprendra ainsi mieux de quoi il en retourne. C'est le cas pour les posts Instagram, pour les scripts des vidéos YouTube mais également pour les articles de blog.

Le texte ne suffit pas à lui seul à capter la cible complètement. L'image ou les images choisies pour illustrer les propos sont très importantes. Les images doivent être en lien avec le sujet du texte pour que la cible se représente plus facilement l'objet du message. Ces images sont également à retoucher, afin d'obtenir l'image la plus nette et la plus attrayante aux yeux du consommateur. Dans notre cas, on choisit de rendre les images plus colorées et plus lumineuses ; cela donne un rendu qui selon nous est plus joli et plus agréable qu'une image sombre et terne.

Le choix de l'image est très important car c'est la première chose que va voir la cible avant même de commencer à lire le texte ou à visionner la vidéo. C'est pourquoi il faut réfléchir attentivement au visuel que l'on souhaite mettre en avant ; c'est celui-ci qui fait la première partie du travail pour capter la cible. Une fois la cible attirée, il ne reste plus qu'à être convaincant dans le texte.

ii. Une bonne préparation écrite pour une bonne prospection téléphonique

Tout comme la communication, le service commercial se doit d'avoir des documents préparés pour mener à bien la prospection. Sans ces documents, c'est comme si le commercial « partait à l'aveugle ». On ne court pas un marathon sans préparation, et bien c'est la même chose pour un commercial.

Pour une bonne prospection, peu importe si elle est en physique ou téléphonique, il faut d'abord savoir à quelle cible on s'adresse. Il faut donc en amont, définir la cible souhaitée ; dans notre cas ce sont les paysagistes de la région nantaise. Une fois la cible désignée, il reste à effectuer les recherches nécessaires pour en avoir suffisamment à contacter. Il faut également qu'une quantité soit donnée ; il y a une différence entre contacter une dizaine d'entreprises et contacter une centaine. Pour ma part, nous nous sommes basés sur une trentaine de paysagistes nantais à appeler.

Par la suite, il faut établir un script à suivre lors de la prospection téléphonique. Dans ce script, on doit y retrouver la présentation brève de ma personne, la raison de mon appel. Je dois également demander dans un premier temps si la personne a du temps à m'accorder afin que je sois sûre qu'elle est dans de bonnes conditions pour l'échange. Dès que cela est vérifié, je peux commencer à suivre mon script en posant les questions essentielles recensées préalablement avec M. DEFER. Le but étant de faire parler l'interlocuteur sans qu'il s'éloigne du sujet des plantes carnivores. Les questions étant posées ; je peux passer à l'explication du projet et demander si cela les intéresse de collaborer avec Les Dents de la Terre. Dans le cas où la réponse est oui ; je vérifie avec l'interlocuteur l'adresse mail à laquelle envoyer le dossier présentant le projet. Si c'est non ; je les remercie du temps accordé.

Lorsque l'entreprise est intéressée, je lui envoie donc un dossier illustré de nombreuses photos pour expliquer plus en détails le projet de collaboration. Ce dossier que l'on peut appeler dossier de démarchage, doit comme pour le script être créé en amont des appels. Ainsi, dès qu'un appel est terminé et que l'entreprise souhaite recevoir le dossier, je peux lui envoyer directement sur son adresse mail. Le dossier est composé d'une présentation brève de l'entreprise Les Dents de la Terre, d'une explication plus détaillée du projet et de la démarche de collaboration avec un paysagiste. Pour finir, s'y trouvent des illustrations de mini-tourbières artificielles ainsi que de plantes carnivores afin que les paysagistes se représentent mieux le potentiel de la collaboration. Le dossier comporte également nos différentes coordonnées, dans le cas où ils souhaiteraient nous contacter de nouveau.

C) Ce qu'il faut retenir

Grâce à ces différentes réflexions, nous avons pu répondre à la problématique énoncée précédemment, qui je le rappelle est : « Qu'est-ce qu'une entreprise peut proposer pour augmenter rapidement son chiffre d'affaires ? ».

En effet, autant d'un point de vue commercial que d'un point de vue communicationnel ; chaque service se doit d'entretenir une relation durable avec le client. L'objectif de chaque service, au-delà de vendre, est d'établir dans un même temps une relation solide à long terme, et de satisfaire le client à chaque fois qu'on en a l'occasion. De plus, un client satisfait est plus susceptible de revenir vers notre entreprise pour acheter de nouveau mais il peut également nous recommander à son entourage ; dans tous les cas, cela apporte davantage de chiffre d'affaires à l'entreprise Les Dents de la Terre.

