

FICHE N°1 OBSERVATION
CHAPITRE 8 : L'INFORMATION DANS L'ORGANISATION
Séance 1 : Observation 30 min

Situation :

La société SPECIBIKE commercialise des produits et des services en relation avec le cyclisme et, ne réalise donc aucune production. La société achète des vélos auprès des grandes marques et les revend en apportant différents services au client : un catalogue très complet de vélos et d'accessoires, les conseils de techniciens spécialisés, un service de réparation efficace.

Elle dispose d'un site internet marchand : <http://www.oxabike.com>, qui présente ses activités et lequel les clients peuvent faire leurs achats.

L'entreprise est organisée selon le schéma suivant :

- Le siège social, magasin d'origine créé par M. Burgond, réalisant le plus gros volume d'affaires, est situé à Dijon.
- Les autres magasins sont des lieux de distribution qui disposent d'une organisation propre.

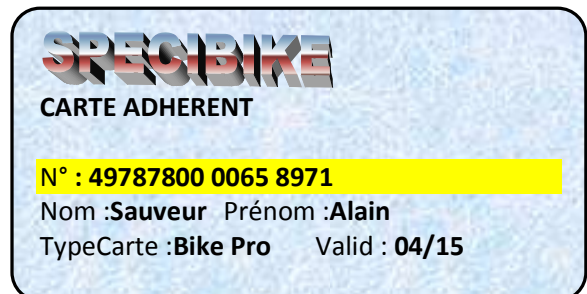
Lorsque Mme Billon, responsable des ventes, accueille un client en magasin, elle lui propose une offre complète : réduction à partir de cartes de fidélité, vélos, accessoires sur vélo, équipements de sécurité du cycliste, et livraison.

Elle est donc amenée à traiter de multiples informations.



Alain Sauveur pose fièrement devant le vélo électrique « batavus easy de luxe » dont il souhaite faire l'acquisition.

Grâce à sa carte de fidélité « Bike Pro » il pourrait



bénéficier d'une remise de 5% et d'un financement avec paiement sur 10 mensualités. Son vélo n'étant pas disponible dans ce magasin, il demande une livraison à domicile.

Afin de réaliser sa carte d'adhérent, Alain Sauveur doit fournir plusieurs documents nécessaires à sa réalisation :

- Une pièce d'identité
- Une facture EDF justifiant son domicile
- Un Relevé d'Identité Bancaire
- 3 derniers bulletins de salaires

Sous OpenErp : Les élèves ouvrent une session OpenErp sous le Profil « billon ».

1. En jouant le rôle de Mme Billon, saisissez et notez les informations nécessaires au Bon de commande.

Dans le menu ventes/bon de commandes/

Récupérer la fiche client « Alain Sauveur »

Créer un bon de commande

Sélectionner créer dans la ligne de commande

Sélectionner le produit « batavus easy de luxe »

2. Quelles informations Mme Billon devra t'elle recueillir auprès de Alain pour les transmettre à la comptabilité, et au service de livraison ? Saisissez et notez les informations sous OpenErp

Comptabilité : le RIB, le type de paiement (à renseigner dans l'onglet « notes »
Le service de livraison : L'adresse géographique pour exécuter la livraison

3. Pourquoi Alain Sauveur doit-il obtenir un financement ? Quelles informations Alain a-t-il dû donner pour obtenir un financement ? Quels justificatifs a-t-il dû fournir ?

Alain Sauveur doit obtenir un financement à cause du prix du vélo. Pour le financement il doit donner ses fiches de paie, son RIB, un certificat de son adresse géographique

FICHE N°2 ANALYSE
CHAPITRE 8 : L'INFORMATION DANS L'ORGANISATION
Séance 1 : Analyse de 20 min

Notions : Données, informations, connaissances

Situation : Avant son achat, Alain demande quelques conseils à Mme Billon. À l'aide de son Progiciel de Gestion Intégré (PGI OpenErp), Mme Billon saisit différentes informations (type de vélo, type d'accessoires sur vélo, équipements de la personne) qui sont des références de produits. Mme Billon propose ensuite à Alain un choix adapté à ses besoins à l'aide du catalogue technique des produits. Enfin, Mme Billon imprime le bon de commande provisoire et lui présente.

1. Les étapes de la proposition commerciale.

1. Le recueil des données :

Ce sont des informations brutes résultant de l'observation de faits, faciles à stocker sur Ordinateur. Elles ne sont intelligibles que si elles se rapportent au contexte.

2. L'information organisée :

C'est ce que deviennent ces données après traitement et interprétation.

La table devis :

N° devis
Date du Devis
Nom commercial
Nom client
N° produit
Montant du devis
Total HT
Total TTC

La table produit :

N° produit
Nom produit
Prix unitaire H.T

La table client :

N° client
Nom du client
Adresse du client
Taux de remise

3. Les connaissances :

Ce sont des informations structurées et mémorisées qui donnent lieu à une utilisation « intelligente » ayant du sens pour son utilisateur (le vendeur, le client, le gestionnaire du stock)

Contenu du bon de commande n°

Contenu du Bon de livraison n°

1. A quel moment les données se transforment-elles en informations ?

Une fois l'information collectée, saisie, stockée, elle est traitée pour être diffusée, c'est-à-dire éditée comme une information pertinente dans un contexte de proposition commerciale, de devis, ou d'attestation de commande. Le SI sert donc à collecter, saisir, traiter et diffuser l'information. Le SI organise les données en information.

2. Quelles sont les informations qui, au final, ont du sens pour le client et deviennent ainsi des connaissances ?

Ce sont les informations qui récapitulent sa commande. Son nom et adresse, le produit commandé, son prix, et le type de règlement. Toutes ces informations sont reprises dans le devis

FICHE N°3 ANALYSE

CHAPITRE 8 : L'INFORMATION DANS L'ORGANISATION

Séance 2 : Analyse de 30 min

Notions : Les rôles de l'information, accessibilité de l'information

Situation 1 : Alain Sauveur accepte le devis. Il le signe après avoir écrit la mention « bon pour accord ». Mme Billon éditte donc un Bon de commande. Dans les 15 jours, recevra par DHL, l'ensemble de son matériel.

