

BTS MANAGEMENT DES UNITÉS COMMERCIALES

SESSION 2012

ÉPREUVE D'ANALYSE ET CONDUITE DE LA RELATION COMMERCIALE

FORME CCF

Fiche BILAN n ° 2

 RELATIONS AVEC LA CLIENTELE MANAGEMENT OPERATIONNEL DE L'EQUIPE COMMERCIALE*(cocher la ou les cases concernées par la mission)*

STAGIAIRE :		UNITE COMMERCIALE :	
Nom :		Raison sociale : Crédit Agricole	
Prénom :		Adresse :	
Intitulé de la mission : Analyse des performances des conseillers en rendez-vous		Période : Du 10 Mai au 25 Juin 2011	
COMPÉTENCES MISES EN OEUVRE		SAVOIRS ASSOCIES MOBILISES	
C12	Organiser le travail	S41	Les bases de la mercatique ♦
C21	Assurer le fonctionnement de l'UC ♦	S421	La relation commerciale et son contexte ♦
C41	Vendre	S422	La relation commerciale et le marché ♦
C42	Assurer la qualité de service à la clientèle ♦	S423	La relation commerciale et la mercatique opérationnelle de l'unité commerciale
C51	Elaborer une offre commerciale adaptée à la clientèle	S424	Le contexte organisationnel de l'unité commerciale ♦
C52	Gérer les achats et les approvisionnements	S425	L'évaluation des performances ♦
C53	Mettre en place un espace commercial attractif et fonctionnel	S531	Le contexte réglementaire
C54	Dynamiser l'offre de produits et de services	S532	L'équipe commerciale
C63	Enrichir et exploiter le système d'information commerciale ♦	S54	L'organisation de l'équipe
C64	Intégrer les technologies de l'information dans son activité ♦	S61	Gestion courante de l'UC
		S63	Gestion de l'offre de l'UC
		S65	Evaluation des performances de l'UC ♦
		S7	Communication ♦
		S82	L'organisation de l'information
		S84	Informatique appliquée à la gestion de la relation avec la clientèle
		S853	La mise en place de l'offre dans l'UC
		S87	Présentation et diffusion de l'information commerciale ♦
Mission Analyse des rendez-vous :			
1) Le but pour l'entreprise :			
Obtenir le plus de rendez-vous afin de maximiser les ventes pour les conseillers. <i>(annexe agenda des conseillers)</i>			
2) Le but de ma mission :			
Evaluer la pertinence des rendez-vous, des ventes qui sont faites par rapport aux objectifs produits concernés. <i>(annexe ratio d'analyse de rendez-vous)</i>			
3) Lieu de réalisation :			
Ma mission s'est déroulée dans l'agence, dans un bureau.			

4) Les démarches :		
<u>Préparation</u>	<u>Action</u>	<u>Analyses</u>
Phase 1 ♦ Conception de fiche de suivi de rendez-vous pour chaque conseiller (<i>annexe fiche suivi rendez-vous</i>) ♦ Sélection de semaine qui sont complète pour chaque conseiller ♦ Recherche des plans d'actions hebdomadaire avec l'objectif pour chaque produit afin de comparé le réalisé à l'objectif (<i>annexe plan de marche hebdomadaire</i>) Phase 2 Prise connaissance des plan d'action	♦ Impression des agendas (<i>annexe planning des conseillers</i>) ♦ A partir des agendas analyser l'objet des rendez-vous puis observer l'existante de vente (<i>annexe comment contrôler si il y a eu vente manuellement</i>)	♦ Conception de ratio pour évaluer les résultats des Rendez-vous (<i>annexe ratio</i>) ♦ Croiser les ventes aux taux d'atteintes de ces mêmes produits (<i>annexe analyse des ventes</i>)

5) Les contraintes :	
Organisationnelles	Temps
♦ Obtention d'un bureau pour effectuer cette action	♦ Activité qui prends beaucoup de temps car il faut observer dans l'agenda le rendez-vous puis regarder dans Apis si la vente a été conclue.
♦ Effectuer l'action en toute diplomatie	

6) Les ressources :		
<u>Matérielles</u>	<u>Immatérielles</u>	<u>Humaines</u>
♦ Ordinateur ♦ Une imprimante	♦ Information sur les rendez-vous grâce à APIS	♦ Aide des conseillers notamment la participation à un entretien (<i>annexe compte rendu d'un rendez-vous</i>)

7) Les résultats :						
	<u>Taux de concrétisation</u>	<u>Taux de suivi</u>	<u>Taux de résiliation</u>	<u>Forces</u>	<u>Faiblesses</u>	<u>Préconisations</u>
Jennifer	77%	62 %	8 %	♦ Arrive à vendre un grand nombre de produit en même temps	♦ Irrégularité des ventes	♦ Meilleure pertinence des rdv pris lorsqu'elle fait du dring pour obtenir des rendez-vous ♦ Etre formée par Valérie ou Vanessa afin d'éviter les résiliations ♦ Formation venant du réseau
Valérie	27 %	73 %	0 %	♦ Faible résiliation	♦ Concrétisation n faible	♦ Etre formée par Jennifer pour vendre davantage ♦ Formation venant du réseau
Vanessa	42 %	50 %	0 %	♦ Forte obtention de rdv ♦ Faible résiliation	♦ Faible concrétisation et ♦ Fort taux de suivi	♦ Etre formée par Jennifer pour vendre davantage ♦ Formation venant du réseau ♦ Etre formée par Valérie pour obtenir plus de rendez-vous
Melissa	42 %	50 %	8 %	♦ Forte obtention de rdv	♦ Faible concrétisation ♦ Fort taux de suivi	♦ Formation à la vente et meilleure pertinence des rdv

Conclusion : Certaines compétences sont déjà présente au sein de l'équipe pour un meilleur fonctionnement il faudrait une collaboration qui viserait à partager les compétences de chacun.

<u>Logiciels</u>	<u>Utilisations du système d'information</u>	<u>Annexes</u>
♦ Logiciel Apis de gestion commerciale ♦ Web focus	♦ Pour analyser les ventes des conseillers ♦ Impression des agendas et observation de l'objet du rendez-vous pour la comparaison	♦ Capture écran rendez-vous ♦ Capture écran Agenda

AUTO ÉVALUATION

<u>Compétences</u>	<u>Savoir être</u>	<u>Erreur à ne plus commettre</u>
♦ Analyser les performances commerciales par la mise en place d'indicateurs efficaces ces derniers permettent le suivie des performances ♦ Mettre en cause des actions correctrices	♦ Plus souriante	♦ Eviter de demander les performances des conseillers