En outre, en développant le service commercial, les opportunités d'augmenter le chiffre d'affaires sont plus importantes. Etant donné que le service commercial actuel se penche vers la prospection téléphonique avec d'établir une collaboration avec des paysagistes ; si les partenariats ont lieu, les ventes de plantes carnivores vont augmenter au même titre que les ventes de prestations de service pour les installations de mini-tourbières artificielles. Cela augmentera par la même occasion la visibilité, la notoriété mais également la clientèle de l'entreprise Les Dents de la Terre.

Savoir comprendre le client et ses besoins ressort comme un point fondamental à respecter pour lui proposer une offre adaptée. Une fois cette étape réussie, la rédaction de supports pour la communication et pour la prospection se fera plus facilement car les objections et les besoins auront été traités préalablement. Comme j'ai pu l'évoquer, les visuels sont également important à choisir pour une meilleure mise en avant du message que l'on souhaite passer. Il ne reste plus qu'à être convaincant et clair dans son récit (en prospection comme en communication) pour que la cible comprenne le message et passe à l'action : achat d'un produit ou d'un service ou réponse à une question.

4. Mes recommandations

Comme évoqué précédemment, pour augmenter rapidement le chiffre d'affaires de l'entreprise Les Dents de la Terre, il faut se préparer en amont avec des documents mais pas seulement. Il faut également suivre des méthodes adaptées pour chaque service permettant à chacun d'eux, d'être efficaces dans leur travail.

A) Améliorer la gestion des réseaux sociaux

En effet, les réseaux sociaux et le site Internet Les Dents de la Terre sont la base de la communication et de la publicité de l'entreprise ; c'est la vitrine de l'entreprise. Elles permettent de d'exposer l'image de la marque mais également de communiquer des messages à la cible. C'est pourquoi l'entreprise Les Dents de la Terre doit mettre tous les moyens dont elle dispose pour rendre sa communication la plus efficace possible afin d'acquérir plus seulement des abonnés mais des acheteurs.

Je recommande donc à l'entreprise Les Dents de la Terre d'être plus actif et régulier sur les réseaux sociaux. En effet, parfois il y a du contenu qui sort une fois par semaine sur YouTube, sur Instagram ou bien sur le blog du site Internet. Et d'autres fois, il se peut qu'aucun contenu ne soit diffusé pendant deux semaines. C'est le cas actuellement (le 08/06/2021), depuis le 15 mai, aucune publication Instagram n'a été postée ; ou bien sur YouTube entre les deux dernières vidéos, un mois s'est écoulé. Bien que la gestion des réseaux sociaux ne soit pas l'activité principale de M. DEFER et que la préparation des commandes prenne du temps, je pense qu'il est important d'y consacrer un peu plus de temps ; s'il veut créer une communauté solide et durable.

En outre, certains contenus contiennent parfois des textes que je trouve personnellement, trop longs. C'est-à-dire qu'il y a trop de paragraphes ; notamment sur un Instagram, lorsqu'un texte est trop long, le lecteur doit cliquer sur « suite ». Cela ne donne pas forcément envie à tous les abonnés de lire autant de textes pour une simple publication. Contrairement à un article de blog, où cela semble plus adapté d'avoir beaucoup de textes et de paragraphes. Sur Facebook ou Instagram, les utilisateurs sont plutôt amateurs de publications faciles et rapides à lire.

Ce sur quoi je pense qu'il est important également de travailler, c'est sur la communication des divers événements auxquels participe Les Dents de la Terre. En effet, je trouve qu'il faudrait davantage annoncer qu'une vidéo YouTube est sortie sur la chaîne Les Dents de la Terre ou bien prévenir lorsqu'un article de blog vient d'être publié sur le site afin d'avoir plus de visiteurs, de lecteurs et plus de vus. La participation à des événements doit aussi être exposée, les abonnés pourront savoir que M. DEFER sera présent à telle foire aux plantes ou à telle conférence ; ainsi ils auront l'occasion de se déplacer pour le rencontrer et échanger avec lui.

En parlant de la participation à des événements, je trouve que prendre des photos et des vidéos au moment où ils ont lieu pourrait être intéressant. Ainsi M. DEFER les partagerait à sa communauté, et ceux qui n'auraient pas pu venir ; pourraient tout de même voir à quoi cela ressemblait. Les abonnés pourraient ainsi voir que M. DEFER participe à de nombreux événements ; cela montre une forme de réputation positive ; cela veut dire qu'il est reconnu dans ce domaine et c'est glorifiant.