2. Les rôles de l'information.

1. Editez le devis réalisé par Mme Billon pour Alain Sauveur

Specibike 2 rue de la butineuse 67 000 Strasbourg - France Phone: Mail:					
Adresse de livraison : Alain Sauveur 10 rue du Chef 13 000 MARSEILLES France			Alain Sauveur 10 rue du Chef 13 000 MARSEILLES		
Adresse de facturation : Monsieur Alain Sauveur 10 rue du Chef 13 000 MARSEILLES France					
N° de commande SO044					
Votre Référence	Date de commande	Vendeur	Condition de règlement		
	17/10/2013	Billon	30 Jours fin de mois		
Description	TVA	Quantité	Prix unitaire	Rem.(%)	Prix
[BAT366387] Batavus Velo Electrique Batavus Easy Deluxe	TVA collectée (vente) 19,6%	1,00 PCE	2299,00	5,00	2184,05 €
				Total Net :	2184,05 €
				Taxes :	428,07 €
				Total :	2612,12 €
le client règle en 10 échéances 30 Jours fin de mois					

2. Surlignez les informations contenues de la commande ?

Expéditeur, Destinataire, N° de commande, le produit, le prix, le type de règlement

3. A quels acteurs sont-elles destinées ?

En externe : le client.

En interne : le vendeur, le responsable des stocks, la comptabilité.

4. Ces informations sont-elles conformes aux souhaits de Mr Sauveur ? Justifiez

Oui elles sont conformes, le type de vélo, le prix, la remise ainsi que le type de règlement.

5. Dans chacune des situations suivantes, indiquez les rôles de l'information à partir de la liste suivante :

Message ; contrôle/validation ; remédiation ; mémoire/stockage ; proposition

Le bon de commande fournit les détails précis de la prestation. Le client l'accepte	<u>Contrôle et validation</u> : Le vendeur et le client vérifie les termes du contrat de vente. Le bon de commande sert de contrôle mais aussi de preuve juridique de l'existence de contrat entre les 2 parties
L'acceptation du bon de commande permet au vendeur d'informer le responsable des stocks de préparer la marchandise en vue de sa livraison.	<u>Message</u> : Le responsable des stocks vérifie la disponibilité de la marchandise en stock. En cas de rupture, il déclenche une commande chez le fournisseur. Programmation de la livraison
Alain Sauveur change d'avis sur la qualité de ses freins, souhaite modifier ses freins à mâchoires par des freins à disques ventilés. Mme Billon s'aide de sa base de données pour lui proposer une alternative.	<u>Proposition</u> : L'information dans la base de données permet de modifier la proposition du BC
La direction analyse les chiffres concernant des ventes de magasin, par vendeur. Le calcul de la progression est effectué, des comparaisons sont établies.	<u>Remédiation</u> : L'information permet de créer des tableaux statistiques sur les meilleurs vendeurs, les meilleures ventes. Pratiquer une rémunération à l'intéressement par exemple.
Plusieurs informations concernant la commande du client sont mises en mémoire pour assurer le suivi des garanties des produits, des clients par le SAV.	<u>Mémoire/stockage</u> : Plusieurs utilisateurs pourront utiliser les informations de la base de données comme le SAV qui ont été saisis par les vendeurs, les magasiniers ou encore la comptabilité.

Situation 2 : De retour chez lui, il se rend compte qu'il a oublié d'acheter le casque.

Que peut-il faire ? Quels sont les avantages et les inconvénients des solutions trouvées ?

Finalement, Mr Sauveur décide d'acheter le casque par le biais du site.

Le site :

Avantages du site : Le site est disponible 24 / 24 sans se déplacer. Le site permet une commande rapide pour les clients qui ne veulent pas de conseils du vendeur.

Inconvénients : le site ne présente pas tous les produits du catalogue. Le client n'a pas les conseils de vendeur en cas de demandes spécifiques.

Le magasin :

Avantages : Grands choix de produits. Conseils des technico-commerciaux. Possibilité de paiements échelonnés.

Inconvénients : Ouverture à heures fixes, déplacement obligatoire dans l'unité commerciale.

Accessoires

Porte-bagage pick-up pour vélo indémodable hollandais

69,00 €
(986 Article(s) en stock)

Détails ACHETER

Équipez votre vélo hollandais indémodable Amsterdamer d'un porte-bagage avant si vous avez un siège enfant à l'arrière ou pour garder vos effets personnels sous les yeux.



Panier en osier BASIMPLY - fixation sur la potence

49,00 €
En Stock
(99 Article(s) en stock)

Détails ACHETER

Un support de 12 cm de long fixé sur la potence permet de fixer le panier osier, même sur des vélos équipés de potence réglable. Le panier ainsi fixé reste bien vertical et il est amovible rapidement.



Casque de vélo enfant vert pomme

19,00 €
Détails ACHETER

Pour parfaire la sécurité à vélo. La taille s'ajuste par une molette (voir photo à droite en bas) : Taille S : 47 à 50 cm (périmètre crânien)



Casque de vélo enfant rouge

19,00 €
Détails ACHETER

Pour parfaire la sécurité à vélo. La taille s'ajuste par une molette (voir photo à droite en bas) : Taille S : 48 à 52 cm (périmètre crânien)



Chargeur alimenté par la dynamo du vélo pour portable et système GPS

79,00 €
Détails ACHETER

Chargeur alimenté par la dynamo du vélo pour iPhone, portable et système GPS.

Il permet de recharger avec la dynamo de votre vélotout ce qui peut être habituellement chargé sur une prise USB d'ordinateur : iPhone, iPod, GPS, téléphone, ...

Avec lui vous ne risquez pas de tomber en panne de batterie lors d'un périple à vélo. Et vous n'aurez pas non plus à vous encombrer des chargeurs de chaque appareil.



Indispensable pour la sécurité des enfants

35,90 €
(-16,71%) 29,90 €
Détails ACHETER

Lot de 3 articles : un casque vélo enfant, un feu arrière et une chasuble fluo



A partir de votre visite, qu'en concluez-vous par rapport à la situation 1?

Mr Sauveur n'a pas réussi son casque par Internet car il est indisponible sur le site. Il devra donc se rendre physiquement au magasin pour l'acheter. Bien que le magasin présente l'inconvénient de ne pas être ouvert 24h/24, il présente l'avantage de tout avoir en stock.

