

Período de prácticas del segundo año en la enseña Electro Dépôt.

Electro Dépôt es una empresa que es detenido por la Asociación Familiar Mulliez. Esta asociación tiene otras numerosas enseñas como por ejemplo Auchan, Decathlon y Leroy Merlin. Durante este período de prácticas, mis misiones tenían como objetivo aumentar la frecuentación de los clientes en la tienda. Para alcanzar este objetivo, busqué a nuevos clientes, realicé varias publicidades sobre Electro Dépôt y hice un cuestionario.

Mi primera misión consistía en encontrar a nuevos clientes porque la empresa quería diversificar el tipo de sus clientes. Entonces, busqué a profesionales como campings, hoteles, personas que poseen moradas y las personas que organizan bingos. Para encontrar a estos profesionales, fui sobre las páginas Internet. Luego, estos contactos fueron reagrupados en una base de datos. Al fin de esta misión, esta base de datos contenía 575 contactos. Envié a todos los profesionales una oferta comercial por correos electrónicos. Esta oferta tenía por objeto incitar a los profesionales a comprar productos en nuestra tienda. Además, permitía a los que no conocían la enseña de conocerla. Algunas semanas después, llamé a los profesionales por teléfono para saber si la oferta comercial les interesaban y para tener otras informaciones sobre ellos.

Entre las otras misiones que efectué, realicé cambios sobre un catálogo de Electro Dépôt Angers. Estos cambios permitieron dar más visibilidad e informaciones sobre la enseña. Estas informaciones son las siguientes: la dirección, las señas GPS, el número de teléfono y el fax. Realicé también una publicidad para Electro Dépôt que será en un catálogo anual reservado para los militares de un cuartel situado a Avrillé.

Para acabar, hice y analicé un cuestionario. Hubo 231 personas que han sido interrogadas. Las respuestas de estas personas permitieron hacer un análisis. A través de este análisis, podemos ver que la mayoría de los clientes es satisfecha porque atribuyeron a Electro Dépôt la nota de 8. Sin embargo, la empresa tiene también puntos débiles como por ejemplo las personas que no compran productos porque no les encuentran en la tienda.

Para concluir, algunas de mis misiones van a servir para la enseña como la publicidad para el catálogo de los militares. Tuve informaciones sobre los profesionales. Estas informaciones podrán ser utilizadas para acciones que podría llevar la empresa. Aprecié la diversidad de las acciones que llevé durante este período de prácticas. Además, realicé acciones en la tienda que me permitieron ver de manera más concreta lo que es el mundo de la distribución.

Quelles actions permettent d'augmenter le « flux client » dans le magasin Electro Dépôt Angers ?



Sommaire

I)Description de l'entreprise	2
1)Organigramme de l'entreprise	4
II)Description du stage.....	4
1)Base de données : listing de professionnels.....	5
2)Un mail et une newsletter accrocheurs !	6
3)Relances téléphoniques.....	7
4)Modification de la dernière de couverture du catalogue Electro Dépôt.....	14
5)Réalisation et analyse d'un questionnaire.....	15
6)Publicité pour le catalogue de l'Amicale des engagés volontaires du 6ème Régiment du Génie	16
III)Les « Hors-missions »	18
IV)Analyse d'un ou plusieurs points pertinents du stage.....	18
V)Apport du stage pour l'étudiant et pour l'entreprise.....	18
1)Apport du stage pour l'étudiant	18
2)Apport du stage pour l'entreprise.....	19
VI)Conclusion.....	19
VII)Annexes.....	1
Sitographie.....	1
Les base de données	1
E-mail : offre commerciale et newsletter.....	2
Guide d'entretien téléphonique.....	4
Mail suite aux relances téléphoniques.....	5
Dernière page de catalogue.....	6
Le questionnaire.....	8
Résultats du questionnaire.....	12
Détails du questionnaire.....	26
Publicités pour le catalogue annuel de l'Amicale des engagés volontaires du 6ème Régiment du Génie.....	27
Engagement de non plagiat.....	30

REMERCIEMENTS

Je remercie tout particulièrement John GODFROY de m'avoir permis de réaliser ce stage ainsi que son équipe au sein de laquelle j'ai appris à mener différentes actions dans le magasin. Je les remercie pour leur compréhension, leur intérêt et leurs conseils.

Je remercie également Mme LEMOINE pour m'avoir suivie durant ce stage.

Introduction

J'ai choisi ce stage par rapport au métier que j'envisage d'exercer et à ma poursuite d'études : licence DistriSup Management. En effet, Electro Dépôt est un partenaire de cette licence. Dès lors, cette enseigne me permettait de réaliser mon stage mais également d'apprendre des éléments relatifs à la licence. La problématique de mon stage est la suivante : Quelles actions permettent d'augmenter le « flux client » dans le magasin Electro Dépôt Angers ? En conséquence, mes missions ont eu pour objectifs :

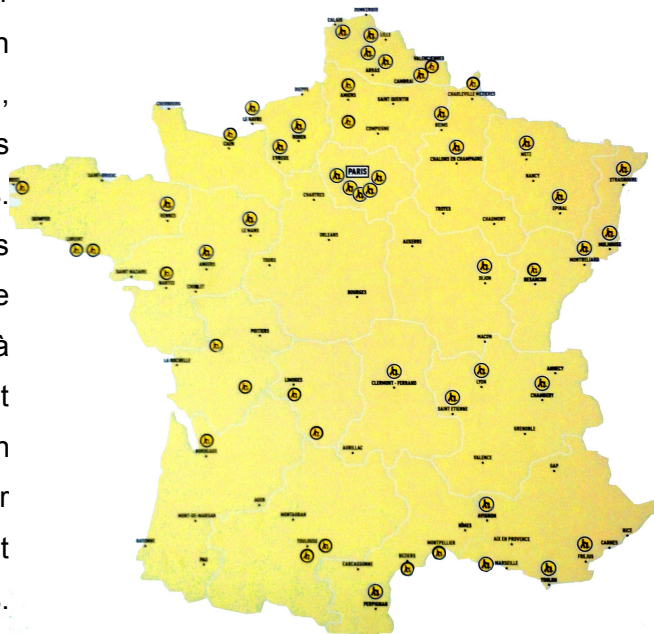
- L'acquisition de nouveaux contacts au travers de la réalisation d'une base de données et de relances téléphoniques
- La réalisation de communications afin d'améliorer la visibilité de l'enseigne.
- La réalisation d'un questionnaire afin de connaître les motifs d'insatisfactions des clients pour pouvoir réaliser des changements.

Dans un premier temps, le dossier présentera l'entreprise puis, les différentes missions évoquées ci-dessus seront développés et pour finir, le dossier montera les apports de ces missions pour l'entreprise et moi-même.



I) Description de l'entreprise

L'enseigne Electro Dépôt est détenue par l'Association Familiale Mulliez (AFM). Celle-ci en possède de nombreuses autres comme Auchan, Décathlon ou encore Leroy Merlin. Ces enseignes sont divisées en plusieurs groupes. Electro Dépôt appartient au groupe HTM dans lequel on peut également retrouver le grossiste SMS, B'Dom (assistance informatique à domicile), le site de E-commerce Webdistrib et l'enseigne Boulanger. Electro Dépôt est un magasin low-cost qui a été créé en 2003 par Pascal Roche. Le premier point de vente est situé à Bruay-la-Buissière dans le Pas-de-Calais. Désormais Electro Dépôt compte plus de 50 magasins et l'enseigne continue son essor.



Electro Dépôt s'appuie sur le mode « Cash and Carry » qui signifie : vous choisissez, vous payez, vous emportez. Les points de vente sont situés en périphérie de grandes agglomérations et leur surface représente 1500 à 2000 m². Les produits sont neufs et ils sont présentés sur palettes, en conditionnement et carton d'origine. L'enseigne propose une offre produits dans tout ce qui est Electroménager, Son/Hifi, Image, Multimédia. En effet, il existe deux grandes parties dans le magasin : le BRUN qui regroupe tous les produits relatifs au multimédia, à l'image et au son. Le BLANC qui regroupe les petits électroménagers (PAM), les gros électroménagers (GAM) et l'aménagement de la maison (ADM).

Les prix pratiqués sont en moyenne 20 % inférieurs au marché. Ces prix sont rendus possible au travers de différents moyens. En effet, les magasins Electro Dépôt reposent sur un service limité, une gamme courte et l'enseigne ne s'occupe pas des livraisons. Le type de vente est le libre service et non la vente assistée. Le personnel se doit d'être productif et polyvalent. Au niveau des achats, l'enseigne les concentre pour faire le maximum de volume avec son fournisseur. Dans cette enseigne, les produits sont traités par PCB (par combien) qui représente une unité de manutention. Pour Electro Dépôt, le minimum est le carton qui contient entre 10 et 20 produits ou encore la palette. Tous ces éléments permettent de réaliser des économies ce qui va se répercuter au niveau des clients qui vont acheter moins chers.

Au niveau de la « perception client », l'enseigne souhaite que ces derniers est l'impression de pouvoir choisir malgré une étendue de choix de produits limitée « Chez Electro Dépôt, la rotation prime le choix. ». Elle souhaite également que les clients perçoivent en l'enseigne des produits qui ont un très bon rapport qualité/prix. De nombreux slogans permettent de montrer à la clientèle mais également aux collaborateurs la politique de l'enseigne comme par exemple : « service minimum, sourire maximum ».

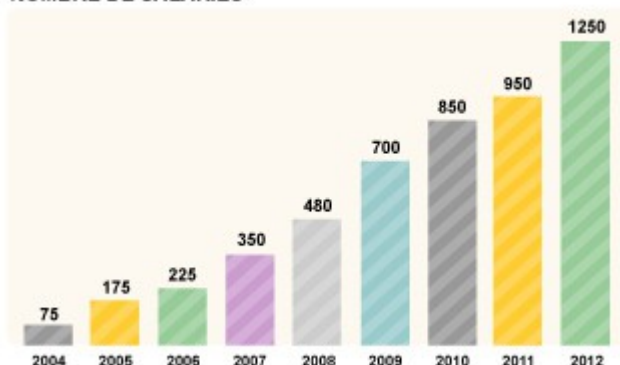


En ce qui concerne les ressources humaines, en règle générale, le magasin possède à sa tête un directeur qui est épaulé par trois responsables : deux adjoints responsables du commerce et un de la logistique-SAV. Ensuite, on retrouve les équipiers-magasin qui correspondent aux vendeurs dans d'autres points de vente et les équipiers-caisse qui correspondent aux hôtesses de caisses. Le terme « équipier » a été mis en place par le magasin pour mettre en avant la synergie au sein d'un groupe, d'une équipe. Ces dernières années, Electro Dépôt a créé de nombreux emplois puisque l'enseigne est passée de 30 collaborateurs à plus de 200 actuellement (entre 150 à 180 emplois ont été créés en 1 an). Lorsqu'un nouveau collaborateur entre dans l'enseigne, il effectue une journée d'intégration qui lui permet de partager le projet et la culture de l'entreprise.

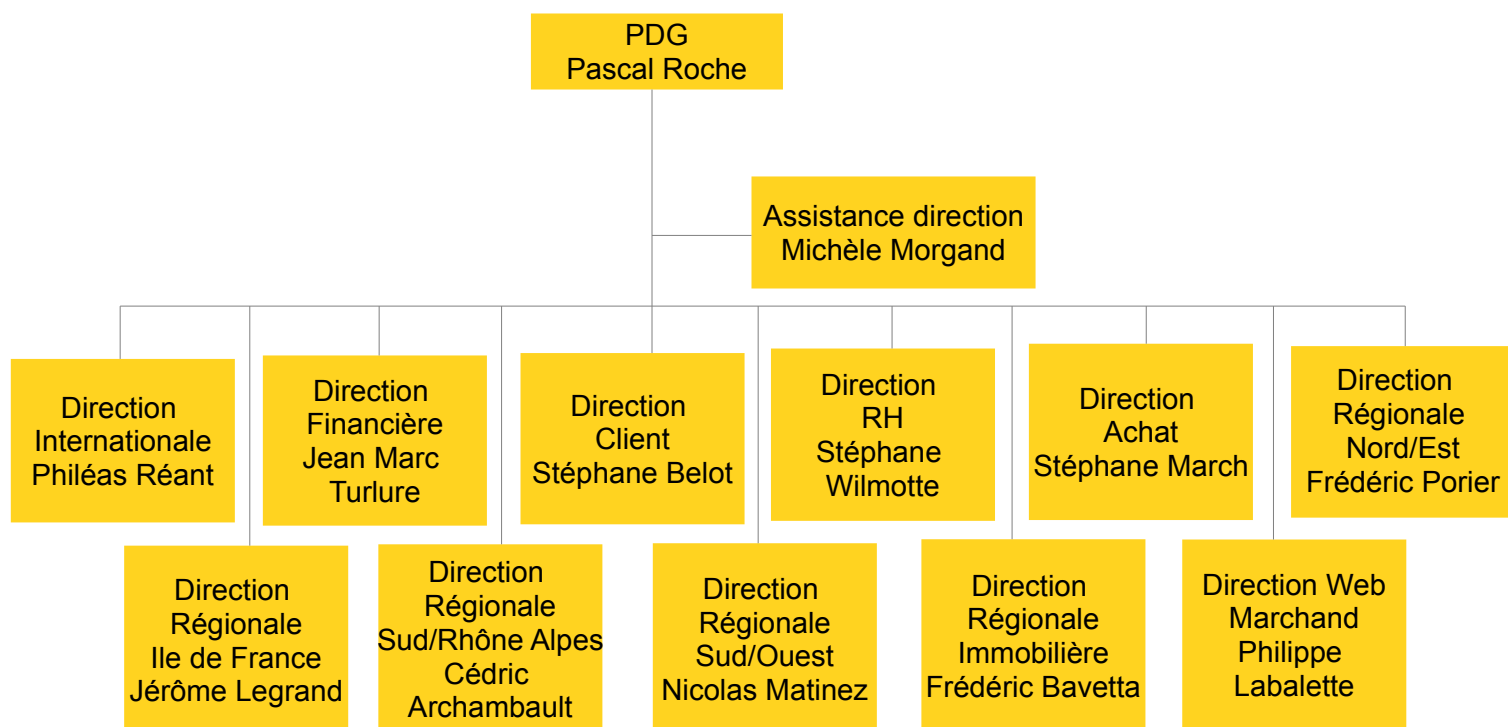
NOMBRE DE MAGASINS



NOMBRE DE SALARIÉS



1) Organigramme de l'entreprise



II) Description du stage

Les missions de mon stage ont eu pour objectif d'augmenter la fréquentation dans le magasin Electro Dépôt Angers. Pour cela, plusieurs missions ont été effectuées durant le stage. Afin d'avoir une vision d'ensemble de ces missions, les intitulés de chacune seront répertoriées dans un tableau afin de voir à quelle période elles ont été menées. Puis, celles-ci seront successivement détaillées afin d'exposer leurs objectifs et les résultats obtenus.