Etant donné que M. DEFER est pas mal pris au quotidien entre la réalisation, le tournage et le montage de ses vidéos ainsi que la préparation des commandes du site Internet ; je pense qu'une aide supplémentaire ne serait pas de refus. En effet, je pense personnellement que cela serait bien d'embaucher une personne chargée uniquement de la communication afin que ce service ne soit pas trop délaissé. De cette manière, M. DEFER aurait davantage de temps de son côté, sans se préoccuper à part entière de la communication ; bien évidemment il garderait son droit de vérifier le travail fait et de le valider ou non. Je pense donc que cela pourrait être une bonne idée qu'une autre personne vienne gérer cette partie-là ; tout en laissant M. DEFER faire ses vidéos YouTube mais la personne pourrait par exemple s'occuper du montage qui me semble être la partie la plus longue à traiter.

B) Se pencher davantage sur la nouvelle proposition d'offre

Comme nous en avons parlé avec M. DEFER récemment, nous pensons tous les deux qu'il est intéressant de continuer de travailler sur l'élaboration d'une nouvelle offre : la proposition d'une nouvelle prestation de services comprenant l'installation de mini-tourbières artificielles.

En effet, nous pensons que c'est une belle opportunité pour l'entreprise Les Dents de la Terre de se lancer dans divers partenariats avec des paysagistes de la région nantaise afin d'acquérir de nouveaux clients. Cela permettrait également aux Dents de la Terre d'augmenter ses ventes de plantes carnivores et donc par la même occasion d'augmenter le chiffre d'affaires de l'entreprise. En effet, ce partenariat apportera un réel avantage financier pour Les Dents de la Terre mais aussi cela amènera davantage de visibilité pour cette entreprise aux plantes insolites de la région nantaise.

C'est pourquoi je propose à l'entreprise Les Dents de la Terre de continuer le travail que j'ai déjà bien entamé puisque certains paysagistes ont déjà été contactés par téléphone et par mail pour leur montrer en détails le projet. Après avoir effectué les dernières relances par mail et par téléphone aux différents paysagistes recensés, je pense que M. DEFER devra les relancer par mail ou bien les contacter par téléphone afin d'obtenir potentiellement des accords de partenariats. En effet, il me semble que cela sera plus simple que les paysagistes et M. DEFER communiquent ensemble pour s'accorder sur une éventuelle collaboration et sur comment la mettre en place. Bien que certains paysagistes paraissaient intéressés par cette proposition, il est nécessaire de savoir si cela est toujours d'actualité et s'ils sont capables d'aller jusqu'à l'étape finale : la conclusion d'un contrat de partenariat.

Il peut être intéressant de communiquer d'une autre manière pour mettre en avant ces éventuelles collaborations avec des paysagistes. En effet, je me dis qu'il serait possible de demander à certaines mairies de la région nantaise de communiquer sur Les Dents de la Terre sur justement cette nouvelle offre de service proposée par l'entreprise. En échange de cela, M. DEFER pourrait venir installer des tourbières artificielles dans des jardins publics de certaines villes aux alentours de Nantes afin de mettre en avant les plantes carnivores mais également de se faire de la publicité partagée à une plus grande cible.

Mes conclusions finales

A) Quel bilan professionnel j'en tire ?

A travers ce mémoire et mon stage d'une durée de neuf semaines ; j'ai pu traiter un problème dans son entièreté, auquel j'ai été confronté durant mon stage. Pour autant, ce n'est pas la seule chose qui m'a préoccupée pendant ces deux mois.

En effet, ce stage était le premier que j'effectuais, c'est pourquoi il me tenait davantage à cœur de réaliser correctement les missions que l'on m'avait données. Une première expérience professionnelle dans le domaine de mes études était une étape importante ; et je l'ai bien vécu grâce à la bonne intégration de M. DEFER dans son entreprise Les Dents de la Terre. Les missions étaient variées et m'ont permis de développer de nombreuses compétences aussi bien relationnelles que rédactionnelles. J'ai pu découvrir ce que c'était le côté concret de ma formation ; rédiger et publier des posts Instagram avaient une réelle dimension professionnelle. Je me sentais vraiment impliquée dans l'entreprise ; j'avais et j'ai encore la volonté que l'entreprise réussisse.

Je le rappelle, ma problématique est la suivante : « **Qu'est-ce qu'une entreprise peut proposer pour augmenter rapidement son chiffre d'affaires ?** ». Elle met donc en avant un problème d'augmentation du chiffre d'affaires de l'entreprise Les Dents de la Terre ; que j'ai su identifier par mes propres moyens mais dont on a également discuté avec M. DEFER et M. NIEUL.