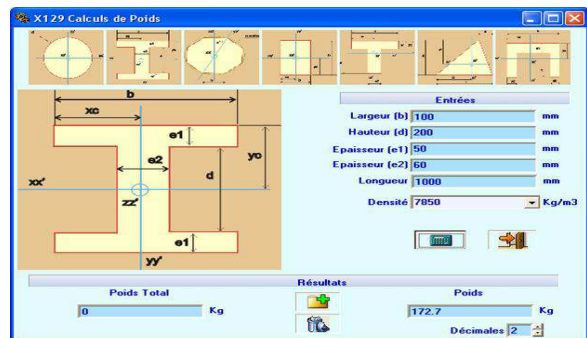
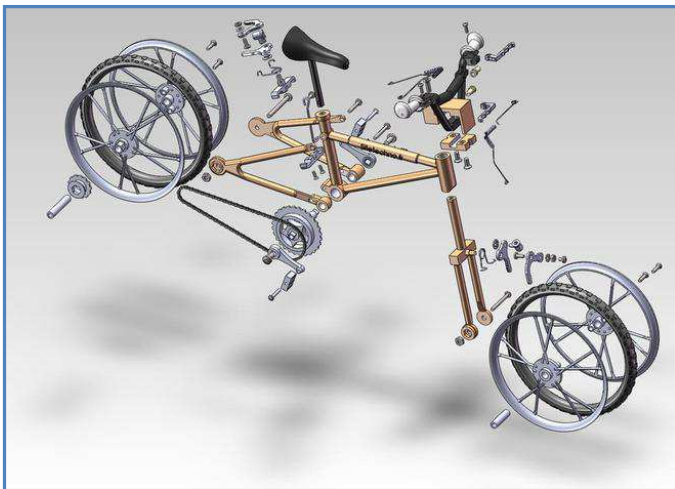
FICHE N°4 ANALYSE
CHAPITRE 8 : L'INFORMATION DANS L'ORGANISATION
Séance 3 : Analyse de 30 min

Notions : La valeur de l'information.

Situation : Mr Burgond, PDG de Spécibike a compris très tôt l'intérêt commercial d'un logiciel de Dessin Assisté par Ordinateur. Un investissement important a été réalisé, il porte aujourd'hui ses fruits puisque le logiciel permet de vendre par mois plus de 50 Vélos à des compétiteurs à la pointe de la technologie. Le coût d'une licence « Autocad » le n°1 mondial de la DAO est de 10 000 €, et la formation par utilisateur 2 000 €.

Doc 2 : Le montage d'un Vélo de compétition : Eléments du coût de l'information pour l'entreprise.

Les techniciens de l'entreprise ont développé une certaine expertise dans l'assemblage des vélos de compétition pour professionnels de cyclisme sur route, en VTT ou de descente. Un logiciel de DAO (Dessin Assisté par Ordinateur) relié à des bases données des produits dessinés en 3D (en format DWG) alimentées par les fournisseurs permet aux techniciens de concevoir un vélo (5 000 € la base de données):



- Cadre Aluminium des U.S.A : Spécialized
- Roues en carbone d'Italie : Pirandelli.
- Système de freins du Japon : Shimano.
- Selle et guidon d'Ecosse : Bell.
- Suspension d'Autriche : UpSideDown

A partir de l'assemblage sur l'écran, le logiciel sophistiqué permet aux techniciens de proposer une offre en direct à leurs clients très exigeants. Un minimum de 4 heures de travail de technicien (70 €/ l'heure) est nécessaire pour assembler numériquement un vélo afin de contrôler la compatibilité des pièces de fournisseurs entre elles. Le logiciel permet d'éditer l'ensemble des pièces nécessaires à commander (un bon de commande par fournisseur), ainsi que de renseigner l'OpenErp par un échange de données pour éditer un devis au client. Par ailleurs, Spécibike est abonnée (560 €) aux revues spécialisées, « Global Cycles », « VTT Extrême ».

1. A qui s'adresse à ce type de prestation ?

Cette prestation s'adresse à des compétiteurs qui souhaitent de vélo de compétition sur mesure.

2. Pourquoi Mr Burgond doit-il investir dans ce logiciel ?

Mr Burgond doit aussi satisfaire ce type de clientèle qui pourrait aller à la concurrence. De plus, ce type de vélo est très cher à la vente, donc porteur d'une grande Valeur Ajoutée.

3. Quels éléments entrent dans le coût de l'information mise à la disposition des clients ?

L'achat du logiciel pour 10 000 €, 2 000 € la formation du technicien, 5 000 € la base données des objets, et 70€ la prestation du technicien qui passe du temps à concevoir le vélo.

Situation : Mr Burgond souhaite renforcer la qualité de ses produits et recherche des fournisseurs « made in France ». Il consulte le site «société.com » après des recherches sur les moteurs de recherches.

SOCIÉTÉ.com L'information sur les entreprises

188 Entreprises
46.31 € HT

SECTEUR GÉOGRAPHIQUE

Code postal ou commune :

Régions	Départements
<input checked="" type="checkbox"/> France métropolitaine entière	<input checked="" type="checkbox"/> 01 - Ain
<input type="checkbox"/> DOM-TOM uniquement	<input checked="" type="checkbox"/> 02 - Aisne
<input type="checkbox"/> France métropolitaine + DOM-TOM	<input checked="" type="checkbox"/> 03 - Allier
<input checked="" type="checkbox"/> 1 - Alsace	<input checked="" type="checkbox"/> 04 - Alpes-de-Hte-prov.
<input checked="" type="checkbox"/> 2 - Aquitaine	<input checked="" type="checkbox"/> 05 - Hautes-Alpes
<input checked="" type="checkbox"/> 3 - Auvergne	<input checked="" type="checkbox"/> 06 - Alpes-Maritimes
<input checked="" type="checkbox"/> 4 - Bourgogne	<input checked="" type="checkbox"/> 07 - Ardèche
<input checked="" type="checkbox"/> 5 - Bretagne	<input checked="" type="checkbox"/> 08 - Ardennes
<input checked="" type="checkbox"/> 6 - Centre	<input checked="" type="checkbox"/> 09 - Ariège

ACTIVITÉ

Rechercher une activité :

DONNÉES DE VOTRE FICHER

Données principales	35.72 €	<input checked="" type="checkbox"/>
63 Téléphones	5.67 €	<input checked="" type="checkbox"/>
Exclure les données sans téléphone		<input type="checkbox"/>
123 Données financières	4.92 €	<input checked="" type="checkbox"/>
Exclure les données sans données financières		<input type="checkbox"/>
TOTAL :		46.31 € HT

[Commander le fichier](#)

1. Quelle est l'activité de l'entreprise Societe.com ?

L'entreprise collecte, saisie et stocke, traite des données et, diffuse des informations à l'adresse de personnes physiques ou morales qui souhaitent avoir des connaissances.

