



Sujet conçu par Mme AGAR, Chef de projet webmarketing, Rue des Vignerons et M. GASQUET, professeur d'économie gestion, Réseau TC 2020.

A sa demande, aucun contact avec l'entreprise n'est autorisé, sous quelque forme que ce soit (réseaux sociaux, mail, appel, courrier)

Pour les besoins de l'exercice, plusieurs données commerciales sont fictives.

Le système de revenu a été changé.

L'entreprise

Rue des Vignerons est un site de réservation d'activités œnotouristiques. Elle propose un service destiné à simplifier la découverte du vignoble Français en permettant aux amateurs de vins de réserver des activités œnologiques (exemples : visite de caves, visite de chais, dégustations, ateliers, dîners accord mets vins...) dans le domaine et la région viticole de leur choix (Alsace, Beaujolais, Bourgogne, Champagne, Loire, Provence, Rhône...)

Rue des Vignerons met à disposition une plateforme de réservation en ligne avec un site web responsive, une appli mobile sur App Store et Google Play et un logiciel de gestion des réservations complet. Fondée en 2015 sur le modèle start-up, Rue des Vignerons compte aujourd'hui 6 salariés et 2 associés-gérants et souhaite devenir la référence de l'œnotourisme en France.

Rue des Vignerons référence sur son site près de 300 domaines sur 11 régions viticoles différentes. Les domaines sont rigoureusement sélectionnés pour proposer aux clients une offre de qualité : la plupart des domaines sont primés, ils ont été visités par l'équipe Rue des Vignerons et apportent une valeur ajoutée dans le paysage du vignoble Français (petites propriétés familiales, grands crus classés, domaines en biodynamie...)

La cible de Rue des Vignerons, ce sont les amateurs de vins, connectés, entre 25 et 45 ans. Cela peut aller de néophytes qui veulent découvrir un domaine viticole jusqu'à des personnes averties qui visitent régulièrement des domaines et ont une expertise en matière de vins.

Enfin, Rue des Vignerons est un apporteur d'affaires pour les domaines référencés. En offrant une visibilité et une présence sur le web, sur les réseaux sociaux et dans la presse, Rue des Vignerons accélère vraiment les réservations auprès des propriétés avec beaucoup d'ergonomie et de simplicité d'utilisation. En moyenne, Rue des Vignerons publie deux posts par an et par domaine sur Facebook et Instagram.

Vous êtes commerciale.e pour Rue des Vignerons et rattaché.e au secteur Grand Est (Alsace, Champagne, Bourgogne, Jura, Savoie). Votre activité consiste à prospecter des domaines, développer les offres référencées, administrer les ventes et entretenir la relation-client.

Le contexte de la négociation

Dominique VANDEVELD est chargé.e de relations publiques pour la Maison de Champagne Pommery (Reims).

Elle/il souhaite en savoir un peu plus sur votre site et les conditions pour être référencé. La Maison de Champagne Pommery a développé depuis longtemps son activité d'œnotourisme, à travers la visite de ses caves et crayères, des dégustations de niveaux différents, la visite des vignobles et des prestations haut-de-gamme de déjeuners gastronomiques, réceptions et formations.

Vous disposez de 20 minutes pour convaincre le client de rejoindre Rue des Vignerons. Le rendez-vous est prévu en visioconférence.

Les renseignements produits et conditions commerciales

Rue des Vignerons n'enregistre pas les domaines de façon automatique. Deux cas de figure se présentent : soit le domaine est prospecté par les commerciaux qui ont ciblé une propriété qu'ils veulent référencer, soit le domaine entre spontanément en contact avec Rue des Vignerons et sa demande est étudiée.

La valeur ajoutée du site est de ne référencer que des domaines parfaitement sélectionnés selon plusieurs critères :

- La qualité des vins produits et commercialisés, la renommée du cépage et du terroir
- Si les vins sont sous une appellation viticole référencée et sont sous labels/signes de qualité : AOC, AOP, IGP

- Si le domaine propose des activités œnotouristiques au public
- Si le domaine dispose bien de personnel qualifié pour gérer ces activités (animateurs, guides, hôtes...)
- Si le domaine est accessible les dimanches, jours fériés et vacances scolaires, tout au long de l'année
- Si le domaine accepte de proposer des dégustations simples gratuites (c'est-à-dire non adossées à des activités payantes)

Ces critères internes à l'entreprise sont incontournables et Rue des Vignerons applique la même politique pour tous les domaines. Ils garantissent la fiabilité et la puissance du référencement, donc la crédibilité de Rue des Vignerons. En fonction de la satisfaction de ces critères, Rue des Vignerons peut enregistrer le domaine ou le refuser. En enregistrant un domaine trop facilement, Rue des Vignerons s'expose à de nombreux avis négatifs, ce qui ternirait le sérieux du site ainsi que le sérieux du domaine.

Les activités prisées par les clients sont d'abord les visites de caves, puis les visites de vignobles, ensuite les dégustations sur le domaine et enfin les ateliers/cours d'œnologie. En moyenne, le nombre de personnes qui s'inscrivent à une activité sur un domaine est de 3.

Rue des Vignerons :

- perçoit une commission de 20 % sur le prix par personne de l'activité choisie sur le domaine et achetée sur le site (exemple : si le domaine propose une visite de ses caves d'une heure à 40 euros/pers., Rue des Vignerons perçoit une commission de 8 euros/pers.)
- demande que le domaine propose au public des activités simples gratuites (exemple : dégustations) sur lesquelles Rue des Vignerons perçoit une commission de 3 euros par adulte. Le gratuit est un produit d'appel et garantit des ventes annexes (exemple : achats de vins sur place, achats d'activités...)
- demande un abonnement mensuel (pour couvrir les frais techniques de gestion du site et des applis) de 18 euros

Si vous estimez que le domaine a un très fort potentiel pour Rue des Vignerons (en terme d'attractivité clients, de popularité ou d'avis positifs), vous pouvez réduire la commission à 15 ou 10 %. Enfin le site tient absolument à ce que les tarifs pratiqués sur place et en ligne soient les mêmes, sinon Rue des Vignerons va apparaître comme plus cher et perdra des ventes.

Lorsque le domaine est validé par Rue des Vignerons et enregistré, il va suivre un processus rapide avant la mise en ligne (environ 3 jours) : remplir lui-même le texte de la page (qui sera corrigé puis retranscrit en Français et en Anglais), transmettre des photos illustratives (qui seront retouchées par Rue des Vignerons), indiquer les créneaux hebdomadaires des activités et le planning annuel (si le domaine ferme lors des congés scolaires par exemple). Rue des Vignerons propose gratuitement une formation d'une heure pour apprendre au client à gérer l'interface de réservation de façon autonome via un login. C'est le client qui gère lui-même les réservations faites en ligne.