Mon temps de présence était organisé de la façon suivante : une partie de la journée était réservée aux missions et l'autre aux différentes actions à mener au sein du magasin. Cet aménagement était particulièrement intéressant car il m'a permis de mener mes missions mais également de découvrir différentes composantes du magasin (la signalétique, la mise en rayon, l'encaissement, etc).

Tableau récapitulatif des missions et des actions menées pour le magasin.

	Missions
Semaine 1	BDD : listing de professionnels, mail et newsletter, dernière de couverture du catalogue d'Electro Dépôt + encaissement
Semaine 2	
Semaine 3	
Semaine 4	Questionnaire + encaissement
Semaine 5	Relances téléphoniques des contacts + pointage des produits du catalogue dans le magasin et mise en place de la signalétique
Semaine 6	Relances téléphoniques et catalogue de l'Amicale des engagés volontaires du 6ème Régiment du Génie + mise en place de la signalétique
Semaine 7	Mise en rayon, balisage, travaux sur les données chiffrées du magasin
Semaine 8	/

1) Base de données : listing de professionnels.

Durée de la mission :

3 semaines

Contenu de la mission :

Rechercher des professionnels (campings, gîtes, bowlings, lotos, chambres d'hôtes et hôtels) à l'aide de sites Internet. La localisation des professionnels était délimitée dans un périmètre incluant les villes situées entre : Cholet, Saumur, Tours, La Flèche, Laval, Chateaubriand, la Côte Atlantique et la Côte Vendéenne.

Objectifs :

Création d'une base de données des professionnels afin d'augmenter le chiffre d'affaires du magasin et de diversifier les clients.

Résultats quantitatifs et qualitatifs :

La base de données est constituée de 575 contacts. Il y a 463 contacts avec un e-mail.

D'un point de vue qualitatif, les différentes données ont été classées avec les informations suivantes : nom, type de structure, adresse, code postal, ville, téléphone et e-mail.

Les difficultés/ contraintes rencontrées :

La principale difficulté était d'éviter les doublons. Ensuite, il s'agissait de s'assurer que les professionnels inscrits dans la base de données soient plus proches du magasin Electro Dépôt Angers que ceux de Vannes ou de Rennes par exemple.

Idée pour le magasin :



L'obtention de contacts pourrait s'effectuer au travers de salons. L'enseigne pourrait se renseigner sur les différents professionnels et/ou concurrents présents lors de ceux-ci et profiter de cette occasion pour prendre des contacts.

Le SETT : Salon Européen des Equipements et Techniques du Tourisme pourrait être intéressant pour en obtenir. Sa 35^{ème} édition se tiendra au Parc des Expositions de Montpellier du 05 au 07 novembre 2013. Ne seront présents que des professionnels ce qui permettrait à l'entreprise de rencontrer les dirigeants de l'ensemble du marché de l'Hôtellerie de Plein Air.

Site internet: <http://www.salonsett.com/>

2) Un mail et une newsletter accrocheurs !

Durée de la mission :

2 jours

Contenu de la mission :

Réaliser un mail accrocheur proposant une offre commerciale qui convienne aux différents types de professionnels : en fonction du volume d'achats, la livraison sera prise en charge par Electro Dépôt. De plus, une publicité/newsletter était présente en pièce jointe afin de présenter des produits pouvant intéresser ces derniers.

Objectifs :

L'objectif est d'attirer les professionnels afin qu'ils achètent et deviennent des « clients réels » du magasin. Ces derniers permettraient d'augmenter le chiffre d'affaires de l'enseigne. De plus, la newsletter accompagnant le message permet de mettre en avant les produits de l'enseigne et de donner le côté attractif du message.

Résultats quantitatifs et qualitatifs :

Envoie du mail à tous les contacts qui possédaient une adresse mail.

Pour le moment, nous n'avons eu aucun retour concernant notre offre.

Les difficultés/ contraintes rencontrées :

Il était difficile de faire une offre qui soit vraiment accrocheuse. En effet, nous manquons d'informations sur ce qui va intéresser tout particulièrement les professionnels afin de faire la différence avec toutes les autres offres commerciales qu'ils reçoivent.

3) Relances téléphoniques

Durée de la mission :

2 semaines

Contenu de la mission :

Appeler les contacts ayant reçu le mail mais également ceux qui n'avaient pas d'adresse e-mail.

Objectifs :

Savoir si ces derniers sont intéressés par l'offre. Obtenir des renseignements sur la façon dont ils réalisent leurs achats (achats en gros volume, fournisseurs attirés, fréquence des achats, appartenance à un groupe, etc).

Résultats quantitatifs et qualitatifs :

Au niveau quantitatif, il m'a été possible de contacter 93 personnes. Un retour a fait suite aux appels téléphoniques. Il s'agissait d'un camping qui désirait des compléments d'informations concernant l'offre (cf annexe).

Au niveau qualitatif, ces contacts téléphoniques ont permis d'obtenir des informations intéressantes concernant les partenaires de différents campings mais aussi sur la façon dont ceux-ci sont gérés. D'autre part, ces appels ont permis de mettre en avant l'enseigne à ceux qui ne la connaissaient pas encore.

Les difficultés/ contraintes rencontrées :

Il était impossible d'appeler l'ensemble des contacts de la base de données. Dès lors, j'ai fait le choix d'appeler uniquement les grosses structures (campings) et les organisateurs de lotos car ils peuvent amener plus de chiffre d'affaires que des personnes détenant des gîtes.

D'autre part, je me suis rendue compte que j'avais effectué un mauvais ciblage pour certains contacts car ils étaient plus près d'autres magasins Electro Dépôt que celui d'Angers.

Pour certains contacts, la distance était trop importante. Leur préférence allait vers des fournisseurs locaux car la réalisation de réparations par exemple s'en trouve simplifiée.

Au fil des conversations, j'ai remarqué que beaucoup de contacts n'effectuaient pas d'achats en gros volume et par conséquent, notre offre ne les intéressaient pas car elle ne convenait pas à leurs habitudes d'achats. Elle intéressait d'autant moins les personnes éloignées car la livraison ne pouvait donc pas être offerte.

Il était difficile de persuader des personnes qui avaient déjà des fournisseurs attitrés ou qui passaient par des organismes spécialisés pour leurs achats. Or, je rencontrais régulièrement ce type de personnes.

Pour finir, la période à laquelle cette offre a été proposée n'était pas la meilleure car la plupart des campings avaient déjà effectué leurs achats.

A retenir pour l'entreprise :

Les offres commerciales doivent plutôt se faire en début d'année car dès leur reprise d'activité, la plupart des campings sont équipés. L'entreprise devrait s'inscrire auprès des centrales de groupement d'achats comme Le GAIN et Le Cèdre pour être visible de nombreux campings. Les principaux « concurrents » d'Electro Dépôt sont les organismes suivant :

- **Syndicat de l'hôtellerie de plein air** : Actuellement, la FNHPA compte environ 3900 adhérents individuels regroupés dans 72 fédérations départementales et régionales. De part cet organisme, les campings peuvent se fournir en équipement.

Adresse : 105 Rue La Fayette - 75010 PARIS

Téléphone : 01 48 78 13 77

Fax : 01 42 85 41 39

E-mail : fnhpa@orange.fr

Site Internet : <http://www.fnhpa-pro.fr/>

Pour le département : Fédération Régionale de l'HPA des Pays de Loire

Adresse : 35 rue du Général de Gaulle - 44600 SAINT NAZAIRE

Téléphone : 02.40.70.18.47

Fax : 02.44.84.26.28

E-mail : fede@hpapaysdeloire.org

Site Internet : <http://hpapaysdeloire.org/>

- **LE GAIN** : Groupement d'Achats des Indépendants Nationaux. Cet organisme permet aux adhérents de grouper leurs achats. Il négocie les prix avec les fournisseurs qui souhaitent se faire référencer. Parmi les enseignes appartenant au groupe Mulliez, Décathlon serait référencé.

Adresse : Parc d'Activités des 4 Routes – 35390 GRAND-FOUGERAY

Numéro : 04 30 17 20 40

Fax : 04 30 17 20 49

Direction générale : Bertrand BILLOT

Contact fournisseur : Sébastien DERRIEN sderrien@gainfrance.fr

Site Internet: <http://www.gainfrance.fr>



· **Le Cèdre** : Cet organisme est un ensemble de 4 groupements d'achats qui fédèrent environ 4500 établissements en France :

Le Cèdre : regroupe des établissements d'inspiration chrétienne (Écoles, Maisons d'accueil, Monastères, Maisons de retraite)

Le Cèdre associations : fédère des associations

Le Cèdre entreprises : fédère des PME - PMI

Le Cèdre campings : rassemble des campings et des structures d'hôtellerie de plein air

Adresse : 1 allée des Chapelains - 71600 PARAY-LE-MONIAL

Téléphone : 03 85 81 69 88

Fax : 03 85 81 69 89

E-mail : accueil@lecedre.fr

Site Internet: <http://www.lecedre.fr/>

Plus précisément au niveau des campings :

Cet organisme regroupe les achats des adhérents. Il négocie les prix avec les fournisseurs pour que les campings puissent bénéficier de prix intéressants. Le Cèdre et le GAIN sont des organismes similaires.

E-mail : campings@lecedre.fr

Site Internet : <http://www.lecedrecampings.fr/>



Le Groupement d'achat
de l'hôtellerie de plein air

NOTRE MÉTHODE | MARCHÉS & FOURNISSEURS | COMMENT ADHÉRER | MON COMPTE



Ensemble, on achète mieux !

· **SFPL** : Société de Fournitures Pour Locatifs. Cette société a pour clients des campings, villages vacances, résidences, collectivités, cuisinistes et restaurants. Elle fournit à ces différents clients des kits, de la vaisselle, des salons de jardin, du mobilier de restauration, du couchage et des petits électroménagers.

Adresse : Zone Artisanale du Verron, Rue d'Arcole - 85200 Longèves

Site internet: <http://www.sfpl.fr/>



· **G3 Concepts** : Cette entreprise vend de l'électroménager et propose un vaste choix. Elle utilise le même vocabulaire qu'Electro Dépôt à savoir « Blancs » et « Bruns ». L'entreprise dit avoir des prix compétitifs. Elle insiste sur le côté « professionnel » des clients en ayant un onglet pour les professionnels. Dans ce dernier, il est précisé à quels types de structures est fourni le matériel en électroménager à savoir : les administrations et collectivités diverses (mairies, écoles, crèches, cliniques, hôpitaux, centres de soins, maisons de repos ou de convalescence) mais aussi les collectivités civiles et militaires et les établissements de santé. Cette enseigne propose des devis personnalisés et accompagne ses clients dans l'évaluation de leurs besoins en les orientant vers des produits qui leur seront adaptés et en réalisant des études avant implantation afin de respecter les normes sanitaires. Pour finir, des offres sont également faites aux comités d'entreprise et aux coopératives de vente.

Adresse: Z.I des Chanoux - 62, rue Louis Ampère - 93330 Neuilly sur Marne

Téléphone. : 01 43 08 48 51

Fax : 01 49 44 04 73

Site internet: <http://www.g3concepts.fr>



· **Sovematic** : Cette entreprise propose du matériel de blanchisserie, de cuisine et de contrôle d'accès pour les collectivités. Ses clients sont des professionnels. Elle collabore avec des partenaires dont la plupart travaillent pour les campings (ex : Logmis, logiciel de gestion de campings). Cette entreprise possède des agences en Aquitaine, Bretagne, Pays de Loire et Ile de France.

Adresse : Parc d'Activités de Brazza - 16 quai de Brazza - 33100 BORDEAUX

Téléphone : 05 57 54 44 44

Fax : 05 56 40 27 09

E-mail : sovematic@hotmail.com

Site internet : <http://sovematic.free.fr/>



· **Envie** : Cet organisme est une association qui ne vend pas des produits réservés aux professionnels. Elle vend des produits d'électroménager rénovés. Dès lors, les prix sont attractifs car très bas. Cette association a pour première vocation la lutte contre la précarité et l'exclusion sociale. Elle propose donc des emplois à des personnes en difficulté. Les appareils sont jusqu'à 60% en dessous des prix du marché et ils sont tous garantis un an au minimum. De plus, les clients ont la possibilité de se faire livrer et de bénéficier d'un SAV performant.

Adresse : 2 magasins, St Herblain (02.40.43.82.37) et St Nazaire (02.53.35.51.90 -)

Site internet: <http://www.envie-44.org/>



· **Cobal**: Site réservé aux professionnels. Cette entreprise fait des livraisons dans la France entière.

Les prix sont présentés en HT

Franco : 1000 €

Commande minimum 350 €

Port forfaitaire de 40 € pour toute commande inférieure à 1000€

Acompte : 30 % à la commande.

Réalisation de devis.

Elle vend des Kits, du matériel pour la cuisine, des articles pour le ménage, des produits d'électroménager, de la literie, des produits de « plein air ».

Adresse : 11 ZA de la Suzerolle - 49140 Seiches-sur-le-Loir

Téléphone 02 41 18 54 86

Fax : 02 41 95 89 31

E-mail : info@cobal.fr

Site internet: <http://www.cobal.fr/>



De plus, il pourrait être intéressant de travailler avec ces contacts car un partenariat pourrait se mettre en place :

· **Fanny Caillot**

04 37 64 22 35 (numéro de la centrale de réservation)

fanny.caillot@huttgartia.com

· **LES PIERRES COUCHEES** : ce camping fait parti d'un réseau de 14 parcs. Si une offre intéressante est proposée à la dirigeante du camping, elle transmettra cette offre auprès des autres campings lors de leur prochaine réunion.

0240278564

· **Flower Camping Les Paludiers** : ce camping fait parti du groupe Savoir Camping Exploitation (qui détient plus de 100 campings). Si Electro Dépôt fait une offre commerciale par mail, elle sera transmise au directeur du camping (M. Gautier). Si ce dernier est intéressé, il pourra l'envoyer au siège.