Ce problème d'augmentation du chiffre d'affaires a pour moi deux causes : une faible visibilité de manière générale par rapport à la cible et une offre pas assez large. C'est pourquoi nous avons pensé à établir une nouvelle proposition de prestation de service qui consiste en l'installation de mini-tourbières artificielles dans des jardins privés ou bien publics. Cette offre pourrait, je pense, faire augmenter le chiffre d'affaires de l'entreprise Les Dents de la Terre considérablement. En effet, cela mettrait en lumière les végétaux insolites que sont les plantes carnivores pour les faire connaître davantage au grand public. De plus, M. DEFER pourrait au lieu de vendre uniquement ses plantes carnivores ; vendre une prestation complète comprenant la main d'œuvre, les plantes carnivores, l'aquanappe mais également le substrat.

Cette nouvelle proposition est déjà source de résultats positifs puisqu'à ce jour (le 09/06/2021), neuf entreprises de paysagisme sur les vingt-six contactées, ont accepté de recevoir un mail pour voir à quoi ressemblent des plantes carnivores ainsi que des mini-tourbières. Je pense que c'est donc un bon début, car s'ils ont reçu un mail, c'est qu'ils étaient intéressés par le projet Les Dents de la Terre. Il faut donc que je les relance par mail en leur suggérant de contacter M. DEFER sur ses coordonnées personnelles afin d'établir potentiellement un partenariat. Il ne restera donc plus qu'à M. DEFER de reprendre mon travail pour l'approfondir et pourquoi pas obtenir un accord pour une collaboration.

Concernant les réseaux sociaux sur lesquels j'ai créé du contenu et diffusé des posts Instagram, cependant je pense qu'il est difficile de constater une différence significative des abonnés ou des visiteurs sur une aussi courte période. En effet, il me semble que l'on pourrait remarquer une nette augmentation des abonnés sur Instagram ou des visiteurs sur le site Internet Les Dents de la Terre. Il faudrait attendre plutôt trois à six mois pour constater une éventuelle évolution positive.

De plus, pour les articles de blog, j'ai eu l'occasion de les rédiger et de les mettre en forme avec les différentes images choisies préalablement mais pas de les publier encore. M. DEFER doit encore vérifier et apporter ses modifications à ces derniers afin qu'ils soient totalement prêts à être diffusés.

Pour ce qui est du site Internet, le nombre de visiteurs a beaucoup augmenté sur ma période de stage. Cependant, cette augmentation est à nuancer ; elle n'est pas dû uniquement à mon travail de communication sur Instagram sollicitant les abonnés à se rendre sur le site. Elle se doit également à la réouverture de la boutique en ligne en date du 2 mai 2021, qui a fait exploser les visiteurs ainsi que les commandes. Sur le graphique ci-contre, on peut observer la nette augmentation des visiteurs sur le site Les Dents de la terre durant le mois de mai. En effet, suite à la réouverture, plus de 200 commandes ont été passées ; ce qui explique l'augmentation massive des visiteurs sur le site.

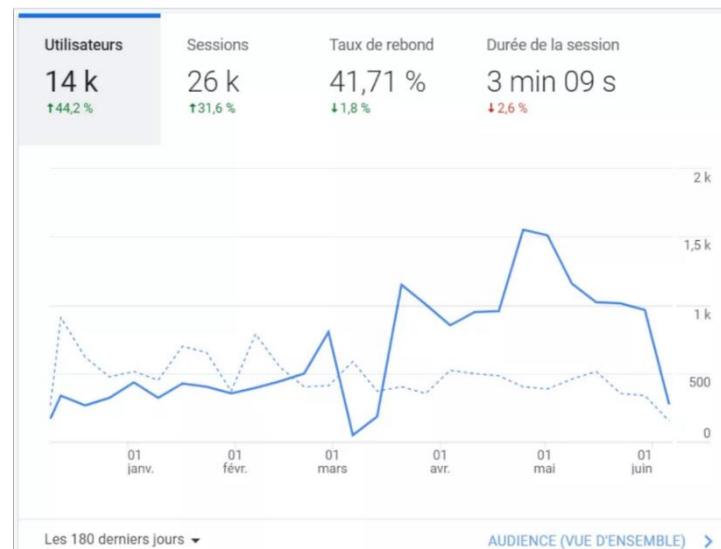


Photo 5 : Graphique du nombre de visiteurs de janvier à juin 2021

Face à ma problématique énoncée précédemment, je conclue donc qu'il me semble important de renforcer le service communication en embauchant une nouvelle personne pour qu'elle s'occupe de ce service à part entière. De cette manière, cela rendra l'entreprise plus active et plus visible sur les réseaux sociaux et cela pourra apporter de nouveaux prospects.

De plus, comme j'ai pu le dire plusieurs fois, la proposition d'une nouvelle offre de prestation de service me semble être une activité sur laquelle il faut continuer de travailler. En effet, les paysagistes contactés ne semblent pas fermés à la proposition de collaboration. C'est pourquoi il faut approfondir ce sujet qui pourrait aboutir à des partenariats solides et donc à une nette augmentation du chiffre d'affaires de l'entreprise Les Dents de la Terre.