2. Quelles informations peux ton obtenir à partir du site ? A quel Prix ?

On peut obtenir des informations sur des entreprises que l'on peut contacter pour être fournisseur, ou des sociétés pour être clientes (prospection commerciale). Le prix est de 45 € pour une recherche de fournisseurs de matériels de vélos.

3. Le prix vous semble-t-il justifié ? Argumentez

Le prix est justifié car il évite à Spécibike de perdre du temps dans un recherche, et forcément un coût plus élevé. Société.com présente un tarif compétitif car elle peut revendre plusieurs fois les mêmes informations dans ses bases de données. De plus, Spécibike est sûr de l'actualité de la base de données.

4. A partir de ces 2 situations, comparez la valeur (le coût) de l'information ? qu'en pensez-vous ?

D'un point de commercial, au niveau client. La proposition commerciale nécessite des investissements importants qui peuvent être rentabilisés par les prix et les quantités des vélos des compétiteurs à vendre. Le logiciel sert à l'entreprise de se différencier par rapport à ses concurrents.

D'autre part, l'achat d'une base de données fournisseurs de 45€ est très abordable. Le fichier vendu n'est exploitable qu'une fois dans le temps, car les données doivent être actualisées lors de prochaines prospections.

FICHE N° 5 Analyse
CHAPITRE 8 : L'INFORMATION DANS L'ORGANISATION
Séance 3 : Analyse 30 min

Notions : L'information, vecteur de la communication interne

Situation : Les salariés de l'entreprise consultent tous les jours leur messagerie électronique.

Doc 1 - Une information

De : Burgon Vers : Billon
Objet : Carte fidélité « Bike Pro »
Date d'envoi : 10/2013 23:11:20

Mme Billon bonsoir,

Comme vous le savez, grâce à la carte de fidélité « Bike Pro » nos clients peuvent bénéficier d'une remise de 5% et d'un financement avec paiement sur 10 mensualités. A présent, pour nos clients les plus fidèles, à savoir, ceux qui font pour plus de 10 000 euros (1 200 000 fcfp) d'achat par an, ils pourront se voir bénéficier d'une remise de 6%, le financement avec mensualités restant identique.

Merci de bien vouloir procéder auxdites modifications dans notre base de données.

Cordialement.

M. BURGON

1. Qui a émis ce courrier électronique ?

Le créateur et PDG de Specibike a émis ce courrier électronique.

2. Qui est le destinataire ?

Mme BILLON

3. Quelles sont les informations transmises ?

Modification taux de remise pour adhérents (6%) à compter du 21 octobre 2013 (Attention à la date d'envoi : c'est bien le 20/10/2013)

4. Pourquoi ce message peut-il être considéré comme une communication interne ?

Ce message s'adresse exclusivement à M. BILLON puisqu'il concerne le taux de remise. Les personnes extérieures à l'entreprise ne peuvent pas en avoir connaissance. C'est donc une communication interne. Les informations transmises nécessitent une modification de la base de données par la responsable de ventes M. BILLON.

5. Quelle est la conséquence sur le bon de commande d'Alain Sauveur ?

M. BILLON aurait dû lire ses e-mails et savoir que la remise n'était plus de 5% mais de 6% pour M. SAUVEUR qui a effectué son achat le 22 octobre 2013.

Situation : La société Specibike dispose d'un intranet (site internet réservé aux salariés et collaborateurs). Quand Mme Billon se connecte, elle s'identifie pour accéder au portail intranet. La page d'accueil lui donne alors un accès personnalisé à de multiples contenus.

Doc 2 - Quelques informations proposées par l'intranet de Specibike

● **Les Actualités**

16/10 Séminaire personnels de direction - Hôtel Manava
19/10 Réinitialisation du serveur à 10h, sauvegarder vos données
31/10 Signature Charte Label + Eco
06/11 Rappel consigne de sécurité - Espionnage industriel