Attention : l'interlocutrice n'a pas su me dire si les achats sont centralisés par le siège ou non néanmoins, elle m'a informé que le directeur et le siège se concertent.

02 40 60 17 28

paludiers@flowercampings.com

· **Camping «MADRAGUE»** : ce camping appartient à un groupe d'une soixantaine de campings : France et Loc. Les campings qui appartiennent au groupe ont une liste de référencement. Pour appeler le standard qui pourrait nous diriger vers le service achat, il faut composer le 04 92 28 38 30.

02 40 82 06 73

madrague@franceloc.fr

· **CAMPEOLE Les Sirènes** : Ce camping passe par un fournisseur en particulier : G3Concepts. Il fait parti d'un groupe de 40 campings: Campéole. Les achats sont centralisés, le numéro du siège est le suivant: 01 44 68 17 40

02 51 58 01 31

sirenes@campeole.com

4) Modification de la dernière de couverture du catalogue Electro Dépôt

Durée de la mission :

1 journée

Contenu de la mission :

Actualiser le plan de localisation et insérer des éléments donnant plus de renseignements aux clients (ex : Flasch code).

Objectifs :

Les clients ont une meilleure idée de l'implantation du magasin. Cela est particulièrement intéressant pour les personnes qui habitent loin d'Angers.

Résultats quantitatifs et qualitatifs :

Il est désormais possible de visualiser le centre Atoll et le changement de nom entre Intermarché et Auchan sur le nouveau plan. Les coordonnées GPS du magasin y sont présentes ainsi que des informations telles que : horaires, téléphone et fax, site internet. La présence du Flash code permet une interactivité avec l'enseigne et apporte un côté actuel et pratique à la page. Ce flash code dirige les clients vers le site internet du magasin Electro Dépôt Angers.

ARRIVAGES **QUANTITÉS LIMITÉES** **Dès le 16 Mai 2013 !**

1384* TABLES GAZ VERRE SCIENTIFIC LABS

- 4 feux gaz (1000/2X1750/3000 W)
- Allumage automatique, sécurité thermocouple
- Gaz naturel ou gaz bouteille
- Dimensions d'encastrement : 84 x L56 x P49 cm

Garantie 1 an - XFG640F-B1 - 935350. Dont 2€ d'éco participation.

ARRIVAGE 99€⁸⁷ dès le 16 mai

335* TÉLÉVISEURS LED WALTHAM

127 cm LED

ARRIVAGE 529€⁹⁸ dès le 16 mai

793* MEUBLES TV AVEC BARRE DE SON I-SOUND

- Meuble TV avec barre de son intégrée
- Puissance 5x15 W + caisson 30 W
- Entrées USB (MP3), HDMI, RCA
- Station d'accueil iPhone / iPod / iPad
- Pour TV jusqu'à 107 cm

TV et iPhone non fournis. Garantie 1 an - I-SOUND 87 - 935703. Dont 2,25€ d'éco participation.

ARRIVAGE 189€⁸⁵ dès le 16 mai

55 MAGASINS au service de votre pouvoir d'achat

OUVERTURE EXCEPTIONNELLE LE LUNDI 20 MAI
SAUF LES MAGASINS DE DEULY, STENAY-REIMS ET MALAKOFF

ELECTRO DEPOT ANGERS

Lundi/Vendredi: 10h-12h30/14h-19h30
Samedi: 9h30-19h30
TEL: 02 41 25 32 20
FAX: 02 41 25 32 89
ed-angers@electrodepot.fr

Coordonnées GPS:
Latitude: 47,517447
Longitude: -0,606655

Pour plus d'informations, utilisez ce Flash Code!

"Habituez-vous à acheter moins cher"

- ✓ Tous les jours
- ✓ Toutes les semaines
- ✓ Toute l'année

14

5) Réalisation et analyse d'un questionnaire

Durée de la mission :

1 semaine

Contenu de la mission :

Réaliser un questionnaire et analyser les réponses données par les personnes interrogées en sortie de magasin. Ce questionnaire s'est effectué en face à face et de manière aléatoire.

Objectifs :

L'objectif est de pouvoir retranscrire au travers de ce questionnaire la typologie des clients du magasin. Ce questionnaire permettra également de savoir quel est le principal concurrent du magasin pour les clients. Pour finir, ce questionnaire aura pour but de connaître les motifs d'insatisfaction des personnes interrogées.

Résultats quantitatifs et qualitatifs :

Il y a 231 personnes qui ont été interrogées. Ce questionnaire a permis de connaître l'opinion de ces 231 personnes au sujet de l'enseigne et quel est le magasin dans lequel ils se rendent quand ils ne vont pas chez Electro Dépôt.

Les difficultés/ contraintes rencontrées :

Certaines applications du logiciel n'étaient pas faciles à utiliser. D'autre part, il était impossible d'atteindre le nombre de personnes suffisante pour que l'échantillon soit représentatif de la population. De plus, le questionnaire contenait certains biais comme par exemple les personnes venant pour la première fois devaient obligatoirement répondre par « oui » ou « non » à la question « Avez-vous été satisfait de vos précédents achats ? ». D'autre part, de nombreuses personnes venaient en couple ce qui a pu fausser les réponses au niveau du genre (féminin ou masculin).

A retenir pour l'entreprise :

La majorité des clients ont connu l'enseigne en passant devant/ en allant au centre commercial/ par hasard (46,8%) puis de part leurs relations/famille (30,7%). En moyenne, les clients viennent une fois par mois (26%) mais de nombreuses personnes ont aussi répondu qu'elles ne venaient que 2 fois par an (20,8%).

En règle générale, les personnes viennent dans le magasin avec une intention d'achat très forte (73,2%) et la plupart d'entre elles trouvent ce qu'elles cherchaient (77,5%). La raison pour laquelle certains clients ne trouvaient pas ce qu'ils désiraient était prioritairement due à l'offre produits (il n'y avait pas ou plus ce qu'ils voulaient). Cela représente 48,1 % des personnes qui n'ont pas trouvé ce qu'elles souhaitaient. Généralement, les clients ont été satisfaits de leurs achats à la hauteur de 81 %. d'entre eux.

Les remarques les plus fréquemment émises par les clients concernaient l'étendu du choix de produits (6,1%) et le personnel (4,3%) mais dans la grande majorité des cas, les personnes n'ont pas eu de reproches à faire vis à vis du magasin (84,4%).

69,7 % des clients ne se sont jamais rendus au SAA et 22,5 % n'y sont allés qu'une fois. Les personnes ayant eu recours au SAA plus d'une fois sont très peu nombreuses. La majorité de la clientèle ayant eu recours au SAA en a ont été satisfaites (81,4%).

Les clients sont satisfaits de l'enseigne. En effet, la majorité d'entre eux (46,3%) lui ont donné la note de 8 sur 10. Ensuite vient la note de 7 pour 26,4 %. 13,4 % ont attribué un 9 et 6,1 % un 10. Une seule personne a mis une note en dessous de 5 (la raison : les prix ont augmentés) .

Le principal concurrent est Boulanger pour 30,3 % des personnes interrogées puis viennent les sites internet pour 28,1 % d'entre elles. Conforama est en troisième position avec 21,2 % des clients.

Parmi la clientèle ayant répondu au questionnaire, les hommes sont un peu plus représentés (56,7 %). La plupart des clients ont entre 30 et 50 ans (41,6%) puis plus de 50 ans (34,6%). Ces clients font en moyenne entre 5 et 19 km (53,7%).

6) Publicité pour le catalogue de l'Amicale des engagés volontaires du 6ème Régiment du Génie

Durée de la mission :

1 journée

Contenu de la mission :

Réaliser une publicité qui soit représentative des produits qu'offre l'enseigne et qui montre l'intérêt qu'ont les militaires à acheter dans ce magasin.

Le magasin à un partenariat avec l'Amicale des engagés volontaires du 6ème Régiment du Génie. Electro Dépôt va donc être présent sur le catalogue annuel de l'Amicale et les militaires pourront bénéficier de 5 % de remise.

Objectifs :

Au travers de cette publicité, il faut montrer ce que propose l'entreprise et l'avantage qu'ont les militaires à acheter chez Electro Dépôt (partenariat qui leur fait bénéficier de 5% de remise).

Résultats quantitatifs et qualitatifs :

Trois publicités ont été réalisées. L'une d'entre elle a été retenue et va paraître dans leur catalogue (cf : annexe)

Les difficultés/ contraintes rencontrées :

La difficulté se trouvait au niveau du « degré de personnalisation » de la publicité. En effet, il fallait qu'elle fasse référence au monde militaire sans être caricaturale et en gardant les codes du magasin Electro Dépôt.

**ELECTRO DEPOT**
ÉLECTROMÉNAGER • IMAGE • SON • MULTIMÉDIA

**VENEZ PROFITER DE PRIX AVANTAGEUX
AVEC VOTRE CARTE MILITAIRE !**



**ELECTRO DEPOT**
ÉLECTROMÉNAGER • IMAGE • SON • MULTIMÉDIA

55 MAGASINS au service
de votre pouvoir d'achat

**PRIX MINIMUM
SOURIRE MAXIMUM**



**ELECTRO DEPOT
ANGERS**
Lundi/Vendredi:
10h-12h30/14h-19h30
Samedi:
9h30-19h30
TEL: 02 41 25 32 20
FAX: 02 41 25 32 89
ed-angers@electrodepot.fr
Coordonnées GPS:
Latitude:
47,517447
Longitude:
-0,606655

**Pour plus d'informations,
utilisez ce Flash Code!**

“Habituez-vous à acheter moins cher”
✓ Tous les jours ✓ Toutes les semaines ✓ Toute l'année

III) Les « Hors-missions »

L'encaissement : Durant les premières semaines, j'ai effectué les encaissements des clients. Ce fut très intéressant car j'ai pu apprendre comment fonctionnait le logiciel sur lequel travaillent les équipières-caisse mais également les différents documents à demander ou à fournir aux clients en fonction de leur mode de paiements ou de leurs achats.

La mise en place de la signalétique : Afin de respecter les normes visuelles du magasin, j'ai travaillé sur la mise en place des affiches de différents formats dans le magasin. C'est à cette occasion que j'ai découvert que même la forme des chiffres sur les affiches devait respecter un graphisme particulier en faisant ce qu'on appelle du balisage. J'ai également disposé ce qu'on appelle des « stop rayon » afin que les clients visualisent plus facilement des produits qui faisaient parties des « arrivage », « nouveauté », « premiers prix » ou étaient en « baisse de prix ».

La mise en rayon : J'ai disposé les produits en rayon afin que ces derniers fassent le plus « volumineux » possible. Cette méthode donne l'impression au client qu'il a le choix de nombreux produits.

D'autres actions m'ont permis de découvrir le fonctionnement de logiciels (ex : impression de nouvelles étiquettes de prix, impression d'étiquettes de financement)

IV) Analyse d'un ou plusieurs points pertinents du stage

La mission qui m'a permis de mettre le plus en pratique les notions étudiées en cours est le questionnaire. Grâce aux notions apprises avec le logiciel Sphinx, j'ai pu réaliser un questionnaire avec différentes parties et avec différents types de modalités de réponses. Le mode d'administration choisi a été le face à face et ce de manière aléatoire. Ensuite, j'ai pu traiter les réponses et faire des analyses au travers des tris à plats et des tris croisés. Cette analyse permettra à l'enseigne de relever les points positifs et négatifs de l'enseigne.

V) Apport du stage pour l'étudiant et pour l'entreprise

1) Apport du stage pour l'étudiant

Ce stage m'a permis d'élargir mes connaissances du monde de la distribution. Il m'a permis, au travers de différentes actions qui ont été citées précédemment de constater l'ensemble des tâches que doit effectuer un équipier. Au travers des missions que j'ai mené, je suis passée de la théorie à la pratique. En effet, avant ce stage, je n'avais jamais fait de relances téléphoniques auprès de clients. De plus, au travers d'appels téléphoniques, je suis rentrée en contact avec des personnes du siège pour avoir des renseignements ce qu'il ne m'a pas été donné de faire lors de mon stage

de première année. Toutes ces activités que j'ai pu observer ou accomplir me permettent désormais de mieux appréhender le monde de la distribution. Cet apport a été possible de part la diversité des tâches que l'on m'a confié.

2) Apport du stage pour l'entreprise.

Les missions que j'ai réalisé ont permis de faire découvrir l'enseigne à ceux qui ne la connaissaient pas encore au travers des relances téléphoniques. De part mon questionnaire, l'enseigne dispose de renseignements sur la typologie des clients, les magasins dans lesquels ils se rendent quand ils ne vont pas chez Electro Dépôt ou encore leurs motifs d'insatisfaction. Les modifications que j'ai apporté à la dernière page du catalogue vont servir de base pour le service Web qui se charge normalement de la présentation des catalogues. D'autre part, la publicité faite pour le catalogue de l'Amicale des engagés volontaires du 6ème Régiment du Génie permettra aux militaires de voir ce que propose l'enseigne.

VI) Conclusion

Maintenant que mon stage arrive à son terme je me réjouie de ce que certaines de mes actions vont perdurer à l'image de la publicité pour l'Amicale des engagés volontaires du 6ème Régiment du Génie qui restera dans le catalogue pendant un an. Je suis également ravie que la réalisation du questionnaire pourra permettre à l'enseigne de mettre en œuvre des actions afin de satisfaire aux mieux les clients (comme par exemple : essayer de réaliser des changements de prix sur le site Internet afin qu'ils correspondent aux alignements de prix effectués en magasin). D'autre part, certaines de mes actions vont avoir un impact après mon stage ce qui pourrait être le cas des partenariats avec d'autres professionnels (comme les centrales d'achats par exemple).

La mission pour laquelle la base de données a été créée, notamment auprès des campings, a permis de récolter des informations et laisse des répercussions possible pour la saison prochaine. J'ai particulièrement apprécié que M.GODFROY m'invite à participer aux actions que devaient réaliser les équipiers car celles-ci permettent d'aborder de manière plus précise et concrète ce qu'est le monde de l'entreprise. J'espère donc que ce dossier sera utilisé pour créer des contacts, réaliser des changements dans la publicité et au sein de l'enseigne de part les remarques transmises par les clients à l'occasion du questionnaire.

VII) Annexes

Afin de pouvoir être réutilisé, certaines annexes sont présentes dans une clé USB. Celle-ci est présente à la fin du dossier.

