Remonter et partager l'information chez Fraîchelis

Fraîchelis, grossiste de 24 salariés installé à Vergèze (Gard), livre fruits, légumes et produits frais aux restaurants, cantines et traiteurs du département. L'équipe commerciale compte trois commerciaux terrain, deux télévendeuses et une assistante d'administration des ventes (ADV).

Clémence Coulomb, commerciale terrain, est chargée d'améliorer la remontée et le partage de l'information commerciale : comptes rendus, outils, CRM et règles du RGPD.

Pour chaque situation, choisissez la bonne réponse.

Après sa visite du restaurant Le Galoubet, à Nîmes, Clémence saisit son compte rendu dans le CRM. Quelle rédaction respecte les règles ?

☐ « M. Daumas, chef très sympathique et ouvert, semble motivé par nos légumes ; il trouve son grossiste nîmois peu fiable et parle d'un budget important ; il faudra lui faire goûter nos courges et le relancer prochainement pour fixer une livraison (Clémence) »
☐ « Rendez-vous très intéressant au Galoubet, beaucoup d'informations sur les besoins du chef, son budget et son fournisseur actuel : voir le détail dans mes notes manuscrites, que je reprendrai à mon retour au bureau d'ici la fin de la semaine »
☐ « M. Daumas, chef, décide des achats ; besoin : légumes de saison livrés avant 7 h, budget d'environ 1 600 € HT par mois ; fournisseur actuel : un grossiste nîmois aux livraisons souvent en retard ; action : échantillons de courges et de légumes racines de saison à livrer le 12 novembre (Clémence) »

Justification :

Pendant une visite, Clémence apprend qu'un grossiste concurrent livre désormais le dimanche matin sans supplément. Comment partager cette information ?

☐ La publier le jour même dans le canal « concurrence » de la messagerie d'équipe, en citant sa source, puis mettre à jour la fiche du concurrent dans la base de connaissances
☐ La noter le jour même dans le compte rendu de visite du restaurant, en citant sa source et le nom du concurrent : ses collègues la retrouveront dans l'historique de ce client
☐ La transmettre à sa responsable lors de l'entretien annuel, avec les autres informations sur la concurrence recueillies dans l'année, réunies dans un rapport complet

Justification :

Lesquelles de ces notes Clémence ne doit-elle pas saisir dans la fiche du traiteur Bramafan, à Uzès ? (plusieurs réponses)

☐ « Commande moyenne : 380 € HT par semaine ; tomates anciennes de mai à septembre »
☐ « Gérant radin et de mauvaise foi »
☐ « Le gérant est en arrêt maladie pour une dépression ; voir avec son associée »
☐ « Livraison avant 7 h par la porte de service, rue des Tanneurs »

Justification :

Mme Granier, gérante d'une crêperie d'Aigues-Mortes, a laissé ses coordonnées sur le stand de Fraîchelis lors d'un salon professionnel à Nîmes, le 14 novembre 2023 ; le 5 décembre 2023, elle a demandé un tarif par e-mail. Elle n'a jamais commandé ni répondu aux relances de Fraîchelis en 2024 et en 2025. Jusqu'à quand Fraîchelis peut-elle conserver ses données de prospect ?

☐ Jusqu'au 14 novembre 2026, trois ans après la collecte de ses coordonnées sur le salon ; à cette date, Fraîchelis peut lui demander si elle souhaite rester informée, sinon ses données sont supprimées ou archivées
☐ Jusqu'au 5 décembre 2026, trois ans après son dernier contact (sa demande de tarif) ; à cette date, Fraîchelis peut lui demander si elle souhaite rester informée, sinon ses données sont supprimées ou archivées
☐ Sans limite de durée tant qu'elle ne s'y oppose pas : en demandant un tarif le 5 décembre 2023, elle a accepté de recevoir les offres de Fraîchelis, qui peut continuer de la relancer chaque année

Justification :

Le lundi 5 octobre 2026, le gérant d'un restaurant client demande par e-mail la communication de toutes les données que Fraîchelis détient sur lui. Que doit faire l'entreprise ?

☐ Lui répondre dans un délai d'un mois, soit au plus tard le 5 novembre 2026, en lui communiquant ses données, commentaires du CRM compris
☐ Lui répondre dans un délai d'un mois, soit au plus tard le 5 novembre 2026, en lui communiquant ses coordonnées et ses factures, sans les commentaires internes des commerciaux
☐ Refuser : le fichier clients et ses données appartiennent à Fraîchelis, qui l'a constitué ; le gérant peut demander à corriger ses coordonnées, pas à consulter sa fiche

Justification :

Un commercial a oublié dans le train son ordinateur portable, sans mot de passe ni chiffrement, qui contenait un export du CRM : noms, téléphones et e-mails de 900 contacts. Que doit faire Fraîchelis ?

☐ Changer le mot de passe du CRM et inscrire l'incident au registre, sans le notifier à la CNIL puisque le CRM n'a pas été piraté
☐ Attendre de savoir si l'ordinateur est rapporté, puis notifier la CNIL si les 900 contacts reçoivent des sollicitations frauduleuses
☐ Inscrire la violation au registre des violations et la notifier à la CNIL dans les 72 heures, car elle présente un risque pour les personnes

Justification :

Le CRM contient deux fiches, « Restaurant Le Galoubet » et « SARL Galoubet Restauration », avec le même SIRET : l'une est suivie par Clémence, l'autre par une télévendeuse. Que faire ?

☐ Fusionner les deux fiches en une seule, rattachée au SIRET, en conservant l'historique des deux
☐ Garder les deux fiches, puisque deux personnes suivent ce client : chacune y retrouve l'historique de ses propres contacts
☐ Supprimer la fiche la plus ancienne et garder la plus récente, rattachée au SIRET, pour éviter les doublons

Justification :

La réunion commerciale du lundi dure près de deux heures et ne débouche sur aucune décision écrite. Que propose Clémence ?

☐ La supprimer et la remplacer par le CRM et la messagerie d'équipe : chacun y consulte le pipeline, les affaires chaudes, la concurrence et les réclamations à son rythme, sans perdre deux heures chaque lundi matin
☐ Une réunion de 30 minutes à l'ordre du jour fixe (chiffres et pipeline, affaires chaudes, concurrence, réclamations, décisions), avec un animateur, un gardien du temps et un relevé de décisions « qui fait quoi, pour quand » diffusé le jour même
☐ Une réunion de deux heures maintenue chaque lundi, ouverte par un tour de table libre où chaque commercial raconte ses visites de la semaine, pour que l'équipe partage le plus d'informations possible

Justification :