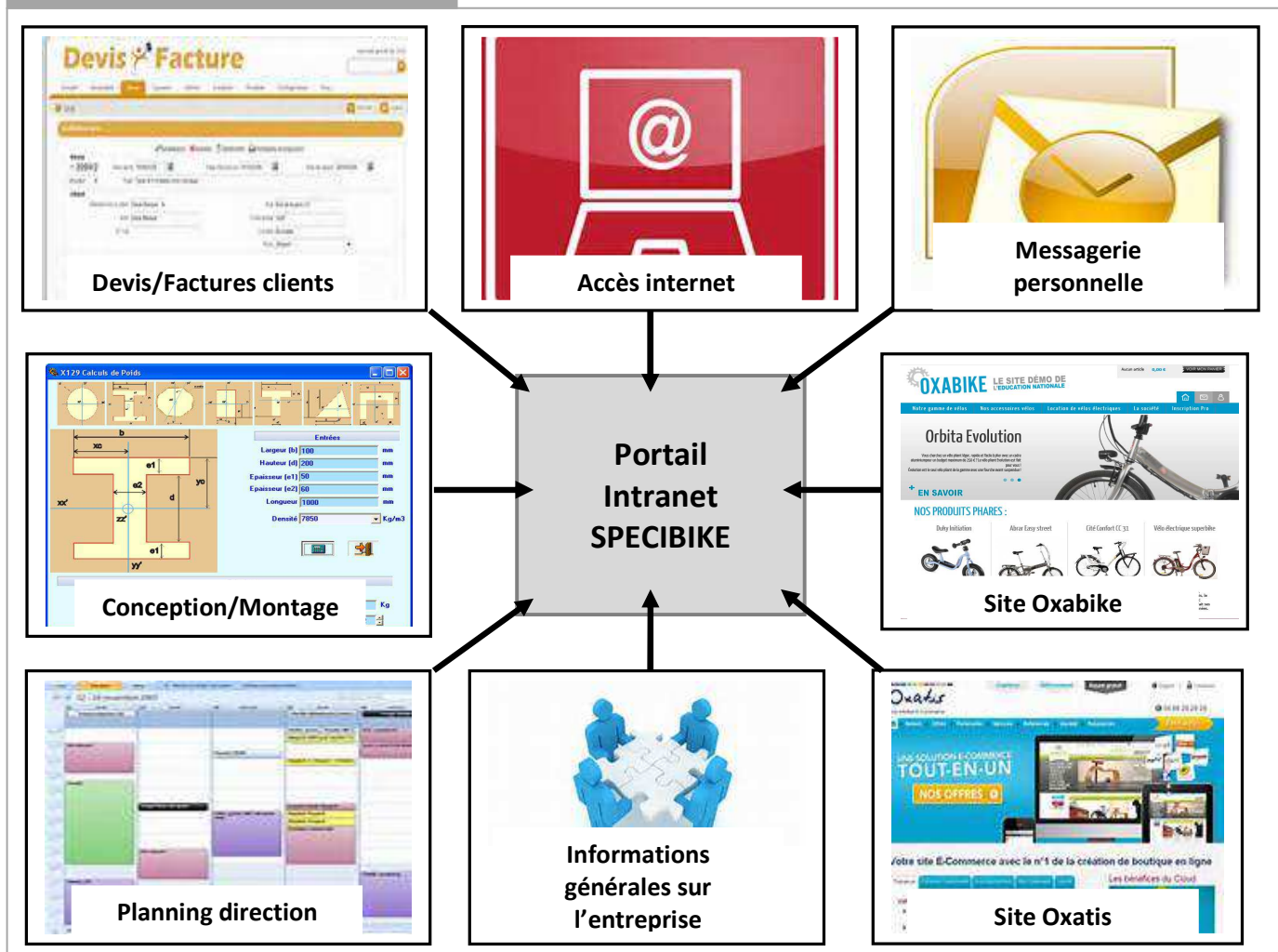
● **Les liens**

Google
<https://www.google.com/>
Direction du travail
<http://www.servicedutravail.gov.pf/>
CPS
<http://cps.pf>
OPT
<http://annuaireopt.pf/>

6. D'après vous, quelles qualités doit avoir la page d'accueil du portail intranet ?

Les rubriques doivent être claires, leur intitulé compréhensible pour faciliter la navigation du salarié qui doit trouver rapidement les informations recherchées.

Doc 3 - La configuration de l'intranet



7. Repérez les contenus auxquels Mme BILLON a accès à partir du portail intranet en distinguant :

a) ceux qui lui donnent une ouverture à l'extérieur de l'entreprise :

L'accès à Internet, à sa messagerie personnelle, aux sites Oxabike et Oxatis.

b) ceux qui concernent strictement l'entreprise Specibike :

Informations générales sur l'entreprise, devis/factures clients, conception/montage, planning de direction.

8. D'après vous, quelles sont les informations générales dont ont besoin tous les salariés de l'entreprise ?

Les salariés ont besoin d'informations générales sur l'entreprise : annuaire des entreprises, planning de direction, des formations, agenda des événements, etc.

9. Quelles sont les applications auxquelles Mme BILLON peut accéder :

a) pour réaliser les propositions de montage d'un vélo?

Conception/montage

b) pour préparer devis et factures ?

Devis/factures Clients

10. Pourquoi l'intranet peut-il être considéré comme un puissant moyen de communication interne ?

L'intranet permet la diffusion rapide des messages internes et donne la possibilité de cibler des destinataires ou des groupes de destinataires précis.

FICHE N° 7 Analyse
CHAPITRE 8 : L'INFORMATION DANS L'ORGANISATION
Séance 4 : Analyse 30 min

Notions : Information et communication Externe

Situation : Spécibike communique en permanence avec de nombreux partenaires externes : clients, fournisseurs, clients, banques, collectivités locales... La communication externe est l'ensemble des informations que l'organisation diffuse, échange avec eux.

Situation 1 : Demande d'emprunt à la banque pour l'ouverture d'un nouveau magasin à Tahiti.

Situation 2 : Publicité à Tahiti pour promouvoir l'ouverture d'un nouveau magasin.

Situation 3 : Offre d'emploi pour un poste de directeur commercial.

Situation 1 : Après une réunion entre les dirigeants de Spécibike, il a été décidé d'ouvrir une filiale à Tahiti qui s'appellera Spécibike Tahiti. Pour se faire, il est nécessaire de demander un prêt à la banque.

1. Repérez le résultat de l'entreprise dans les deux documents.

Dans le compte de résultat, le résultat se traduit par le bénéfice, soit 448 200 euros

Dans le bilan, il se trouve dans le résultat de l'exercice : 448 200 euros.

2. Expliquez pourquoi les informations des deux documents ci-dessous sont nécessaires à la banque.

Ces informations sont nécessaires à une banque car elles vont permettre de savoir si l'entreprise dégage suffisamment de bénéfice afin de rembourser l'emprunt qu'il devra réaliser pour l'ouverture du nouveau magasin.

3. Pensez vous que la banque acceptera de faire un prêt à Spécibike ? Pourquoi ?

Le résultat de l'entreprise étant positif, il y a de forte chance que la banque accordera un prêt à Spécibike pour l'ouverture de son prochain magasin. Cependant, cela dépendra du montant du prêt et des intérêts.

Situation 2 : Afin de promouvoir l'ouverture de la nouvelle entreprise, Spécibike va lancer une campagne de publicité.

1. Identifiez les informations qui figurent sur l'affiche de publicité (annexe 2).

Nom du magasin : Oxabike

Message d'ouverture : bientôt à Tahiti

Message commercial : grand choix de vélos

Information sur l'ouverture : ouverture prévue

Contact : site internet, mail, tel, boîte postale, adresse.