Sitographie

- <http://www.salonsett.com/>
- <http://www.fnhpa-pro.fr/>
- <http://hpapaysdeloire.org/>
- <http://www.gainfrance.fr>
- <http://www.lecedre.fr/>
- <http://www.lecedrecampings.fr/>
- <http://www.sfpl.fr/>
- <http://www.g3concepts.fr>
- <http://sovematic.free.fr/>
- <http://www.envie-44.org/>
- <http://www.cobal.fr/>
- <http://www.kelmagasin.com/enseignes/mulliez.html>
- <http://www.electrodepot.fr/electro-depot/qui-sommes-nous/>

Les base de données

Base de données : clients professionnels potentiels

(cf : Clé USB)

Base de données des contacts qui ont été relancés.

(cf : clé USB)

E-mail : offre commerciale et newsletter.

Avant :

Bonjour,

Votre camping a besoin de renouveau ?

Votre magasin Electro dépôt Angers vous propose des produits d'électroménager, Son/Hifi, Image et Multimédia à des prix inférieurs au marché et en grande quantité. Disponibles immédiatement, ils peuvent être emportés directement.

Vous trouverez en pièce jointe des produits susceptibles de vous intéresser.

Pour plus d'informations, contacter le 02 41 25 32 20.

Cordialement,

Electro dépôt Angers.

Après :

Bonjour,

Vous avez besoin de changer d'équipements ?

Votre magasin Electro dépôt Angers vous propose des produits d'électroménagers, petits ménagers et Multimédia à des prix inférieurs au marché et en grande quantité. Disponibles immédiatement, ils peuvent être emportés directement.

Vous trouverez en pièce jointe des produits susceptibles de vous intéresser.

Sachez qu'en fonction de votre volume d'achat, nous pourrions prendre en charge la livraison de vos commandes.

Je serai heureuse de répondre à vos questions par téléphone au 02 41 25 32 20 ou par e-mail à l'adresse suivante : godfroy-jo@electrodepot.fr

Pour plus d'informations vous pouvez également vous rendre sur le site Internet d'Electro Dépôt :

<http://www.electrodepot.fr/nos-magasins/magasin-angers.html>

Cordialement,

Delphine DELOBEL

Electro dépôt Angers.
ZI de la Croix Cadeau
49240 Avrillé

AVANT

APRES

Si vous ne parvenez pas à visualiser cet email, [cliquez ici](#)

ELECTRO DEPOT
ELECTRONIQUE - HAUTE - EN - VENTE

BIEN VIVRE PETIT PAYSAN INFORMATION HAUTE SON PHOTO-CAPTEUR SPÉCIALTÉS TÉLÉPHONE AMÉLIORER LA MÈRE PRODUCTIONS ACCESSOIRES

Partez équipés !
à Prix Dépot !
> DÉCOUVREZ NOS PRODUITS

Capteurs de mouvement
Montre GPS NIKE SPORTWATCH Tomtom®
138€72
> voir

Caméra sport
1080P étanche 170° ETIGER
189€95
> voir

GPS Europe 14 pays
12,7 cm, bluelight
88€95
> voir

Appareil photo numérique
14 Mpx
FUJIFILM
55€98
> voir

DVD portable
double écran 18 cm
Akam
79€87
> voir

Tablette multimédia
8" capacitif, 4 Go
Polaroid
89€57
> voir

ARRIVAGES DE LA SEMAINE
La sélection de nos Exclus web

Portable 15" TOSHIBA
448€52
> voir

Auteradio 2 DIN PIONEER
159€97
> voir

Refrigerateur 1 porte CANDY
348 L
429€63
> voir

Portable 12" TOSHIBA SATELLITE
649€52
> voir

Tentez de gagner un des lots mis en jeu !
JOUEZ

ÉCONOMISEZ LES FRAIS DE PORT
RETRAIT GRATUIT dans la 1/2 journée, dans nos 51 dépôts

OUVERTURE À TOULOUSE / FENOUILLET
JEUDI 18 AVRIL
- PT, ROUTE DE PARIS -
> voir les horaires

PAYEZ EN PLUSIEURS FOIS
3=41 116,20 355,00
> voir les horaires

Habituez-vous à acheter moins cher ! ✓ Tous les jours ✓ Toutes les semaines ✓ Toute l'année

Pour vous désabonner, [cliquez ici](#)

* Tous les prix de nos produits sont éco-participation incluse - Offres de remboursement différées, voir conditions sur la fiche produit
ELECTRO DEPOT FRANCE - Société par Action Simplifiée - Capital : 1 471 415 €
Siège social : 1 ROUTE DE VERNERIE - 31055 FACHES THAMERIE - Immatriculée au R.C.S. de LALE sous le N°533 744 539 - N° TVA Intracommunautaire : FR 66 433 744 539
N° CNE : 1400057 - Vous disposez d'un droit d'accès, de modification, de rectification et de suppression des données qui vous concernent (art 38 de la loi "Informatique et Libertés" n° 78-17 du 16 janvier 1978) - Tél : 03 20 15 22 95 - www.electrodepot.fr

ELECTRO DEPOT
ELECTRONIQUE - HAUTE - EN - VENTE

BIEN VIVRE PETIT PAYSAN INFORMATION HAUTE SON PHOTO-CAPTEUR SPÉCIALTÉS TÉLÉPHONE AMÉLIORER LA MÈRE PRODUCTIONS ACCESSOIRES

Partez équipés !
à Prix Dépot !
> DÉCOUVREZ NOS PRODUITS

Grille-pain
VENGA T05
9€49

Bouilloire
HIGH ONE HQ-V10
6€97

Rafrichisseur
KING D'HOME RAF 460E
58€35

Micro-ondes
HIGH ONE HO-M01
38€96

Refrigerateur top
HIGH ONE HIG TT 81 A+ BVT
97€00

Plancha
COSYLIFE P70
29€77

ARRIVAGES DE LA SEMAINE
La sélection de nos Exclus web

Portable 15" TOSHIBA
448€52
> voir

Auteradio 2 DIN PIONEER
159€97
> voir

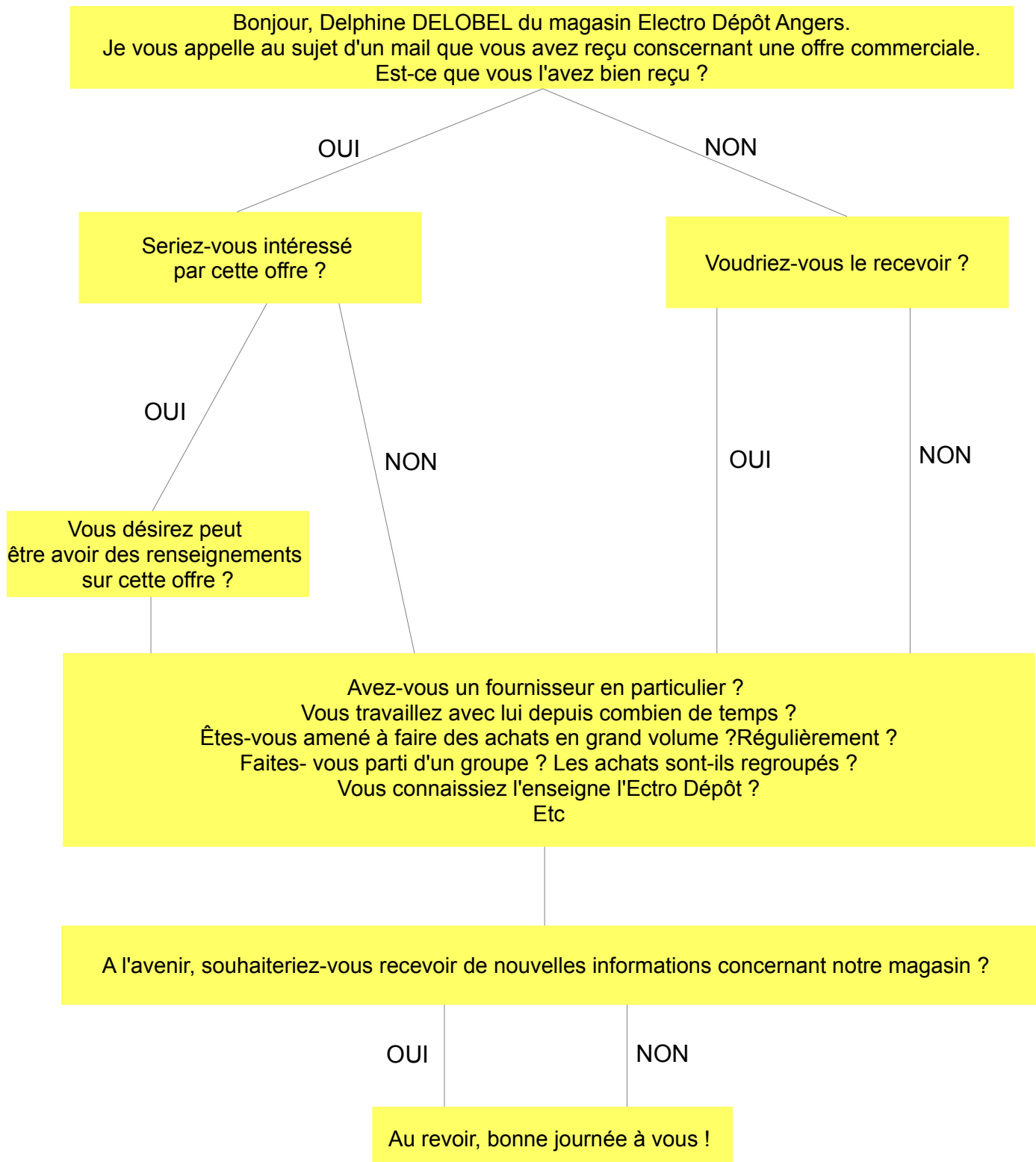
Refrigerateur 1 porte CANDY
348 L
429€63
> voir

Portable 12" TOSHIBA SATELLITE
649€52
> voir

ELECTRO DEPOT ANGERS
lundi/vendredi: 10h-12h30, 14h-19h30
samedi: 9h30-19h30
ZI de la Croix Cadeau
49240 Avrillé
02 41 25 32 20

Habituez-vous à acheter moins cher ! ✓ Tous les jours ✓ Toutes les semaines ✓ Toute l'année

Guide d'entretien téléphonique



Mail suite aux relances téléphoniques

John GODFROY - RE: Présentation Electro Dépôt et offre commerciale

De : "Camping Les Ajoncs d'Or" <contact@ajoncs.com>
Destinataire : "John GODFROY" <godfroy-jo@electrodepot.fr>
Date : 5/23/2013 15:30
Objet : RE: Présentation Electro Dépôt et offre commerciale

Bonjour,

Vous avons bien reçu votre mail concernant vos offres en électro-ménager.

J'avais deux petites questions :

Les prix indiqués sur le site sont-ils TCC ou HT ?

Lorsque je fais ajouter un article à mon panier, le site m'indique qu'il faut que nous allions récupérer l'article en magasin, qu'en est-il des livraisons ?

D'avance merci pour votre réponse, nous restons à votre disposition pour tous renseignements complémentaires.

Cordialement,

Les Ajoncs d'Or.

De : John GODFROY [mailto:godfroy-jo@electrodepot.fr]
Envoyé : mardi 21 mai 2013 12:18
À : contact@ajoncs.com
Objet : Présentation Electro Dépôt et offre commerciale

Bonjour,

Vous avez besoin de changer d'équipements ?

Notre magasin Electro dépôt Angers vous propose des produits d'électroménagers, petits ménagers et Multimédia à des prix inférieurs au marché et en grande quantité. Disponibles immédiatement, ils peuvent être emportés directement.

Vous trouverez en pièce jointe des produits susceptibles de vous intéresser.

Sachez qu'en fonction de votre volume d'achat, nous pourrions prendre en charge la livraison de vos commandes.

Je serai heureuse de répondre à vos questions par téléphone au 02 41 25 32 20 ou par e-mail à l'adresse suivante : godfroy-jo@electrodepot.fr

Pour plus d'informations vous pouvez également vous rendre sur le site Internet d'Electro Dépôt :

<http://www.electrodepot.fr/nos-magasins/magasin-angers.html>

Cordialement,

Delphine DELOBEL

Electro dépôt Angers.
11 de la Croix Cadeau
49240 Avrillé

le://C:\Documents and Settings\quserxp\Local Settings\Temp\XPgrpwise\519E3612MtaEDPoaED10... 24/05/2013

ARRIVAGES

QUANTITÉS LIMITÉES

Dès le 16 Mai 2013 !

1384* TABLES GAZ VERRE SCIENTIFIC LABS

- ▶ 4 feux gaz (1000/2X1750/3000 W)
- ▶ Allumage automatique, sécurité thermocouple
- ▶ Gaz naturel ou gaz bouteille
- ▶ Dimensions d'encastrement : H4 x L56 x P49 cm

Garantie 1 an - XFG640F-B1 - 935350.
Dont 2€ d'éco participation.



ARRIVAGE
99€⁸⁷
 dès le 16 mai

395* TÉLÉVISEURS LED WALTHAM



ARRIVAGE
529€⁹⁸
 dès le 16 mai

DOCK IPHONE/IPOD



ARRIVAGE
189€⁸⁵
 dès le 16 mai

793* MEUBLES TV AVEC BARRE DE SON I-SOUND

- ▶ Meuble TV avec barre de son intégrée
- ▶ Puissance 5x15 W+ caisson 30 W
- ▶ entrée USB (MP3), HDMI, RCA
- ▶ Station d'accueil iPhone / iPod / iPad
- ▶ Pour TV jusqu'à 107 cm

TV et iPhone non fournis. Garantie 1 an - I-SOUND 07 - 935703.
Dont 2,25€ d'éco participation.
le prix du mobilier de cette double page inclut l'éco participation ameublement.



ELECTRO DEPOT

ÉLECTROMÉNAGER • IMAGE • SON • MULTIMÉDIA

OUVERTURE EXCEPTIONNELLE

LE LUNDI 20 MAI

SAUF LES MAGASINS DE REIMS, STRASBOURG ET MULHOUSE.