L'augmentation du chiffre d'affaires d'une entreprise de manière générale, ne peut se jouer que sur un aspect ; il implique de modifier certaines choses de l'entreprise : une façon de travailler, une offre différente à proposer ou bien simplement d'embaucher pour apporter une nouvelle méthode de travail et de nouvelles idées.

B) Mon enseignement personnel

Comme je l'ai cité ci-dessus, ce stage fut ma première expérience professionnelle en lien avec ma formation, c'est-à-dire, mon tout premier stage. Pour être honnête, j'avais de l'appréhension quant à la réalisation de mon stage totalement en télétravail. Cependant, celui-ci s'est très bien déroulé durant les deux mois, bien qu'au début du stage il m'a fallu un petit temps d'adaptation pour passer de la semaine projet autour de la création d'entreprise fictive au concret que permet le stage. Pour autant, M. DEFER a su me donner des missions permettant un temps de découverte sur le sujet des plantes carnivores avant que je me lance dans le cœur du stage.

Ce stage fut très enrichissant autant d'un point de vue professionnel que personnel car il m'a permis d'apprendre à maîtriser de nouveaux outils et logiciels. Il m'a surtout fait acquérir de nouvelles compétences et connaissances qui me seront évidemment utiles dans mon avenir professionnel mais aussi personnel. Dans ces compétences, celle qui ressort davantage et dont je suis la plus fière, c'est la capacité à proscrire au téléphone. Cette mission de prospection m'a permis de développer mon aisance à l'oral ainsi que ma capacité à être convaincante. Je pense que ces deux compétences m'aideront fortement pour de futures expériences dans le monde du travail.

Bien que ma formation m'ait appris beaucoup de choses notamment dans le domaine commercial et dans le domaine de la communication. Le stage m'a fait voir les aspects concrets de ces deux domaines et m'a permis de découvrir des choses que je n'aurai pas pu connaître uniquement grâce à ma formation. C'est pourquoi je trouve que ce stage de fin d'études permet d'apporter une touche professionnalisaante à notre formation de Techniques de Commercialisation et que c'est essentiel de passer par un stage pour mettre en pratique nos connaissances et compétences acquises lors de notre formation.

Concernant ma poursuite d'études, ce stage m'a aidé à y voir plus clair dans ce que je veux faire plus tard. Bien que ce stage m'ait beaucoup plu et m'ait apporté une multitude de connaissances, il m'a conforté dans mon choix de me diriger plutôt vers le domaine du marketing que celui de la

communication. En effet, à la suite de mon DUT Techniques de Commercialisation, je compte intégrer une Licence en troisième année afin de m'orienter vers le marketing. La communication ne m'a tant plu que ça, et je pense que ce n'est pas vraiment pour moi ; c'est pourquoi je préfère faire des études de marketing, et ce, jusqu'au master. A l'instant même où j'écris, je ne sais encore dans quelle IAE (Institut des Administrations des Entreprises) je vais car je suis en attente des résultats des écoles ; bien que mon premier choix soit l'IGR Rennes proposant des études s'orientant vers la gestion et le marketing.

Pour autant, les compétences et les connaissances acquises durant ce stage dans le service communication et le service commercial, me serviront certainement dans mes prochaines études ou bien dans mes futures expériences professionnelles. Ce stage m'aura donc permis de faire un choix entre les études dans la communication et celles dans le marketing ; c'est pourquoi je pense que ce stage a été d'une grande aide à ce sujet.

Pour ce qui est de ma formation à l'IUT d'Angers, elle m'aura appris beaucoup en termes de connaissances scolaires mais aussi personnelles. Au-delà d'un diplôme, j'ai obtenu de nombreuses compétences qui m'ont servi tout au long de ma formation, ainsi que pendant mon stage ; et qui, je pense, me seront utiles à l'avenir. Je suis reconnaissante d'avoir fait partie de cette formation riche en projets et en matières, avec des professeurs très intéressants et impliqués dans notre réussite. Je pense pouvoir continuer sereinement mes études grâce à ces deux années de formation très enrichissantes et professionnalisantes.