2. A qui est destinée cette affiche ?

Aux futurs clients polynésiens

Situation 3 : Afin d'ouvrir ce nouveau magasin, l'entreprise aura besoin d'embaucher un directeur commercial.

1. Repérez les informations qui apparaissent dans les fiches de postes en annexe 3.

Type de contrat, nom du poste, mission, niveau minimum requis (expérience, étude), profil recherché, description du poste, contact

2. A qui est destinée cette offre d'emploi ?

Aux personnes intéressées à travailler chez spécibike en tant que directeur commercial

Conclusion :

1. Qualifiez les 3 acteurs ci-dessus.

Il s'agit tous d'acteurs externes

2. Quels peuvent être les dangers liés à ce partage de l'information ?

Il est possible que certaines informations puissent être retournées contre l'entreprise. De mauvais résultats ou de mauvaises informations peuvent être transmises malencontreusement à des acteurs externes qui peuvent affecter l'activité de l'entreprise.

3. Quelle différence faites-vous entre information et communication ?

L'information est le contenu du message et la communication est le processus qui permet de transmettre l'information.

Annexe 1 : Bilan et compte de résultat de Spécibike

Compte de résultat de Spécibike pour l'année 2012 (en euros)			
Achats de marchandises	3 983 382	Ventes de marchandises	8 369 172
Autres charges d'exploitation	738 450		
Impôts et taxes	532 134		
Charges de personnel	1 827 450		
Charges d'intérêts	112 500		
Dotations aux amortissements	682 056		
Bénéfice	448 200		
Total	8 369 172	Total	8 369 172

Bilan de Spécibike pour l'année 2012 (en euros)			
Immobilisations incorporelles	72 000	Capital	1 360 000
Immobilisations corporelles	2 001 160	Résultat de l'exercice	448 200
Stocks de marchandises	831 780	Emprunts	1 101 600
Créances clients	533 160	Dettes fournisseurs	497 160
Disponibilités	137 700	Dettes fiscales et sociales	168 840
Total	3 575 800	Total	3 575 800

Annexe 2 : Affiche publicitaire d'ouverture du magasin



Lancez-vous !

Bientôt à Tahiti...



Des grands choix de vélos !

Simplifiez-vous la vie avec le vélo électrique ! Besoin d'espace ? Optez pour le vélo pliable !



Ouverture prévue le 20 janvier 2014

Pour plus d'informations, visitez le site www.oxabike.fr

Tel : 0689898989

BP6790

75000 Paris

Annexe 3 : Offre d'emploi

Directeur(trice) commercial(e) h/f

Date de publication :	13/10/2013	Référence de l'offre :	VVDE603694 4806289
Contrat :	CDI à temps plein	Niveau requis :	Bac +3 Expérience de 5 ans minimum
Localisation :	Papeete – Tahiti – Polynésie Française		
Fonction :	Directeur commercial		
Secteur :	Sport		
Entreprise :	Spécibike		

Description du Poste

Rattaché(e) au Président Directeur Général, vous définissez la politique commerciale en vue d'accroître les ventes des différentes gammes de produits tout en préservant leur rentabilité. Dans ce contexte, vous établissez et mettez en œuvre le plan d'action commercial annuel par enseigne et par circuit de distribution. Pour y parvenir, vous dirigez et animez efficacement l'équipe commerciale (un Chef des Ventes et 2 Commerciaux) à qui vous présentez les grandes tendances stratégiques. Vous intervenez également lors de la négociation et de la mise en place des commandes, du référencement des nouveautés et des actions promotionnelles ; vous participez à l'élaboration des outils marketing direct sur le point de vente. Vous êtes responsable du compte d'exploitation de l'enseigne et de sa rentabilité. Au-delà du périmètre territorial, vous développez les ventes à l'export et managez le réseau de partenaires distributeurs.

En veille permanente sur votre marché, vous proposez des axes de développement à la Direction Générale et à la Direction Marketing afin de favoriser l'émergence de nouveaux produits.

Profil Recherché

Doté(e) d'une très bonne connaissance dans le domaine sportif et plus particulièrement dans la vente de vélos, vous avez à votre actif au minimum 5 ans d'expérience dans le management d'équipes commerciales et/ou de négociation en centrale dans le secteur sportif. Reconnu(e) pour votre charisme, votre vision stratégique et votre tempérament de développeur (se), vous disposez de qualités managériales évidentes et savez faire preuve de diplomatie. Votre rigueur et votre exemplarité seront vos meilleurs atouts pour réussir dans cette fonction. Vous parlez anglais couramment, la maîtrise d'une seconde langue serait un plus.

Contact :

recrutement@specibike.fr

Tel : 06 89 89 89 89

BP 6789

75000 Paris Cedex

FICHE N° 8 EXPERIMENTATION
CHAPITRE 8 : L'INFORMATION DANS L'ORGANISATION
Séance 5 : Expérimentation 50 min

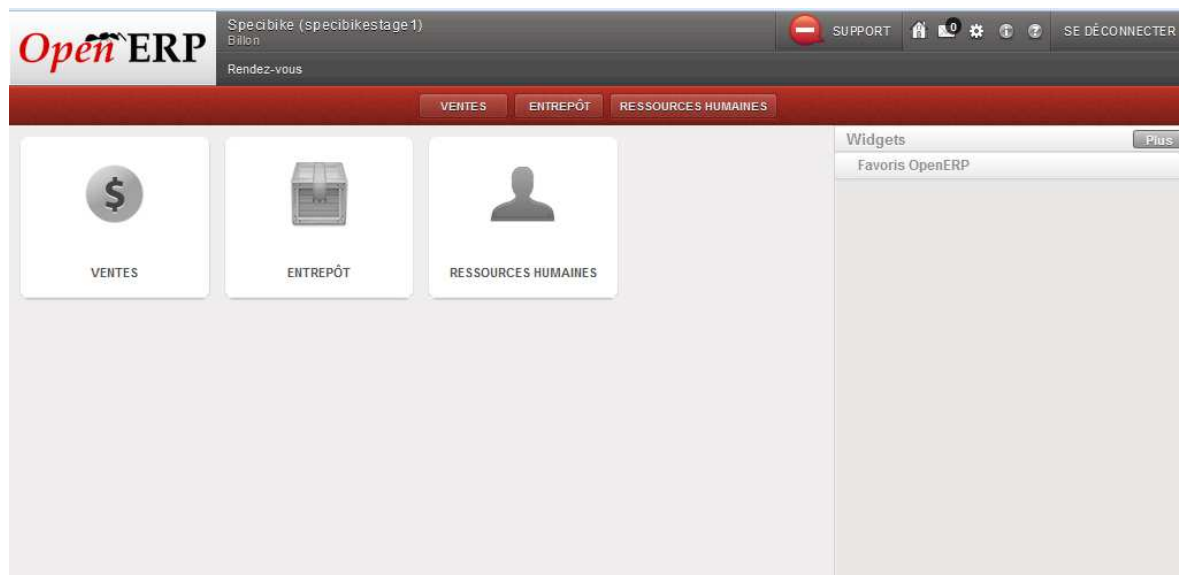
Capacité à expérimenter : Repérer l'origine d'une information et les étapes de sa transformation (de la donnée à l'information, de l'information à la connaissance et sa transmission)