55 MAGASINS au service de votre pouvoir d'achat

08-CHARLEVILLE-MEZIERES/LA FRANCHVILLE (OUVERTURE LE 16 MAI) • 13-MARSEILLE/VITROLLES • 14-CAEN/HEROUVILLE • 16-ANGOULEME/SOYAUX • 21-DIJON/CHENOVE • 25-MONTBÉLIARD/EXINCOURT • 25-BREST • 25-BESANÇON / MISEREY SALINES • 27-EVREUX • 31-TOULOUSE/COLOMIERS • 31-TOULOUSE/FENOUILLET • 33-BORDEAUX/VILLENAVE • 34-MONTPELLIER/ST JEAN DE VEDAS • 34-BÉZIERS/COLOMBIERS • 35-RENNES/ST GREGOIRE • 42-ST ETIENNE/MONTHIEU • 49-ANGERS/AVRILLÉ • 51-CHÂLONS-EN-CHAMPAGNE • 51-REIMS/LA NEUVILLETTE • 56-LORIENT/LANESTER • 56-VANNES • 57-METZ/SEMECOURT • 59-CAMBRAI • 59-LILLE/CAPINGHEM • 59-LILLE/FACHES-THUMESNIL • 59-VALENCIENNES/PROUVY • 59-MAUBEUGE/LOUVROIL • 60-BEAUVAIS • 62-BÉTHUNE/BRUAY • 62-CALAIS/COQUELLES • 62-HENIN BEAUMONT • 63-CLERMONT-FERRAND/LEMPDES • 66-PERPIGNAN/RIVESALTES • 67-STRASBOURG/LAMPERTHEIM • 68-MULHOUSE/LES COTEAUX • 69-LYON/ST PRIEST • 72-LE MANS/ROAUDIN • 73-CHAMBÉRY/VOGLANS • 76-LE HAVRE/GONFREVILLE L'ORCHER • 76-ROUEN/ST ETIENNE DE ROUVRAY • 77-PARIS/BRIE COMTE ROBERT • 77-PARIS/VILLEPARISIS • 78-PARIS/COIGNIERES • 79-NIORT/BESSINES (OUVERTURE LE 23 MAI) • 80-AMIENS/LONGUEAU • 83-FREJUS • 83-TOULON/LA SEYNE SUR MER • 83-TOULON/LA GARDE • 84-AVIGNON/MONTFAVET • 87-LIMOGES • 88-ÉPINAL • 91-PARIS/FLEURY-MEROGIS • 91-PARIS/MONTGERON • 94-PARIS/THIAIS • 95-SARCELLES

"Habituez-vous à acheter moins cher"

✓ Tous les jours
✓ Toutes les semaines
✓ Toute l'année

APRES

ARRIVAGES

QUANTITÉS LIMITÉES
Dès le 16 Mai 2013 !

1384* TABLES GAZ VERRE SCIENTIFIC LABS

- ▶ 4 feux gaz (1000/2X1750/3000 W)
- ▶ Allumage automatique, sécurité thermocouple
- ▶ Gaz naturel ou gaz bouteille
- ▶ Dimensions d'encastrement : H4 x L56 x P49 cm

Garantie 1 an - XFG640F-B1 - 935350.
Dont 2€ d'éco participation.



ARRIVAGE
99€⁸⁷
dès le 16 mai

395* TÉLÉVISEURS LED WALTHAM



127 cm
LED

ARRIVAGE
529€⁹⁸
dès le 16 mai

793* MEUBLES TV AVEC BARRE DE SON I-SOUND



ARRIVAGE
189€⁸⁵
dès le 16 mai

WLFHD5014B - 935975. Dont 3,99€ d'éco participation.
 * Quantité limitée pour l'ensemble des magasins ELECTRO DEPOT.



ELECTRO DEPOT

ÉLECTROMÉNAGER • IMAGE • SON • MULTIMÉDIA



ELECTRO DEPOT ANGERS

Lundi/Vendredi:
10h-12h30/14h-19h30

Samedi:
9h30-19h30

TEL: 02 41 25 32 20
FAX: 02 41 25 32 89
 ed-angers@electrodepot.fr

Coordonnées GPS:
 Latitude: 47,517447
 Longitude: -0,606655

55 MAGASINS au service de votre pouvoir d'achat

OUVERTURE EXCEPTIONNELLE LE LUNDI 20 MAI

SAUF LES MAGASINS DE REIMS, STRASBOURG ET MULHOUSE.

Pour plus d'informations, utilisez ce Flash Code!



"Habituez-vous à acheter moins cher"

✓ Tous les jours
✓ Toutes les semaines
✓ Toute l'année

Le questionnaire

Première version

Questionnaire de satisfaction

Chers clients, votre magasin Electro Dépôt réalise une enquête afin d'améliorer votre satisfaction. Nous vous remercions par avance du temps que vous nous consacrez.

Vous et Electro Dépôt Angers

1. Comment avez-vous connu ce magasin Electro Dépôt?

- ☐ Radio
- ☐ Affiche
- ☐ Presse (journaux)
- ☐ Publicités en boîte aux lettres
- ☐ Catalogue Electro Dépôt
- ☐ Site Internet
- ☐ Article dans la presse
- ☐ En passant devant - en allant au centre commercial - par hasard
- ☐ Pages jaunes
- ☐ Relations - Famille
- ☐ Autres

Vous pouvez cocher plusieurs cases (5 au maximum).

2. Vous venez dans ce magasin Electro Dépôt :

- ☐ 2 fois par semaine
- ☐ 1 fois par semaine
- ☐ 1 fois tous les 15 jours
- ☐ 1 fois par mois
- ☐ 1 fois tous les 2 mois
- ☐ 1 fois tous les 3 mois
- ☐ 1 fois tous les 4 mois
- ☐ 2 fois par an
- ☐ c'est la première fois

3. Avez-vous communiqué votre adresse e-mail au magasin?

- ☐ Oui
- ☐ Non

Vos achats

4. Aujourd'hui, vous êtes entré chez Electro Dépôt :

- ☐ avec une intention d'achat très forte
- ☐ avec une intention moyenne d'achat
- ☐ sans intention d'achat

5. Êtes-vous allé voir le site Internet d'Electro Dépôt pour vous renseigner ou préparer votre venue en magasin?

- ☐ Oui
- ☐ Non

6. Aujourd'hui, avez-vous acheté quelque chose chez Electro Dépôt?

- ☐ Oui
- ☐ Non

7. En moyenne, le montant de vos achats s'élève :

- ☐ à moins de 10 euros
- ☐ entre 10 et 29 euros
- ☐ entre 30 et 49 euros
- ☐ entre 50 et 69 euros
- ☐ entre 70 et 89 euros
- ☐ entre 90 et 109 euros
- ☐ entre 110 et 129 euros
- ☐ entre 130 et 149 euros
- ☐ entre 150 et 249 euros
- ☐ entre 250 et 349 euros
- ☐ entre 300 et plus

8. Avez-vous acheté :

- ☐ Tout ce que vous aviez l'intention d'acheter et rien d'autre
- ☐ Tout ce que vous aviez l'intention d'acheter, plus autre(s) chose(s)
- ☐ Autre chose que ce que vous aviez l'intention d'acheter
- ☐ Une partie seulement de ce que vous aviez l'intention d'acheter
- ☐ Une partie de ce que vous aviez l'intention d'acheter, plus autre(s) chose(s)
- ☐ Pas d'intention d'acheter au départ

9. Pour quelle(s) raison(s) n'avez-vous pas acheté tout ce que vous aviez prévu?

- ☐ La ballade
- ☐ L'indécision
- ☐ L'offre produits
- ☐ Les prix
- ☐ Les services
- ☐ L'équipier (le vendeur)
- ☐ Autre

Vous pouvez cocher plusieurs cases (3 au maximum).

10. Pour quelle(s) raison(s) n'avez-vous rien acheté (pour les non-acheteurs)?

- ☐ La ballade
- ☐ L'indécision
- ☐ L'offre produits
- ☐ Les prix
- ☐ Les services
- ☐ L'équipier (le vendeur)
- ☐ Autre

Vous pouvez cocher plusieurs cases (3 au maximum).

11. Que ce soit pour vos achats ou l'aide à la décision, quelle place a pris Internet pour vos achats?

- ☐ Incontournable et quasiment systématique
- ☐ Un réflexe pour les dépenses les plus importantes
- ☐ Je n'y pense pas et ne l'utilise pas souvent
- ☐ Aucune, cela n'a pas changé mes habitudes

Votre avis sur Electro Dépôt

12. Globalement, pouvez-vous me donner votre niveau de satisfaction sur la prestation de ce magasin Electro Dépôt?

- ☐ Excellent
- ☐ Très bon
- ☐ Bon
- ☐ Moyen
- ☐ Mauvais
- ☐ Très mauvais

13. Y a-t-il un reproche que vous estimez pouvoir faire à Electro Dépôt, par rapport à cette visite ou à de précédente(s) visite(s)?

- ☐ Oui
- ☐ Non

14. Trouvez-vous que les prix pratiqués par le magasin sont :

- ☐ Très élevés ☐ Elevés ☐ Corrects
☐ Peu élevés ☐ Très peu élevés

15. Trouvez-vous que l'orientation, la facilité à se repérer dans le magasin est :

- ☐ Excellente ☐ Très bien ☐ Bien
☐ Moyenne ☐ Mauvaise ☐ Très mauvaise

16. Trouvez-vous l'étendue du choix des produits :

- ☐ Très importante ☐ Importante
☐ Correcte ☐ Peu importante
☐ Très peu importante

17. Trouvez-vous le personnel :

- ☐ Excellent ☐ Très bien ☐ Bien ☐ Moyen
☐ Mauvais ☐ Très mauvais

Electro Dépot et les autres magasins

18. Aujourd'hui, en venant à la Croix Cadeau, vous aviez l'intention de :

- ☐ Venir chez Electro Dépot et d'autres magasins
☐ Venir uniquement chez Electro Dépot
☐ Vous n'aviez pas prévu de venir chez Electro Dépot

19. Quel est pour vous le principal concurrent d'Electro Dépot en matière de prix compétitifs ?

- ☐ Darty ☐ Planète Saturn
☐ Boulanger ☐ Hypermarchés
☐ Conforama ☐ But
☐ Sites Internet ☐ Discounter (Aldi, Lidl)
☐ Aucun magasin

20. Quels sont les magasins, les enseignes que vous fréquentez pour vos achats en Hi-fi vidéo, micro-informatique et électroménager ?

- ☐ Electro Dépot
☐ Carrefour
☐ Conforama
☐ Boulanger
☐ Planète Saturn
☐ Leclerc
☐ FNAC
☐ Darty
☐ Géant
☐ But
☐ Site Internet
☐ Discounter (Aldi, Lidl)
☐ Autres GSA (Intermarché, Super U, Hyper U)
☐ Grandes surfaces de bricolage (Leroy Merlin, Castorama)
☐ Gitem
☐ Grands magasins (BHV, Printemps)
☐ Spécialistes en informatique (Youg's, Surcouf)
☐ Auchan
☐ Autre

Vous pouvez cocher plusieurs cases (6 au maximum).

21. Quel est celui que vous aimez le plus, même si vous n'y réalisez pas le plus gros de vos achats ?

- ☐ Electro Dépot
☐ Carrefour
☐ Conforama
☐ Boulanger
☐ Planète Saturn
☐ Darty
☐ Sites Internet
☐ But
☐ Aucun en particulier
☐ FNAC
☐ Géant
☐ Autres GSA (Intermarché, Super U, Hyper U)
☐ Spécialistes en informatique (Youg's, Surcouf)
☐ Leclerc
☐ Auchan
☐ Concurrents locaux
☐ MDA
☐ Privilège Discount
☐ Grands magasins (BHV, Printemps)
☐ Gitem
☐ Cora
☐ Spécialistes auto (Norauto, Feu vert)
☐ Discounter (Aldi, Lidl)
☐ Magasins spécialisés (FT, Phone House, Camara, Phox)
☐ Grandes surfaces de bricolage (Leroy Merlin, Castorama)
☐ Autre

Vous pouvez cocher plusieurs cases (6 au maximum).

22. Quel est celui où vous achetez le plus souvent?

- ☐ Electro Dépot
- ☐ Conforama
- ☐ Carrefour
- ☐ Leclerc
- ☐ Boulanger
- ☐ Sites Internet
- ☐ Planète Saturn
- ☐ Darty
- ☐ But
- ☐ Grandes surfaces de bricolage (Leroy Merlin, Castorama)
- ☐ Aucun en particulier
- ☐ Géant
- ☐ Spécialistes en informatique (Youg's, Surcouf)
- ☐ Autres GSA (Intermarché
- ☐ Super U, Hyper U)
- ☐ Grands magasins (BHV, Printemps)
- ☐ FNAC
- ☐ Cora
- ☐ Privilège Discount
- ☐ Auchan
- ☐ Gitem
- ☐ Spécialistes Auto (Norauto, Feu vert)
- ☐ Magasins spécialisés (FT, Phone House, Camara, Phox)
- ☐ Concurrents locaux
- ☐ Discounter (Aldi, Lidl)
- ☐ Autre

Vous

23. Vous êtes :

- ☐ Un homme
- ☐ Une femme

24. Vous avez :

- ☐ moins de 30 ans
- ☐ entre 30 et 50 ans
- ☐ 50 ans et plus

25. Pour venir dans ce magasin, vous devez faire :

- ☐ moins de 5 km
- ☐ entre 5 et 9 km
- ☐ entre 10 et 19 km
- ☐ entre 20 et 29 km
- ☐ entre 30 et 49 km
- ☐ 50 km et plus

26. Vous venez pour effectuer un achat en tant que :

- ☐ Professionnel
- ☐ Particulier
- ☐ Pour une association

27. La profession du chef de famille est :

- ☐ Commerçant, Artisan
- ☐ Cadre, Profession intellectuelle supérieure
- ☐ Profession intermédiaire
- ☐ Employé
- ☐ Agriculture
- ☐ Ouvrier
- ☐ Retraité
- ☐ Etudiant
- ☐ Inactifs
- ☐ Autre

Questionnaire de satisfaction

Chers clients, votre magasin Electro Dépôt réalise une enquête afin d'améliorer votre satisfaction. Nous vous remercions par avance du temps que vous nous consacrez.

Vous et Electro Dépôt Angers

1. Comment avez-vous connu ce magasin Electro Dépôt?

- ☐ Radio
- ☐ Affiche
- ☐ Presse (journaux)
- ☐ Publicités en boîte aux lettres
- ☐ Catalogue Electro Dépôt
- ☐ Site Internet
- ☐ Article dans la presse
- ☐ En passant devant - en allant au centre commercial - par hasard
- ☐ Pages jaunes
- ☐ Relations - Famille
- ☐ Autres

Vous pouvez cocher plusieurs cases (5 au maximum).