Bibliographie et Sitographie

A) Bibliographie

- EL HOUSNI, Youssef, *Les métiers de la vente* (cours)
- NIEUL, Ludovic, *Le traitement des objections* (cours)
- PELLOQUET, Isabelle, *Le fonctionnement de la publicité* (cours)
- BOUVERNE, Axelle, *Le référencement naturel* (cours)

B) Sitographie

- DEFER, Enzo, « Mon aventure », in Les Dents de la Terre [en ligne]. [Page consultée le 03/06/2021] <https://lesdentsdelaterre.com/histoire-passion-des-plantes-carnivores/>
- DEFER, Enzo, « Woo Commerce », in Les Dents de la Terre [en ligne]. [Page consultée le 07/06/2021] Page privée car comporte les coordonnées des clients
- Inconnu, « Audience : quel âge ont les utilisateurs des principaux réseaux sociaux ? », in Verticaly [en ligne]. [Page consultée le 06/06/2021] <https://www.verticaly.fr/blog/ages-moyens-medias-sociaux/>
- PIGNOL, Juliette, « Chiffres YouTube – 2021 », in Blog du modérateur [en ligne]. [Page consultée le 06/06/2021] <https://www.blogdumoderateur.com/chiffres-youtube/>
- BRIAND, Antonin et SERRE, Philippe, « Les dépenses des Français en loisirs de plein air », in Insee [en ligne]. [Page consultée le 06/06/2021] <https://www.insee.fr/fr/statistiques/3052936>

Table des illustrations

Photo 1 : Dionaea muscipula (Dionée Attrape-mouche)	9
Photo 2 : Exemple d'image mise en avant pour article de blog	15
Photo 3 : Exemple d'épingle Pinterest.....	16
Photo 4 : Exemple (chromos) fiche de culture <i>Cephalotus follicularis</i>	17
Photo 5 : Graphique du nombre de visiteurs de janvier à juin 2021	32

Annexes

Annexe 1 : Tableau synthétique de mes missions

Intitulé de la mission	Temps consacré en %	Moyens mobilisés	Difficultés rencontrées
Rédaction d'articles de blog	45%	<ul style="list-style-type: none"> • Rédactionnel • Créativité • Guide pratique Les Dents de la Terre • Vidéos YouTube Les Dents de la Terre • Mise en forme (Elementor et Wordpress) 	Trouver des idées d'articles. Avoir suffisamment d'informations pour faire un article de minimum deux pages.
Rédaction de posts Instagram	20%	<ul style="list-style-type: none"> • Rédactionnel • Originalité • Site Les Dents de la Terre • Fiches culture Les Dents de la Terre 	Trouver des idées originales de posts. Ne pas faire de textes trop longs.
Création d'épingles Pinterest	5%	<ul style="list-style-type: none"> • Créativité • Rédactionnel • Retouche photo • Maîtrise outil Canva 	Trouver des idées d'épingles sans se répéter.
Prospection téléphonique	30%	<ul style="list-style-type: none"> • Relationnel • Aisance oral • Site Les Dents de la Terre 	Convaincre l'interlocuteur alors qu'il n'est pas intéressé

Annexe 2 : Script pour la prospection téléphonique

Bonjour, je m'appelle Axelle Robion, je travaille pour les Dents de la Terre, une entreprise qui commercialise des plantes carnivores (en ligne + foires aux plantes), du matériel pour leur entretien et du contenu numérique. Je me permets de vous appeler pour avoir quelques renseignements sur vous et votre entreprise qui m'intéresse beaucoup et j'aimerais vous poser quelques questions.

On se disait donc que l'on pourrait se rapprocher de paysagistes et proposer une prestation de services, comprenant vos projets d'aménagements extérieurs de base mais en apportant la touche des plantes carnivores.

J'ai donc plusieurs questions à vous poser si cela vous intéresse d'échanger sur le sujet ?

Infos importantes à aller chercher :

1. Avez-vous déjà pensé aux PC → Si non → renchérir pourquoi ? ça vous semble compliqué à cultiver ? vous trouvez ça moche ? Vous aimeriez voir à quoi cela peut ressembler ? Quel type de massif vous réalisez le plus ? Seriez-vous intéressé pour avoir une presta en plus, ou ce que vous faites déjà vous convient ?

Est-ce qu'on pourrait avoir un ordre d'idée, projet végétal, installation de massif ? Ce qu'englobe le prix ? le client vient à vous, ou c'est vous qui démarchez vos clients ? Ca vous arrive de montrer vos nouveautés ? Quelle est votre clientèle type ? Ils aiment l'originalité ?

2. Quelles sont les O que vous proposez ? bcp de travaux, taille de vos effectifs ? travaillez vous déjà avec des prestataires (quelles sont leur missions, vous les connaissez depuis longtemps) de S externes (pépiniéristes, dessins) ? quels prix pour vos prestataires ? 300/500€ la demi-journée juste pour la presta → Enzo a déjà fait des réalisations de tourbière artificielle (parc du puy du fou) ; régularité prestataires ; clients réguliers ou uniQ ? quel type d'entreprise extérieur ? des boîtes de la région nantaise ? avec qui elle est en partenariat ?
 3. Pq vous travaillez pas avec des prestataires ? Vous êtes pas intéressés ? Vous avez pas eu l'opportunité ? Cela permet à certaines entreprises de se distinguer.
- Jardinier du parc du puy du fou qui l'a contacté → 250€ demi-journée et 250€ plantes ; matériel substrat, aquanappe → financé par le puy du fou ; mais Enzo peut les fournir mais marge supp

Je suis pas la bonne personne → est ce que vous pourriez passer le contact de la personne qui aurait cette info ?

