|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **BTS Négociation Relation Client**  **Session….** | | | | |
| **E4 - Communication Commerciale** | | | Fiche de situation N°2 | |
| **SITUATIONS DE** | COMMUNICATION/  NÉGOCIATION  MANAGERIALE | ■NEGOCIATION VENTE | AUTRES SITUATIONS DE  COMMUNICATION  COMMERCIALE | |
| **TITRE :**  Commercialisation du programme de motivation commercial | | | | |
| **ÉTUDIANT(E)**  Nom :  Prénom : | | | | |
| **CADRE PROFESSIONNEL DE RÉFÉRENCE** |  | | | |
| Nom de l’entreprise : | Adresse : | | | |
| Activité : Commercialisation d’outils motivationnels et de fidélisation |  | Service : Commercial | | |
| **LIEU DE LA COMMUNICATION**  Bureau | | **DATE(S), PERIODE(S) :**  Juin 2014 | | |
| **ACTEURS IMPLIQUÉS DANS LA SITUATION** | | | | |
| **NOM** | | **QUALITE** | | |
| M. X |  | Client | | |
| Prénom | Nom | Stagiaire commercial | |  |
| **OUTILS DE COMMUNICATION/NEGOCIATION (à apporter le jour de l’épreuve) :**  Un ordinateur avec accès à internet ainsi que la suite office (word, excell, outlook)  Ma base de données avec une ligne vierge pour la saisie d’informations.  Le fichier de prospection de la région Nord Pas-De-Calais. | | | | |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **COMMUNICATION COMMERCIALE** | | **Fiche de situation N° 2** |
| **NOM :** |  | **Prénom :** |
| **CONTEXTE GENERAL DE LA RELATION** | | |
| Aspects juridiques, socio-  économiques,  organisationnels,  mercatiques | XXXXX est une SARL créée en 2009 au capital social de 7500 €. Elle réalise un CA de 68 400 € en 2010. Notre société est spécialisée dans la commercialisation de programme motivationnel qui travail sur l’ensemble de la France métropolitaine. Dans le cadre commercial, nous travaillons essentiellement par téléphone, mais nous nous rendons également auprès de nos plus importants clients. | |
| **CONTEXTE SITUATIONNEL DE LA RELATION** | | |
|  | **MOI** | **L’AUTRE** |
| **Positionnement**  Statut et rapport de place | Jeune commercial | Chef d’atelier pièces de rechanges d’une concession réputé. |
| **Contexte spatio-temporel** | Dans les locaux en fin de matinée. | Dans les bureaux de sa concession en fin de matinée. |
| **Éléments de diagnostic**  **sociologique**  - acteurs : âge, sexe  - entreprise : image, valeurs… | Jeune commercial masculin de 20 ans diplômé d’un BAC. Stagiaire d’une TPE française commercialisant un produit connu. | Chef d’atelier pièces de rechanges de ~40 ans, masculin. |
| **Éléments de diagnostic**  **psychologique** | Profil adulte de part ma situation de commercial. | Profil parent par sa position de prospect ayant un discours censé. |
| **Problématique personnelle** :  Enjeux, objectifs, marge de  manoeuvre… | Objectif : Autonomie  Enjeux : identitaire : souhaite montrer qu’il est capable de réaliser les objectifs. | Objectif : Motiver ses revendeurs de pièces de rechanges à vendre d’avantages. |
| **OBJET DE LA NEGOCIATION (2)** | | |
| Objectif principal : récupérer des informations, questionner et vendre notre service d’animation de réseau.  Objectif de repli : récupération d’informations sur les chefs d’atelier pièces de rechanges des concessions automobiles. | | |

|  |  |
| --- | --- |
| COMMUNICATION COMMERCIALE | **Fiche de situation N° 2** |
| **NOM :** | **Prénom :** |
| **DÉROULEMENT DE LA SITUATION** | |
| **PHASES**   * **Salutation (annexe 1)** * **Découverte** * **Argumentation** * **Objections** * **Conclusion prise de congé** | **DESCRIPTION**  Nous nous présentons l’un à l’autre.  Le questionnement ouvert est préféré et ensuite rebondir sur les réponses de notre prospect.  A l’aide de ma tram et de mon argumentaire qui à été préparé préalablement et adapté au fil des appels de prospection.  Les objections les plus récurrentes sont la position hiérarchique qui ne permet pas de prendre une décision immédiate, la bonne relation entre le client et leur prestataire actuel ou encore les prestations qui se font en interne par un système de prime.  La prise de congé se prend une fois un nouveau rendez-vous téléphonique pris avec le client et déterminer quelle est la prochaine étape pour le client afin de mettre en place le programme de motivation. |
| **ÉVALUATION DE LA RELATION**  **Résultats, difficultés rencontrées, analyse critique** | |
| J’ai rencontré des difficultés lié aux nombres d’appel dans un but de démarchage commercial que reçoivent mes prospects. Mes interlocuteurs sont également souvent en déplacement, car les chefs d’atelier pièces de rechanges travaillent la plupart du temps avec plusieurs concessions automobiles.  Cependant, le fait de travailler par téléphone est un avantage car mes interlocuteurs ne me perçoivent pas comme un stagiaire commercial.  La stratégie que j’ai mis en place me satisfait car mon objectif de reporting est dépassé, et le processus de vente a bien démarré.  En effet, le seul réel frein de cette opération commercial est un processus de vente long (minimum 2 mois). N’ayant travaillé qu’un mois je n’ai pas pu accompagner mon prospect jusqu’à la conclusion.  Je n’ai pas réussi à signer de contrat avec mes prospects, en revanche, les ventes sont amorcées et vont être poursuivit par mon directeur. | |