2. Vous venez dans ce magasin Electro Dépôt :

- ☐ 2 fois par semaine
- ☐ 1 fois par semaine
- ☐ 1 fois tous les 15 jours
- ☐ 1 fois par mois
- ☐ 1 fois tous les 2 mois
- ☐ 1 fois tous les 3 mois
- ☐ 1 fois tous les 4 mois
- ☐ 2 fois par an
- ☐ c'est la première fois

3. Est-ce que vous recevez nos catalogues?

- ☐ Oui
- ☐ Non

4. Si vous ne recevez pas le catalogue, pouvez-vous nous indiquer votre adresse, CP et ville?

Vos achats

5. Aujourd'hui, vous êtes entré chez Electro Dépôt :

- ☐ avec une intention d'achat très forte
- ☐ avec une intention moyenne d'achat
- ☐ sans intention d'achat

6. Êtes-vous allé voir le site Internet d'Electro Dépôt pour vous renseigner ou préparer votre venue en magasin?

- ☐ Oui
- ☐ Non

7. Est-ce que vous avez trouvé ce que vous vouliez chez Electro Dépôt?

- ☐ Oui
- ☐ Non

8. Si vous n'avez pas trouvé ce que vous vouliez, est-ce le fait de :

- ☐ La ballade
- ☐ L'indécision
- ☐ L'offre produits
- ☐ Les prix
- ☐ Les services
- ☐ L'équipier (le vendeur)
- ☐ Autre

Vous pouvez cocher plusieurs cases (3 au maximum).

9. Est-ce que vous avez été satisfait de vos précédents achats?

- ☐ Oui
- ☐ Non

Votre avis sur Electro Dépôt

10. Y a-t-il un ou des reproche(s) que vous estimez pouvoir faire à Electro Dépôt, par rapport à cette visite ou à de précédente(s) visite(s) au niveau :

- ☐ Des prix pratiqués
- ☐ De l'orientation, la facilité à se repérer dans le magasin
- ☐ De l'étendue du choix de produits
- ☐ Du personnel
- ☐ Aucun reproche

Vous pouvez cocher plusieurs cases (3 au maximum).

11. Vous êtes allé au SAA :

- ☐ 0 fois
- ☐ 1 fois
- ☐ 2 fois
- ☐ 3 fois
- ☐ 4 fois
- ☐ 5 fois
- ☐ entre 6 et 10 fois
- ☐ entre 11 et 20 fois
- ☐ plus de 20 fois

12. Si vous vous êtes déjà rendu au service SAA, en avez-vous été satisfait?

- ☐ Oui
- ☐ Non

13. Globalement, pouvez-vous nous donner une note de 1 à 10 concernant votre niveau de satisfaction sur la prestation de ce magasin Electro Dépôt?

- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4
- ☐ 5
- ☐ 6
- ☐ 7
- ☐ 8
- ☐ 9
- ☐ 10

14. Si votre note est en dessous de 5, pouvez-vous nous en donner la ou les raison(s)?

Electro Dépôt et les autres magasins

15. Quel est pour vous le principal concurrent d'Electro Dépôt en matière de prix compétitifs?

- ☐ Darty
- ☐ Boulanger
- ☐ Conforama
- ☐ But
- ☐ Sites Internet

Vous

16. Vous êtes :

- ☐ Un homme
- ☐ Une femme

17. Vous avez :

- ☐ moins de 30 ans
- ☐ entre 30 et 50 ans
- ☐ 50 ans et plus

18. Pour venir dans ce magasin, vous devez faire :

- ☐ moins de 5 km
- ☐ entre 5 et 9 km
- ☐ entre 10 et 19 km
- ☐ entre 20 et 29 km
- ☐ entre 30 et 49 km
- ☐ 50 km et plus

Résultats du questionnaire

Tris à plat

Comment avez-vous connu ce magasin Ele

	Nb	% obs.	
Radio	1	0,4%	0,4%
Affiche	2	0,9%	0,9%
Presse (journaux)	3	1,3%	1,3%
Publicités en boîte aux lettres	43	18,6%	18,6%
Catalogue Electro Dépôt	8	3,5%	3,5%
Site Internet	12	5,2%	5,2%
Article dans la presse	0	0,0%	0,0%
En passant devant - en allant au centre commercial - par hasard	108	46,8%	46,8%
Pages jaunes	0	0,0%	0,0%
Relations - Famille	71	30,7%	30,7%
Autres	5	2,2%	2,2%
Total	231		

Vous venez dans ce magasin Electro Dép

	Nb	% cit.	
2 fois par semaine	1	0,4%	0,4%
1 fois par semaine	5	2,2%	2,2%
1 fois tous les 15 jours	23	10,0%	10,0%
1 fois par mois	60	26,0%	26,0%
1 fois tous les 2 mois	25	10,8%	10,8%
1 fois tous les 3 mois	26	11,3%	11,3%
1 fois tous les 4 mois	20	8,7%	8,7%
2 fois par an	48	20,8%	20,8%
c'est la première fois	23	10,0%	10,0%
Total	231	100,0%	

Est-ce que vous recevez nos catalogues

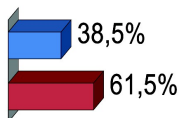
	Nb	% cit.	
Oui	112	48,5%	48,5%
Non	119	51,5%	51,5%
Total	231	100,0%	

Aujourd'hui, vous êtes entré chez Elec

	Nb	% cit.	
avec une intention d'achat très forte	169	73,2%	73,2%
avec une intention moyenne d'achat	17	7,4%	7,4%
sans intention d'achat	45	19,5%	19,5%
Total	231	100,0%	

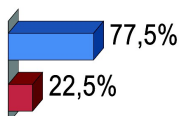
Etes-vous allé voir le site Internet d

	Nb	% cit.
Oui	89	38,5%
Non	142	61,5%
Total	231	100,0%



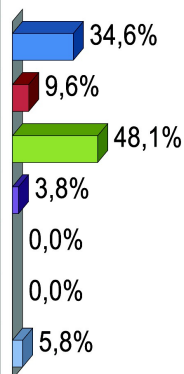
Est-ce que vous avez trouvé ce que vou

	Nb	% cit.
Oui	179	77,5%
Non	52	22,5%
Total	231	100,0%



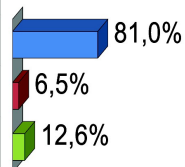
Si vous n'avez pas trouvé ce que vous

	Nb	% obs.
La ballade	18	34,6%
L'indécision	5	9,6%
L'offre produits	25	48,1%
Les prix	2	3,8%
Les services	0	0,0%
L'équipier (le vendeur)	0	0,0%
Autre	3	5,8%
Total	52	



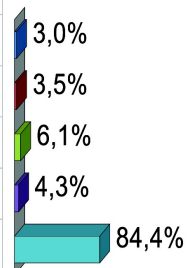
Est-ce que vous avez été satisfait de

	Nb	% cit.
Oui	187	81,0%
Non	15	6,5%
Je n'ai pas encore effectué d'achats	29	12,6%
Total	231	100,0%

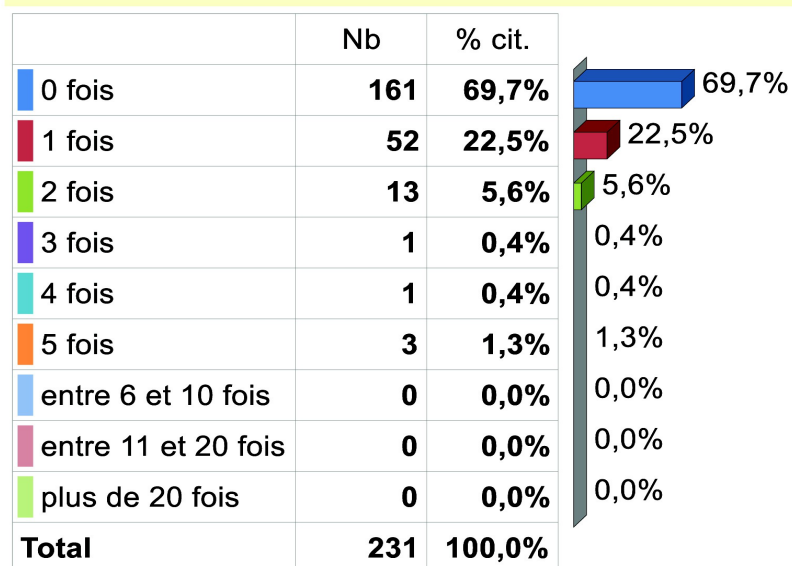


Y a-t-il un ou des reproche(s) que vou

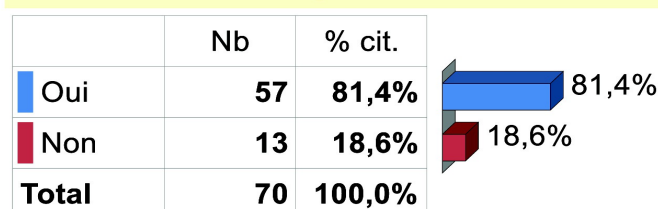
	Nb	% obs.
Des prix pratiqués	7	3,0%
De l'orientation, la facilité à se repérer dans le magasin	8	3,5%
De l'étendue du choix de produits	14	6,1%
Du personnel	10	4,3%
Aucun reproche	195	84,4%
Total	231	



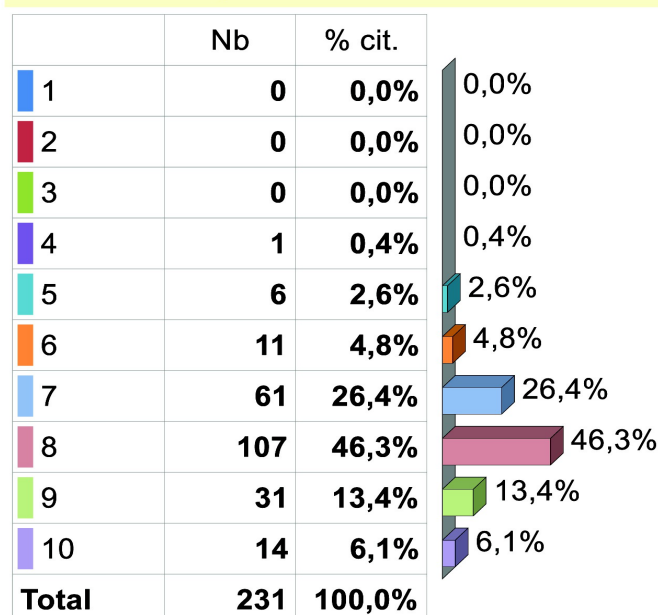
Vous êtes allé au SAA :



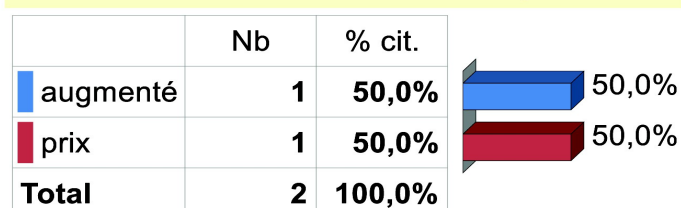
Si vous vous êtes déjà rendu au servic



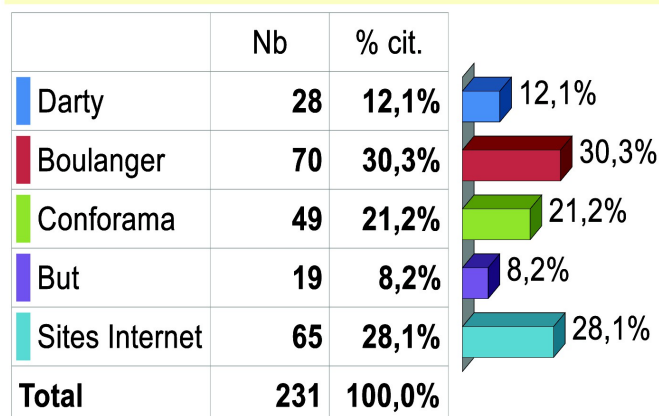
Globalement, pouvez-vous nous donner u



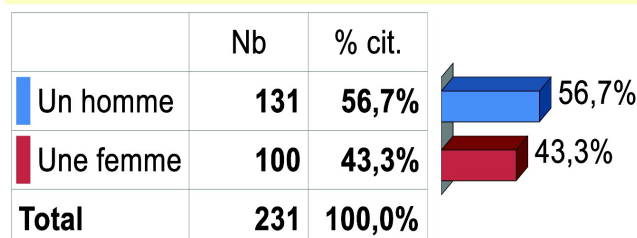
Si votre note est en dessous de 5, pou



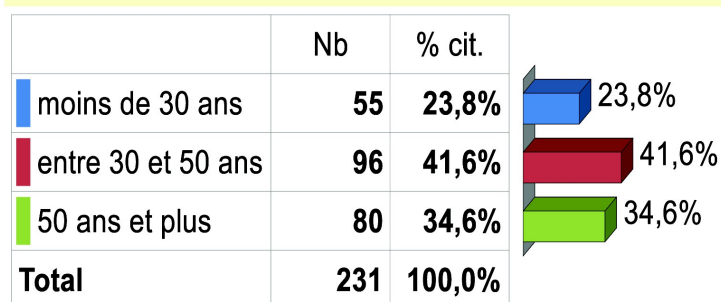
Quel est pour vous le principal concur



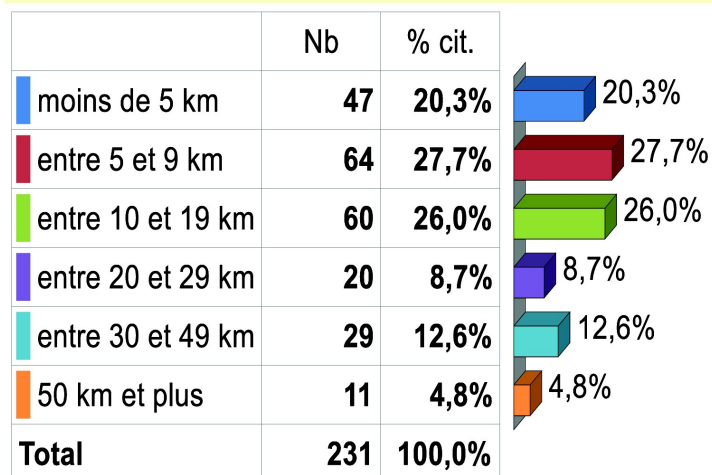
Vous êtes :