Est-ce que je peux avoir qqn d'autre si vous avez pas trop de temps à me consacrer ? Votre aide nous serait très précieuse, votre expertise pourrait nous aider.

A la fin des questions → parler du projet : pour connaitre votre intérêt ou si vous pourriez me recommander, ou me donner des numéros de personnes et nom de la pers et ce qu'elle fait à qui ça pourrait intéresser ?

Suite Annexe 2 :

4. Si intéressé : le projet serait de concevoir le milieu naturel des plantes carnivores → créer une tourbière artificielle, peut être remplacée par massif classique → parler des bénéfices, permet à vos clients de végétaliser leur jardin de manière insolite → massif unique ; plantes qui vivent très bien en extérieur (-10°) → seule différence : on peut pas planter dans la terre de base → étanchéifier la tourbière (zone humide, marécageuse) ; projet qu'il a déjà mené avec la ville de Nantes, le grand parc du puy du fou, le centre aéré de la ville de saint Sébastien sur Loire, chez des clients
➔ On peut vous constituer un dossier avec photos pour vous montrer ce que ça peut donner

Comment ils nous positionnent par rapport à leur boîte ? est ce qu'ils trouvent que c'est envisageable ou peuvent-ils nous recommander ? Pouvez-vous me filer un contact ou me mettre en relation ?

Quel est le meilleur moment pour vous appeler ?

Merci de votre temps

Annexe 3 : Dossier exposant le projet Les Dents de la Terre

LES DENTS DE LA TERRE



La Passion des Plantes Carnivores par Enzo Defer



découvrir, d'observer, de comprendre son fonctionnement et sa culture fut plus forte que ma déception précédente.

La deuxième tentative fut la bonne puisque aujourd'hui, environ **300 espèces et variétés différentes** cohabitent dans **ma collection de plantes carnivores**.

C'est grâce à ces expériences de mon enfance que j'ai décidé d'orienter mes études dans le domaine du végétal qui me passionnait tant et qui me fascine toujours autant.

J'ai donc choisi de faire un **Baccalauréat Production Horticole** en 2016 ainsi qu'un **BTS Production Horticole** en 2018. Ces diplômes m'ont permis d'avoir une première approche du monde du végétal et ainsi d'acquérir les compétences nécessaires à la culture des plantes.



En parallèle de mes études en **2018**, m'est venue l'idée de **créer officiellement mon entreprise LES DENTS DE LA TERRE**. Cela a été un choix évident pour moi de mélanger ma passion et mon travail, je ne pouvais pas passer à côté de cette occasion.

A la suite de la création de mon entreprise, il était essentiel pour moi d'affirmer mon professionnalisme en tant que gestionnaire et d'approfondir mes connaissances dans entrepreneurial. C'est pourquoi en 2019, tout en continuant mon activité LES DENTS DE LA TERRE, j'ai décidé d'effectuer une **Licence Professionnelle Entrepreneuriat**.

Mon parcours scolaire n'a été qu'un appui quant à la découverte du monde végétal. Depuis que j'ai 10 ans, je me fais ma propre expérience et j'ai beaucoup appris de la petite collection de plantes carnivores que j'entretenais dans le jardin familial. L'envie constante d'agrandir la famille était une évidence. Cela me permet de m'évader et d'avoir mon petit jardin secret à moi. L'endroit où je suis pleinement moi-même ? Dans ma serre.



1. Présentation LES DENTS DE LA TERRE

Il faut tout d'abord que je me présente pour que vous compreniez davantage l'univers passionnant dans lequel je travaille.

Je m'appelle **Enzo Defer**, et je dirige aujourd'hui à 100% mon entreprise : **LES DENTS DE LA TERRE**.

Le projet **LES DENTS DE LA TERRE** est à l'origine une simple **passion pour les plantes**, puis la détermination d'entreprendre est venue s'y ajouter, et cela a donné une merveilleux mélange.



Ma passion pour les plantes n'est pas anodine : je la tiens de **mon grand-père**. Ancien maraîcher, il passait de longues heures dans son jardin afin de s'occuper du potager et du verger. Son jardin, c'était toute sa vie. J'aimais passer du temps et partager des moments forts avec lui dans son jardin, je pouvais passer des heures à écouter ses nombreuses anecdotes.