Alain Vasseur a passé commande à l'entreprise SPECIBIKE. Etant enthousiasmé par leurs vélos, il en a parlé à son cousin Paul Masselin. Celui-ci souhaite passer commande après avoir consulté le site OXABIKE.

Madame Billon, responsable des ventes doit créer la fiche de ce nouveau client, à l'aide des informations ci-dessous.

Célestin Masselin, 23 rue Paul Gauguin, 98713 Papeete, téléphone 45 51 60.

Madame Billon se connecte au PGI et obtient l'écran suivant :



1. **Connectez-vous sous le compte de Madame Billon. Dans quel onglet doit-elle se rendre afin de créer ce nouveau client ?**

1. Ayant ouvert une nouvelle fiche client, quels sont les principaux champs qu'elle doit compléter ?

2. Créez la fiche de ce nouveau client.

Monsieur Masselin souhaite acheter un vélo pour l'anniversaire de sa fille. Son choix s'est porté sur le modèle PUKY 3 vitesses. Afin d'assurer la sécurité de celle-ci, il commande également un casque de vélo vert pomme, couleur préférée de sa fille. Vous devez créer le bon de commande de ce nouveau client.

3. Quel onglet Madame Billon doit-elle utiliser pour créer cette commande ?

Open ERP

Specibike (specibikestage1)
Billon
Rendez-vous

VENTES ENTREPÔT RESSOURCES HUMAINES

Ventes
Pistes
Opportunités
Bons de commande
Carnet d'adresses
Rendez-vous
Appels téléphoniques
Facturation
Services après vente
Produits
Rapports
Configuration

Bons de commande

Sauvegarder Enregistrer et éditer Annuler

Référence commande : Date de commande : Payé ?
Magasin : Specibike Référence client : Livré ?

Commande de ventes Autre information Historique

Client : Adresse de commande ?
Adresse de facturation ? Adresse d'expédition ?
Liste de prix ? Liste de prix publique (EUR)

Lignes de commande Créer

DESCRIPTION	QTÉ	UDM	REMISE (%)	PRIX UNITAIRE	SOUS-TOTAL

4. Quels sont les principaux champs dans le bon de commande ?

5. Créez le bon de commande. Est-il possible de l'éditer ? Pourquoi ?

Après réflexion, Paul Masselin, souhaite faire livrer le vélo à son bureau pour faire la surprise à sa fille. Il en informe l'entreprise SPECIBIKE. Les nouvelles coordonnées sont les suivantes :
Coordonnées : 18 avenue du Prince Hinoï, 98713 Papeete, téléphone : 89 32 12.

De plus, il a décidé de rajouter un panier en osier afin que sa fille puisse promener sa poupée quand elle fait du vélo.

Madame Billon, responsable des ventes, doit donc modifier la fiche client et la commande de Paul Masselin.

6. Connectez-vous et effectuez les modifications nécessaires.

- Fiche client :

Clients
Nom : MASSELIN

Sauvegarder Enregistrer et éditer Annuler

Nom : MASSELIN Référence : Formulaire des partenaires : Client ? ☒ Fournisseur ? ☐

Langue ? : French / Fran

Générale Ventes & Achats Comptabilité Historique Notes

Contacts du partenaire Créer Supprimer

Nom du contact : MASSELIN Paul Titre : Monsieur Fonction : 1 de 1

Adresse postale Communication

Type ? : Défaut

Rue : 23 rue Paul gauguin Tél. : 45 51 60

Rue (suite) : Tél. portable : Fax : Courriel :

Code Postal : 98713 Ville : Papeete

Pays : France État fédéral :

- Bon de commande :

Référence commande : S0032

Créer Éditer Dupliquer Supprimer

Référence commande : S0032 Date de commande : 17/10/2013 Payé ? ☐

Magasin : Specibike Référence client : Livré ? ☐

Commande de ventes Autre information Historique

Client : MASSELIN Adresse de commande ? : MASSELIN Paul, France Papeete 23 rue Paul gauguin

Adresse de facturation ? : MASSELIN Paul, France Papeete 23 rue Paul gauguin Adresse d'expédition ? : MASSELIN Paul, France Papeete 23 rue Paul gauguin

Liste de prix ? : Liste de prix publique (EUR)

Lignes de commande

DESCRIPTION	QTÉ	UDM	REMISE (%)	PRIX UNITAIRE	SOUS-TOTAL	SÉQUENCE DE DISPOSITION
[789123 PU 3 V] Puky 3 vitesses	1,00	PCE	0,00	217,39	217,39	10
[741852] Casque de vélo enfant vert pomme	1,00	PCE	0,00	15,89	15,89	10

Montant hors-taxe ? : 233,28 Taxes ? : 45,72 Total ? : 279,00 Marge ? : 43,28 Calculer Frais de port Facture Anticipée

État de commande ? : Devis

Annuler la commande Confirmer la commande

OpenERP

Specibike (specibikestage)
Billon

Rendez-vous

Chargement en cours.

