

## Recentrages d'activités et géographique d'un commerce d'articles sportifs. Analyse de la situation et aide à la décision.

### L'entreprise

L'activité de cette T.P.E. est le commerce d'articles de sport. Elle dispose de deux implantations dans deux villes de taille moyenne distantes d'environ 25 kilomètres. A côté de la vente d'articles de sport, elle propose également le « flochage » de textiles, autrement dit le marquage d'équipements logos, numéros, ...). Les gérants sont spécialisés dans certains sports comme le football, la course à pied ou encore le basket.

### Le problème posé

L'activité de chaque point de vente peut être qualifiée de « limite » en termes de développement et de rentabilité. Dès lors, deux questions se posent :

Il existe une opportunité de location d'un local bien adapté à l'activité commerciale comme à celle de « flochage » dans une des deux villes. Ne serait-il pas opportun de regrouper les deux sites d'exploitation ? Quels seraient les avantages et inconvénients d'une telle décision ?

Comment optimiser l'exploitation des forces de l'entreprise pour assurer son développement ?

### Les résultats obtenus

Une décision a pu être prise en connaissance de cause : celle de poursuivre l'exploitation à partir d'un seul site. De plus, les grands axes d'une nouvelle stratégie de marketing ont été précisés. Les gérants disposent d'une feuille de route qui les guidera au cours des mois à venir. Le consultant poursuivra un rôle d'accompagnement.

### L'apport de PME-CONSULT

Le consultant, spécialisé en marketing, a appliqué une méthodologie qui a permis d'analyser l'entreprise, ses forces et ses faiblesses ainsi que les caractéristiques de son environnement. Sur cette base, il a été possible d'identifier les différentes options possibles et d'en préciser les atouts et les inconvénients. La décision à prendre est apparue assez clairement et rationnellement et a pu être entérinée en connaissance de cause. La décision prise, la stratégie a pu être précisée en utilisant les outils propres à la démarche de marketing.