C'est ainsi qu'il **m'a transmis sa passion et son savoir sur ce monde fascinant des plantes**. Me voilà fier aujourd'hui d'en être arrivé là car sans lui, Les Dents de la Terre n'aurait jamais existé...

Il y a une seconde raison à ma volonté de créer Les Dents de la Terre. Déjà intéressé par le milieu végétal, c'est en parcourant les allées d'une jardinerie à l'âge de 10 ans que je tombais nez à nez devant l'incontournable **Dionée attrape-mouche**.

Ma première expérience fut décevante puisque ma première plante carnivore ne resta pas vivante très longtemps... Cependant, mon envie de



2. Mon projet

Maintenant que vous en savez davantage sur moi et l'histoire des **DENTS DE LA TERRE**, je vais pouvoir vous exposer mon nouveau projet.

Opérant depuis un mois avec **une stagiaire**, nous avons eu l'idée de travailler sur un nouveau projet. En effet, actuellement je vends mes plantes carnivores sur ma boutique en ligne. J'aimerais cependant **développer une nouvelle offre** pour faire évoluer davantage **LES DENTS DE LA TERRE**.

Cette nouvelle offre consiste à proposer une **prestation de services à mes clients**. C'est-à-dire que plutôt de leur vendre uniquement une plante carnivore à l'unité, je voudrais leur vendre une **expertise complète**. Ce service comprendrait **l'installation d'une mini-tourbière** dans le jardin des clients, avec les **plantes carnivores** choisies préalablement, accompagné du **substrat** adapté à leurs cultures et les clients auront également le droit aux **conseils de culture**. La question de la gestion du Service Après-Vente se pose encore.

J'ai déjà procédé auparavant à des installations de tourbières, comme vous pouvez le voir sur la photo juste ici.



C'était lors d'une **collaboration avec le Parc du Puy du Fou** en Vendée, vous pourrez retrouver ma réalisation au niveau de la Vallée Fleurie à côté du spectacle "Les Grandes Eaux".

Le but de ce projet et c'est pourquoi nous avons décidé de vous contacter, c'est de faire une **sorte de partenariat**. Lorsque vous proposerez un aménagement de jardin à un client, vous pourrez lui soumettre l'idée des plantes carnivores et par la même occasion parler de mon intervention.



Suite Annexe 3 :

3. La démarche

Collaborer avec un ou une paysagiste serait pour moi un excellent moyen d'accroître la visibilité de ma boutique : LES DENTS DE LA TERRE. En effet, le bouche-à-oreille dans ce genre d'activités se propage rapidement.

Cela me permettrait également d'augmenter mes ventes de plantes carnivores mais aussi de substrat spécial plante carnivore ou bien encore de pots en plastique. Car je ne vendrai plus seulement des plantes carnivores à l'unité mais tout le nécessaire pour la culture de celles-ci.

Bien évidemment, c'est bénéfique pour vous aussi, puisque vous proposerez des plantes insolites que très peu de paysagistes proposent actuellement. Cela marquera votre différence sur le marché des paysagistes nantais et vous aurez un avantage concurrentiel sur eux.

Cultivez des plantes insolites et fascinantes

sur votre boutique LES DENTS DE LA TERRE



4. Nous contacter

Vous pouvez soit me contacter sur mon portable au **06 43 71 23 02** (Enzo Defer) ou bien contacter de nouveau ma stagiaire sur son portable (Axelle Robion) au **06 51 77 35 73**.

Si vous préférez nous envoyer un mail, vous pouvez à cette adresse : cultivonslinsolite@gmail.com

Vous pouvez également aller faire un tour sur le site internet : [Les Dents de la Terre](http://LesDentsde laTerre) afin d'en découvrir davantage.



Sarracenia leucophylla
'Dark red'



Dionaea muscipula



Fleur de Sarracenia

Mini-tourbière artificielle réalisée par Enzo



Annexe 4 : Proposition visuelle d'un guide pour Instagram



No. 1

- **Choix du matériel : mini-serre ou pot maison**



No. 2

- **De l'eau adéquat pour les plantes carnivores**



No. 3

- **Un substrat spécial plantes carnivores**



No. 4

- **Semis dans la mini-serre**



No. 5

- **Semis dans le pot avec du cellophane**



ENGAGEMENT DE NON PLAGIAT

Je, soussigné(e) ROBION Axelle
déclare être pleinement conscient(e) que le plagiat de documents ou d'une
partie d'un document publiée sur toutes formes de support, y compris l'internet,
constitue une violation des droits d'auteur ainsi qu'une fraude caractérisée.
En conséquence, je m'engage à citer toutes les sources que j'ai utilisées
pour écrire ce rapport ou mémoire.

signé par l'étudiant(e) le **09/06/2021**