Vous avez :



Pour venir dans ce magasin, vous devez



Adresse des personnes ne recevant pas le catalogue

49000 Angers	49150 Baugé
49100 Angers	49220 Le Lion D'Angers
49240 Avrillé	49250 Brillon
49124 Saint Barthélémy	49250 Saint Mathurin sur Loire
49460 Feneu	49290 Chalonne sur Loire
1 allée Louis Malle 49260 Montreuil Juigné	49330 Châteauneuf sur Sarthe
1 rue du Moulin du Pain 49130 Sainte Gemmes sur Loire	49330 Juvardeil
10 allée du Taillis 49480 Saint Sylvain d'Anjou	49330 Cherré
10 boulevard Croix Tête 53200 Château Gontier	49460 Ecuillé
10 C Chemin de la Chabolais 49000 Ecoflant	49460 Montreuil
10 rue Lakanal 49000 Angers	49620 Pommeray
102 rue Larevellière 49100 Angers	49770 La Meignanne
11 rue de la Marjolaine 49120 Chemillé	49770 La Membrolle
12 Hameau des tuileries 49220 Grey Neuville	49800 Trélazé
12 rue de la Ville 49770 Le Plessis Macé	5 bis rue Croix Blanche 49630 Corné
12 rue Saint Jean Baptiste 49460 Montreuil Juigné	51 rue de l'Ebeaupin 49460 Cantenay-Epinard
124 rue Saint Jacques 49100 Angers	51 rue Saint Almand 49320 Saint Jean des Mauvrets
13 rue de la Gemmetrie 49124 Saint Barthélémy	52 avenue du Grésillé 49000 Angers
13 rue du Moulin à vent 49110 Saint Pierre Montlimart	53 rue Saint Aubin 49100 Angers
14 Chemin des Clous 49220 Montreuil sur Maine	53940 Saint Berthevin
14 rue des carrières 49070 Saint Lambert la Poterie	57 rue du Maréchal Juin 49000 Angers
15 rue Guittet 49100 Angers	59 avenue de la Boissière 49240 Avrillé
18 allée Paul Ségnac 49240 Avrillé	6 route de la Membrolle 49770 Le Plessis Macé
18 lot des Lys 49500 Montguillon	6 rue Colonel Léon Faye 49000 Angers
18 rue Alphonse Daudet 49100 Angers	6 rue Maurice Ailfer 49240 Avrillé
19 avenue Jean XXIII 49000 Angers	6 rue Paul Valéry 49100 Angers
19 avenue Simone de Beauvoir 49220 Le Lion d'Angers	6 square Dubreuil 49150 Echemiré
19 rue Armand Brousse 49610 Sainte Melaine sur Aubance	61 rue Jeanne Quemard 49000 Angers

193 rue Volney 49000 Angers	67 rue du Banc Repos 49000 Angers
2 place Olivier Giran 49100 Angers	7 bis passage du Guesclin 49420 Pouancé
223 avenue de la République 49800 Trélazé	7 rue des Rousserolles 82290 La Ville Dieu du Temple
23 Grand Rue 49800 Andard	75013 Ile de France
24 rue Saint Eloi 49380 Notre Dame d'Alençon	79200 Chatouillon sur Touret
25 rue du Lucien Bégeau 49000 Angers	8 allée des Cytises 49800 Brain sur l'Authion
25 square Martin Lutherking 49000 Angers	8 rue du Pont aux moines 49610 Sainte Melaine sur Aubance
27 rue de la Fontaine Rouillée 49460 Feneu	85 boulevard Joseph Bedier 49000 Angers
27 rue du 11 novembre 49330 Châteauneuf sur Sarthe	88 rue de la Madelaine 49000 Angers
28 boulevard Galliënie 49100 Angers	9 allée de Rome 49460 Montreuil Juigné
28 E rue Saint Exupéry 49100 Angers	9 avenue Montaigne 49100 Angers
3 route du Soulaire 49125 CheffeS	90 boulevard Albert Camus 49100 Angers
32 rue des Granges 49460 Feneu	Avenue du Général de Gaulle 49240 Avrillé
35 rue de la Barre Ecole Maternelle Montesquieu 49000 Angers	Avenue René Gasgnier 49100 Angers
37 rue Nicolas Bataille 49000 Angers	Cité Branly 49800 Trélazé
37500 Candes Saint Martin	La Blanchère 49330 Sceaux d'Anjou
4 bis Impasse des Marchands 49340 Vezins	La Conquête 49140 Corzé
4 rue Beau Soleil 49100 Angers	La Petite Garenne 49370 La Pouëze
4 rue du Moulin de la Croix 49370 Saint Clément de la Place	La petite Raboutière 49500 Marrans
40 rue Saint Jacques 49100 Angers	Le Cormier 49640 Daumeray
41000 Blois	Princé 49610 Murs Erigné
49080 Bouchemaine	rue Proust 49100 Angers
49130 Les Ponts de Cé	Sainte Anne 49480 Saint Sylvain d'Anjou
49140 Villevêque	Venise 49460 Ecuillé

Nombre de valeurs différentes : 104
 '49100 Angers' est le plus cité : 6 observations.
 Il y a 112 non-réponses.

Réponse à la question 14 du questionnaire

Si votre note est en dessous de 5, pouvez-vous nous en donner la ou les raison(s) ?
 Une seule réponse : Les prix ont augmenté.

Tris croisés et analyses

Est-ce que vous recevez nos catalogues? X Aujourd'hui, vous êtes entré chez Electro Dépôt :

Est-ce que vous recevez nos catalogues/Aujourd'hui, vous êtes entré chez Electro Dépôt	avec une intention d'achat très forte	avec une intention moyenne d'achat	sans intention d'achat	TOTAL
Oui	82	11	19	112
Non	87	6	26	119
TOTAL	169	17	45	231

La dépendance n'est pas significative. $\chi^2 = 2,50$, $ddl = 2$, $1-p = 71,32\%$. Les cases encadrées en bleu (rose) sont celles pour lesquelles l'effectif réel est nettement supérieur (inférieur) à l'effectif théorique. Les valeurs du tableau sont les nombres de citations de chaque couple de modalités.

Ces deux variables sont indépendantes par conséquent, ce n'est pas parce que les personnes reçoivent le catalogue qu'elles vont venir avec une forte intention d'acheter un produit dans le magasin. On peut voir que la grande majorité des personnes viennent avec une intention d'acheter très forte (169 / 231).

Êtes-vous allé voir le site Internet d'Electro Dépôt pour vous renseigner ou préparer votre venue en magasin? X Aujourd'hui, vous êtes entré chez Electro Dépôt :

Êtes-vous allé voir le site Internet d'Aujourd'hui, vous êtes entré chez Electro Dépôt	avec une intention d'achat très forte	avec une intention moyenne d'achat	sans intention d'achat	TOTAL
Oui	63	7	19	89
Non	106	10	26	142
TOTAL	169	17	45	231

La dépendance n'est pas significative. $\chi^2 = 0,42$, $ddl = 2$, $1-p = 18,99\%$. Les cases encadrées en bleu (rose) sont celles pour lesquelles l'effectif réel est nettement supérieur (inférieur) à l'effectif théorique. Les valeurs du tableau sont les nombres de citations de chaque couple de modalités.

Une fois encore, les deux variables sont indépendantes. Ce n'est pas parce qu'une personne va se renseigner sur le site Internet qu'elle va forcément vouloir faire un achat dans le magasin.

Vous avez : X Quel est pour vous le principal concurrent d'Electro Dépôt en matière de prix compétitifs?

Vous avez :/Quel est pour vous le principal concurrent d'Electro Dépôt	Darty	Boulangier	Conforama	But	Sites Internet	TOTAL
moins de 30 ans	2	18	12	7	16	55
entre 30 et 50 ans	12	28	20	7	29	96
50 ans et plus	14	24	17	5	20	80
TOTAL	28	70	49	19	65	231

La dépendance n'est pas significative. $\chi^2 = 7,63$, $ddl = 8$, $1-p = 53,00\%$. Les cases encadrées en bleu (rose) sont celles pour lesquelles l'effectif réel est nettement supérieur (inférieur) à l'effectif théorique. Les valeurs du tableau sont les nombres de citations de chaque couple de modalités.

D'après le tableau, on peut voir que le principal concurrent d'Electro Dépôt reste le même pour toutes les tranches d'âge soit l'enseigne Boulangier. Les sites internet sont situés juste derrière Boulangier. En troisième position, on trouve l'enseigne Conforama.

Est-ce que vous recevez nos catalogues? X Pour venir dans ce magasin, vous devez faire :

Est-ce que vous recevez nos catalogues/Pour venir dans ce magasin, vous devez faire	moins de 5 km	entre 5 et 9 km	entre 10 et 19 km	entre 20 et 29 km	entre 30 et 49 km	50 km et plus	TOTAL
Oui	30	32	22	10	16	2	112
Non	17	32	38	10	13	9	119
TOTAL	47	64	60	20	29	11	231

La dépendance est significative. $\chi^2 = 12,43$, $ddl = 5$, $1-p = 97,06\%$. Les cases encadrées en bleu (rose) sont celles pour lesquelles l'effectif réel est nettement supérieur (inférieur) à l'effectif théorique. Les valeurs du tableau sont les nombres de citations de chaque couple de modalités.

Ici, les deux variables sont dépendantes. En effet, on constate qu'en fonction de la localisation des clients, ils vont recevoir le catalogue ou non. On peut voir que plus les personnes sont proche du magasin et plus elles reçoivent le catalogue. D'après le total, on s'aperçoit que la majorité des clients effectuent entre 5 et 19 km. (124/231).

Vous avez : X Comment avez-vous connu ce magasin Electro Dépôt?

Vous avez :/Comment avez-vous connu ce magasin Electro	Radio	Affiche	Presse (journaux)	Publicités en boîte aux lettres	Catalogue Electro Dépôt	Site Internet	En passant devant - en allant au centre commercial - par hasard	Relations - Famille	Autres	TOTAL
moins de 30 ans	0	0	1	7	3	3	18	25	1	58
entre 30 et 50 ans	1	0	2	18	5	7	42	33	3	111
50 ans et plus	0	2	0	18	0	2	48	13	1	84
TOTAL	1	2	3	43	8	12	108	71	5	253

La dépendance est significative. $\chi^2 = 30,92$, $ddl = 16$, $1-p = 98,62\%$. Les cases encadrées en bleu (rose) sont celles pour lesquelles l'effectif réel est nettement supérieur (inférieur) à l'effectif théorique. Attention, 17 (63.0%) cases ont un effectif théorique inférieur à 5, les règles du χ^2 ne sont pas réellement applicables. Le χ^2 est calculé sur le tableau des citations (effectifs marginaux égaux à la somme des effectifs lignes/colonnes). Les valeurs du tableau sont les nombres de citations de chaque couple de modalités.

On peut voir que ces deux variables sont dépendantes. Pour les moins de 30 ans, ce sont grâce à leurs Relations/ Familles qu'ils ont connu l'enseigne. Pour les 30 – 50 ans, tout comme les plus de 50 ans, c'est en passant devant/en allant au centre commerciale/ par hasard qu'il ont connu Electro Dépôt. D'après le total, on peut voir que c'est tout de même en passant devant/ en allant au centre commerciale/ par hasard que la majorité des clients ont connu l'enseigne. En deuxième, ce sont grâce à des relations/familles que les clients ont connu le magasin. En troisième position vient la publicité en boîte aux lettres. Les médias restants ne permettent pratiquement pas à l'enseigne de se faire connaître.

Vous avez : X Globalement, pouvez-vous nous donner une note de 1 à 10 concernant votre niveau de satisfaction sur la prestation de ce magasin Electro Dépôt?

Vous avez :/Globalement, pouvez-vous nous donner une note	4	5	6	7	8	9	10	TOTAL
moins de 30 ans	0	1	2	16	29	5	2	55
entre 30 et 50 ans	1	2	5	31	35	14	8	96
50 ans et plus	0	3	4	14	43	12	4	80
TOTAL	1	6	11	61	107	31	14	231

La dépendance n'est pas significative. $\chi^2 = 12,02$, $ddl = 12$, $1-p = 55,60\%$. Les cases encadrées en bleu (rose) sont celles pour lesquelles l'effectif réel est nettement supérieur (inférieur) à l'effectif théorique. Attention, 11 (52.4%) cases ont un effectif théorique inférieur à 5, les règles du χ^2 ne sont pas réellement applicables. Les valeurs du tableau sont les nombres de citations de chaque couple de modalités.

Les deux variables ne sont pas dépendantes l'une de l'autre. La note 8 revient le plus souvent dans toutes les tranches d'âge. Sur 231 personnes, 107 ont donné la note de 8 et 61 celle de 7. Cela montre que l'enseigne est bien perçue par les clients et que ces derniers sont majoritairement satisfaits d'Electro Dépôt Angers.

Est-ce que vous avez été satisfait de vos précédents achats? X Vous êtes allé au SAA :

Est-ce que vous avez été satisfait de/Vous êtes allé au SAA :	0 fois	1 fois	2 fois	3 fois	4 fois	5 fois	TOTAL
Oui	129	45	11	1	0	1	187
Non	3	7	2	0	1	2	15
Je n'ai pas encore effectué d'achats	29	0	0	0	0	0	29
TOTAL	161	52	13	1	1	3	231

La dépendance est très significative. $\chi^2 = 55,58$, $ddl = 10$, $1-p = >99,99\%$. Les cases encadrées en bleu (rose) sont celles pour lesquelles l'effectif réel est nettement supérieur (inférieur) à l'effectif théorique. Attention, 12 (66.7%) cases ont un effectif théorique inférieur à 5, les règles du χ^2 ne sont pas réellement applicables. Les valeurs du tableau sont les nombres de citations de chaque couple de modalités.

Ces deux variables sont dépendantes. On peut voir que les personnes ayant été au SAA de nombreuses fois sont souvent mécontentes. Une personne toutefois s'est rendue 5 fois au SAA et a été satisfaite de ses achats. Une grande majorité de personnes ne se sont jamais rendues au SAA (161 / 231). De plus, les personnes sont très souvent satisfaites de leurs achats puisque 187 personnes se sont dites satisfaites contre seulement 15 qui ont été mécontentes de leurs précédents achats.