VENTESENTREPÔTRESSOURCES HUMAINES

Ventes
Pistes
Opportunités
Bons de commande
Carnet d'adresses
Rendez-vous
Appels téléphoniques
Facturation
Services après vente
Produits
Rapports
Configuration

Bons de commande

Référence commande : SO032

SauvegarderEnregistrer et éditerAnnuler

Référence commande : SO032Date de commande : 17/10/2013Payé ? :
Magasin : SpecibikeRéférence client : Livré ? :

Commande de ventesAutre informationHistorique

Client : MASSELINAdresse de commande ? : MASSELIN Paul, France Papee
Adresse de facturation ? : MASSELIN Paul, France Papeete 23 rue Paul gauguinAdresse d'expédition ? : MASSELIN Paul, France Papee
Liste de prix ? : Liste de prix publique (EUR)

Lignes de commandeCréer

DESCRIPTION	QTÉ	UDM	REMISE (%)	PRIX UNITAIRE	SOUS-TOTAL
[789123 PU 3 V] Puky 3 vitesses	1,00	PCE	0,00	217,39	217,39
[741852] Casque de vélo enfant vert pomme	1,00	PCE	0,00	15,89	15,89

CORRIGE DU TD 2 EXPERIMENTATION SUR CAPACITE : MESURER LE RAPPORT ENTRE INFORMATION ET COMMUNICATION.

A Partir des documents 1 à 6 vous répondrez aux questions suivantes :

Présentez le site <http://www.airfrance.com>: (se connecter sur le site)

- A qui s'adresse ce site ?
Ce site s'adresse plus particulièrement aux clients habituels et potentiels de la compagnie Air France, aux voyageurs qui désirent obtenir des renseignements sur les services proposés.
- Quelles sont les informations qui y sont diffusées ?
La page d'accueil permet de réserver en ligne son voyage et de suivre éventuellement sa réservation (horaires du vol, carte d'embarquement...). Elle offre une personnalisation de la relation client, au travers de la possibilité de création d'un compte client personnel.
Elle permet également d'informer les visiteurs sur les modalités de voyage (franchise de bagages, choix de sièges, de repas...). Elle offre une vitrine sur les promotions en cours et la proposition de services complémentaires (location de véhicule, autres services).
- Qui est à l'origine de l'information ?
Le site regroupe les équipes commerciales de la compagnie qui facilitent l'accès à l'information : force de vente, la VAD (vente à distance), plateaux d'affaires... en accord avec la stratégie commerciale de l'entreprise. Le service commercial et le service communication sont à l'origine de l'information diffusée.

2. Quel intérêt ce site présente-t-il pour les consommateurs ? pour l'entreprise AIRFRANCE ?

Les consommateurs ont l'assurance d'obtenir, à partir d'un accès gratuit, une information actualisée et pertinente, précise et adaptée. L'information en ligne permet ainsi un gain de temps et évite les déplacements.

Par conséquent, pour l'entreprise Air France qui peut ainsi répondre en temps réel aux demandes, 24h sur 24h et 7 jours sur 7, ce site lui permet d'optimiser sa plate forme commerciale et de maintenir une position concurrentielle sur un secteur d'activité qui est menacé par une forte concurrence (stratégies low cost).

3. Montre en quoi ce site favorise le partage de l'information ?

Le site permet aux utilisateurs de procéder à l'enregistrement des données pour une prise en charge immédiate des requêtes.

De plus, les voyageurs sont invités à donner leur avis et faire part de leurs préférences afin que les agents de la compagnie puissent permettre l'amélioration constante de l'accessibilité à l'information et la qualité du service à bord, ce qui constitue un avantage concurrentiel non négligeable.

4. Quels sont les enjeux du partage de l'information ? A qui profite cette information partagée, et de quelle manière ? Vous vous appuyerez sur des exemples.

Le partage de l'information sur le site d'Air France répond aux enjeux liés à la concurrence qui profite à tous, à la fois au service commercial de la compagnie et aux consommateurs :

- Satisfaction de la demande et proximité,
- Coopération des différents services,

- Maîtrise des flux d'information,
- Management des circuits dans le cadre de la circulation de l'information,
- Rôle essentiel joué dans le processus de prise de décision.

Exemple : Lorsque l'utilisateur envisage la réalisation de son projet, il doit disposer de toutes les informations nécessaires pour pouvoir envisager le passage à l'acte ; ou encore les opinions du voyageur sur les conditions de vol en matière de confort, la qualité des repas et des services proposés en général servent de baromètre à la compagnie pour mesurer leur efficacité et procéder à leur amélioration.

Ainsi, l'information implique la communication, c'est-à-dire un échange d'informations en deux ou plusieurs personnes. Le travail moderne sollicite constamment l'intelligence de l'individu qui doit adapter, inventer les réponses aux problèmes qui lui sont posés. L'information apparaît également comme un élément de la cohésion et de l'efficacité organisationnelle.

5. En quoi Facebook contribue-t-il au partage de l'information et pourquoi les organisations telles que Air France utilisent-elles ce nouveau moyen de communication ?

Grâce à la réactivité de ses équipes et le soutien de l'équipe éditoriale WordAppeal, Air France a été récompensée en 2011 en recevant le prix de la meilleure « e-réputation », dans le cadre du 25^{ème} Grand Prix décerné par Communication et Entreprise-UJJEFF, la plus importante association des métiers de la communication en France. Un jury d'une trentaine de professionnels lui a décerné le prix « e-reputation » pour sa page Facebook et conclue « Air France est parvenue à créer un véritable hub d'e-réputation sur Facebook avec des réponses apportées en une dizaine de langues dans un subtil équilibre entre outil corporate et support business. » Ainsi Facebook contribue au partage de l'information.

Chez Air France, Facebook - le nouveau call center ! Traditionnellement considéré comme un outil au service du marketing ou de la communication, il est également un outil de gestion de la relation client.

6. Concluez sur la différence entre information et communication.

L'information est un concept qui désigne un message, son contenu et les symboles utiles pour l'écrire. La communication est l'action d'établir une relation avec d'autres personnes ou groupes de personnes, de leur transmettre quelque chose et de mettre en place un moyen, des techniques, pour transmettre ces choses. Ainsi, l'information est le contenu du message, la communication est le processus qui permet de mettre en forme et de diffuser ce contenu.

L'information est statique et elle peut exister indépendamment de sa mise en forme et de sa transmission ; la communication, par contre, ne peut exister s'il n'y a pas une information à transmettre.