Vous êtes allé au SAA : X Globalement, pouvez-vous nous donner une note de 1 à 10 concernant votre niveau de satisfaction sur la prestation de ce magasin Electro Dépot?

Vous êtes allé au SAA :/Globalement, pouvez-vous nous donner une note	4	5	6	7	8	9	10	TOTAL
0 fois	1	3	7	41	80	19	10	161
1 fois	0	1	3	14	19	11	4	52
2 fois	0	1	1	4	6	1	0	13
3 fois	0	0	0	0	1	0	0	1
4 fois	0	0	0	1	0	0	0	1
5 fois	0	1	0	1	1	0	0	3
TOTAL	1	6	11	61	107	31	14	231

La dépendance n'est pas significative. $\chi^2 = 23,90$, $ddl = 30$, $1-p = 22,33\%$. Les cases encadrées en bleu (rose) sont celles pour lesquelles l'effectif réel est nettement supérieur (inférieur) à l'effectif théorique. Attention, 33 (78.6%) cases ont un effectif théorique inférieur à 5, les règles du χ^2 ne sont pas réellement applicables. Les valeurs du tableau sont les nombres de citations de chaque couple de modalités.

Les notes ne sont pas forcément mauvaises si la personne c'est déjà rendue au SAA. Dès lors, les notes ne dépendent pas du SAA.

Est-ce que vous avez été satisfait de vos précédents achats? X Vous êtes :

Est-ce que vous avez été satisfait de/Vous êtes :	Un homme	Une femme	TOTAL
Oui	102	85	187
Non	13	2	15
Je n'ai pas encore effectué d'achats	16	13	29
TOTAL	131	100	231

La dépendance est peu significative. $\chi^2 = 5,87$, $ddl = 2$, $1-p = 94,68\%$. Les cases encadrées en bleu (rose) sont celles pour lesquelles l'effectif réel est nettement supérieur (inférieur) à l'effectif théorique. Les valeurs du tableau sont les nombres de citations de chaque couple de modalités.

Les hommes sont autant satisfaits que les femmes par leurs achats.

Est-ce que vous avez été satisfait de vos précédents achats? X Vous avez :

Est-ce que vous avez été satisfait de/Vous avez :	moins de 30 ans	entre 30 et 50 ans	50 ans et plus	TOTAL
Oui	41	80	66	187
Non	5	7	3	15
Je n'ai pas encore effectué d'achats	9	9	11	29
TOTAL	55	96	80	231

La dépendance n'est pas significative. $\chi^2 = 3,46$, $ddl = 4$, $1-p = 51,64\%$. Les cases encadrées en bleu (rose) sont celles pour lesquelles l'effectif réel est nettement supérieur (inférieur) à l'effectif théorique. Les valeurs du tableau sont les nombres de citations de chaque couple de modalités.

La satisfaction des clients est la même, peu importe leur âge. Il n'y a pas de dépendance entre ces deux variables.

Vous êtes : X Vous venez dans ce magasin Electro Dépôt :

Vous êtes :/Vous venez dans ce magasin Electro Dép	2 fois par semaine	1 fois par semaine	1 fois tous les 15 jours	1 fois par mois	1 fois tous les 2 mois	1 fois tous les 3 mois	1 fois tous les 4 mois	2 fois par an	c'est la première fois	TOTAL
Un homme	1	4	12	40	14	17	9	20	14	131
Une femme	0	1	11	20	11	9	11	28	9	100
TOTAL	1	5	23	60	25	26	20	48	23	231

La dépendance n'est pas significative. $\chi^2 = 10,99$, $ddl = 8$, $1-p = 79,77\%$. Les cases encadrées en bleu (rose) sont celles pour lesquelles l'effectif réel est nettement supérieur (inférieur) à l'effectif théorique. Attention, 4 (22.2%) cases ont un effectif théorique inférieur à 5, les règles du χ^2 ne sont pas réellement applicables. Les valeurs du tableau sont les nombres de citations de chaque couple de modalités.

Les femmes viennent aussi régulièrement dans le magasin que les hommes. En moyenne, les clients viennent 1 fois par mois. Paradoxalement, on peut voir que la deuxième réponse qui est revenue le plus souvent est « 2 fois par an ».

Aujourd'hui, vous êtes entré chez Electro Dépôt : X Vous avez :

Aujourd'hui, vous êtes entré chez Elec/Vous avez :	moins de 30 ans	entre 30 et 50 ans	50 ans et plus	TOTAL
avec une intention d'achat très forte	40	67	62	169
avec une intention moyenne d'achat	2	13	2	17
sans intention d'achat	13	16	16	45
TOTAL	55	96	80	231

La dépendance est significative. $\chi^2 = 9,83$, $ddl = 4$, $1-p = 95,67\%$. Les cases encadrées en bleu (rose) sont celles pour lesquelles l'effectif réel est nettement supérieur (inférieur) à l'effectif théorique. Les valeurs du tableau sont les nombres de citations de chaque couple de modalités.

On peut voir qu'en fonction de l'âge de la personne, celle-ci aura plus ou moins l'intention d'acheter. Les personnes âgées de 30 à 50 ans ont une forte intention d'acheter. Globalement, la majorité des personnes viennent avec l'intention d'acheter un ou plusieurs produit(s) dans le magasin.

Vous êtes : X Y a-t-il un ou des reproche(s) que vous estimez pouvoir faire à Electro Dépôt, par rapport à cette visite ou à de précédente(s) visite(s) au niveau :

Vous êtes :/Y a-t-il un ou des reproche(s) que vous	Des prix pratiqués	De l'orientation, la facilité à se repérer dans le magasin	De l'étendue du choix de produits	Du personnel	Aucun reproche	TOTAL
Un homme	2	7	11	6	107	133
Une femme	5	1	3	4	88	101
TOTAL	7	8	14	10	195	234

La dépendance est peu significative. $\chi^2 = 8,39$, $ddl = 4$, $1-p = 92,17\%$. Les cases encadrées en bleu (rose) sont celles pour lesquelles l'effectif réel est nettement supérieur (inférieur) à l'effectif théorique. Attention, 5 (50.0%) cases ont un effectif théorique inférieur à 5, les règles du χ^2 ne sont pas réellement applicables. Le χ^2 est calculé sur le tableau des citations (effectifs marginaux égaux à la somme des effectifs lignes/colonnes). Les valeurs du tableau sont les nombres de citations de chaque couple de modalités.

Les hommes font autant de remarques que les femmes. Ces deux variables ne sont pas dépendantes l'une de l'autre. Le plus souvent, les hommes ont fait des réflexions au sujet de l'«étendue du choix de produits» puis de la «facilité à se repérer dans le magasin». Les femmes ont plutôt fait des commentaires concernant les prix pratiqués et le personnel. Cependant, dans la plupart des cas, aucun reproche n'a été fait à l'enseigne.

Vous avez : X Si vous n'avez pas trouvé ce que vous vouliez, est-ce le fait de :

Vous avez :/Si vous n'avez pas trouvé ce que vous	Non réponse	La ballade	L'indécision	L'offre produits	Les prix	Autre	TOTAL
moins de 30 ans	38	10	2	3	1	1	55
entre 30 et 50 ans	77	4	3	10	1	2	97
50 ans et plus	64	4	0	12	0	0	80
TOTAL	179	18	5	25	2	3	232

La dépendance est significative. $\chi^2 = 19,12$, $ddl = 10$, $1-p = 96,12\%$. Les cases encadrées en bleu (rose) sont celles pour lesquelles l'effectif réel est nettement supérieur (inférieur) à l'effectif théorique. Attention, 10 (55.6%) cases ont un effectif théorique inférieur à 5, les règles du χ^2 ne sont pas réellement applicables. Le χ^2 est calculé sur le tableau des citations (effectifs marginaux égaux à la somme des effectifs lignes/colonnes). Les valeurs du tableau sont les nombres de citations de chaque couple de modalités.

On peut voir que les moins de 30 ans vont dans le magasin pour se promener ce qui explique qu'ils ne font que peu d'achats. Pour les 30-50 ans et les plus de 50 ans, c'est l'offre produits qui est en cause de la non-réalisation des achats. En effet, souvent le produit n'est pas ou plus présent en magasin. L'offre produits et la ballade sont donc les deux raisons pour lesquelles les clients n'achètent pas. Ensuite, c'est l'indécision (souvent, cette raison concerne les personnes qui comparent les prix dans différentes enseignes).

Détails du questionnaire

En discutant avec les personnes qui ont acceptées de répondre aux questionnaires certains ont donné des précisions sur les inconvénients de l'enseigne. Afin que les membres de l'entreprise Electro Dépôt puissent connaître certains reproches fait à l'enseigne, en voici la liste :

- La musique est parfois trop forte.
- Certaines personnes souhaiteraient qu'il y ait des promotions.
- En ce qui concerne le SAA, on retrouve :

L'absence d'échanges et de remboursements

Un mauvais accueil

Une résolution du problème trop longue

De mauvaises explications

- Une personne a reproché les prix pratiqués car quelques jours après son achat, le prix du produit a baissé.
- Certaines personnes ont reproché les écarts de prix entre le catalogue, le site internet et le magasin.
- Souhait d'avoir une carte de fidélité pour certains clients.
- Certains aimeraient une présence plus importante de grandes marques dans le magasin.
- Des clients perçoivent les produits comme ayant une « qualité moindre » ce qui peut les freiner dans leurs achats.
- Les prix pratiqués auraient augmenté.
- L'attente en caisse est parfois longue.
- L'alignement des prix n'est parfois pas fait pour tous les produits du magasin car une personne a acheté sa télévision chez Electro Dépôt et l'a vu moins chère chez Boulanger par la suite.
- Lorsque les produits ne sont présents que sur le site Internet, certains ont reproché l'obligation de devoir les payer sur Internet. Cela représentait un frein pour eux.
- Parmi les reproches fait au niveau des équipiers :

Parfois peu aimables

Manque de renseignements

Manque de personnels

- Une personne souhaiterait voir certaines publicités nationales disparaître car ces dernières engendre des coûts qui vont par la suite se répercuter sur les prix des produits.
- Certaines personnes trouvent que la garantie d'1 an sur les produits est un peu courte.
- Les produits ne sont pas toujours en adéquation avec le moment.
- Les rayons sont parfois mal rangés (difficultés à trouver les prix des produits).
- Le site internet n'est pas facile d'utilisation ni très clair.
- Certaines images des produits présentés sur le site diffèrent par rapport aux produits du magasin.
- Certains clients aimeraient que l'offre de produits s'élargisse pour qu'il y ait de l'ameublement.
- Certains clients trouvent que les modalités de paiement ne sont pas adaptés pour de grosses sommes qui sont donc difficiles à payer.

Publicités pour le catalogue annuel de l'Amicale des engagés volontaires du 6ème Régiment du Génie



ELECTRO DEPOT
ÉLECTROMÉNAGER • IMAGE • SON • MULTIMÉDIA

**PRIX MINIMUM
SOURIRE MAXIMUM**



**ELECTRO
DEPOT**
ÉLECTROMÉNAGER • IMAGE • SON • MULTIMÉDIA

55 MAGASINS au service
de votre pouvoir d'achat

**VENEZ PROFITER
DE PRIX AVANTAGEUX
AVEC VOTRE
CARTE MILITAIRE !**



**ELECTRO DEPOT
ANGERS**

Lundi/Vendredi:
10h-12h30/14h-19h30

Samedi:
9h30-19h30

TEL: 02 41 25 32 20
FAX: 02 41 25 32 89
ed-angers@electrodepot.fr

Coordonnées GPS:
Latitude:
47,517447
Longitude:
-0,606655

**Pour plus d'informations,
utilisez ce Flash Code!**

“Habituez-vous à acheter moins cher”

✓ Tous les jours

✓ Toutes les semaines

✓ Toute l'année

Version retenue



ELECTRO DEPOT
ÉLECTROMÉNAGER • IMAGE • SON • MULTIMÉDIA

**VENEZ PROFITER DE PRIX AVANTAGEUX
AVEC VOTRE CARTE MILITAIRE !**



**ELECTRO
DEPOT**
ÉLECTROMÉNAGER • IMAGE • SON • MULTIMÉDIA

55 MAGASINS au service
de votre pouvoir d'achat

**PRIX MINIMUM
SOURIRE MAXIMUM**



**ELECTRO DEPOT
ANGERS**

Lundi/Vendredi:
10h-12h30/14h-19h30

Samedi:
9h30-19h30

TEL: 02 41 25 32 20
FAX: 02 41 25 32 89
ed-angers@electrodepot.fr

Coordonnées GPS:
Latitude:
47,517447
Longitude:
-0,606655

**Pour plus d'informations,
utilisez ce Flash Code!**

“Habituez-vous à acheter moins cher”

✓ Tous les jours

✓ Toutes les semaines

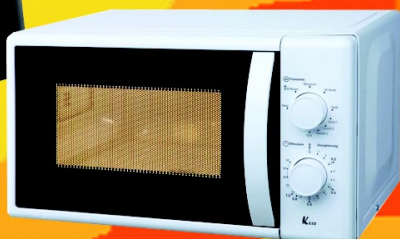
✓ Toute l'année



ELECTRO DEPOT

ÉLECTROMÉNAGER • IMAGE • SON • MULTIMÉDIA

**PRIX MINIMUM
SOURIRE MAXIMUM**



ELECTRO DEPOT

ÉLECTROMÉNAGER • IMAGE • SON • MULTIMÉDIA

55 MAGASINS au service
de votre pouvoir d'achat



Venez profiter de prix
avantageux avec votre
carte militaire !



**ELECTRO DEPOT
ANGERS**

Lundi/Vendredi:
10h-12h30/14h-19h30

Samedi:
9h30-19h30

TEL: 02 41 25 32 20
FAX: 02 41 25 32 89
ed-angers@electrodepot.fr

Coordonnées GPS:
Latitude:
47,517447
Longitude:
-0,606655

**Pour plus d'informations,
utilisez ce Flash Code!**

“Habituez-vous à acheter moins cher”

✓ Tous les jours

✓ Toutes les semaines

✓ Toute l'année

Engagement de non plagiat.



ENGAGEMENT DE NON PLAGIAT

Je, soussigné (e) DELOBEL Delphine,
déclare être pleinement conscient(e) que le plagiat de documents ou d'une partie d'un document publiés 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.

Signature :

Cet engagement de non plagiat doit être inséré en première page de tous les rapports, dossiers, mémoires.