**Support de suivi des activités**

**Nom :**

**Prénom :**

**Lycée :**

Classe : [ ]  2nde [ ]  1ère [ ]  Tle

Période de réalisation de l’activité : du \_\_/\_\_/\_\_\_\_ au \_\_/\_\_/\_\_\_\_

Type d’activité : [ ]  Activité réelle [ ]  Activité simulée

**Descriptif d’activité**

1. L’organisation
* Identification
* Ses principales activités
* Structure
1. Ma place et mon rôle dans l’organisation
	1. Service
	2. Missions confiées
2. Situation de travail
	1. Contexte
	2. Problématique / objet de travail
	3. Acteurs internes et acteurs externes concernés
3. Démarches et activités conduites
4. Outils et supports mobilisés
5. Savoirs associés à l’action
6. Obstacles et/ou complexité rencontrés
7. Résultat(s) obtenu(s)

**Groupe de compétences 1 : Conseiller et vendre**

|  |  |
| --- | --- |
|  | **Compétences mobilisées en situation** |
| **1.1 Assurer la veille commerciale** |  |
| Rechercher, hiérarchiser, exploiter et actualiser en continu les information° sur l’entreprise/son marché |  |
| Maîtriser la technologie des produits |  |
| Sélectionner les outils de recherche d’information les plus adaptés |  |
| **1.2 Réaliser la vente dans un cadre omnicanal** |  |
| Intégrer l’omnicanal dans le processus de vente |  |
| Prendre contact avec le client |  |
| S’adapter au contexte commercial et au comportement du client |  |
| Découvrir, analyser et identifier le(s) besoin(s) du client, sa (ses) motivation(s) et ses freins éventuels |  |
| Découvrir, analyser et reformuler les besoins du client |  |
| Présenter l’entreprise et/ou ses produits et/ou ses services |  |
| Conseiller le client en proposant la solution adaptée |  |
| Argumenter Réaliser une démonstration le cas échéant |  |
| Répondre aux objections du client |  |
| Proposer les produits et/ou les services associés |  |
| Détecter les opportunités de vente(s)additionnelle(s) et les concrétiser |  |
| S’assurer de la disponibilité du produit |  |
| Formaliser l’accord du client |  |
| **1.3 Assurer l’exécution de la vente** |  |
| Mettre en place les modalités de règlement et de livraison |  |
| Rassurer le client sur son choix |  |
| Prendre congé |  |

**Groupe de compétences 2 : Suivre les ventes**

|  |  |
| --- | --- |
|  | **Compétences mobilisées en situation** |
| **2.1 Assurer le suivi de la commande du produit et/ou du service** |  |
| Suivre l’évolution de la commande et éventuellement du règlement |  |
| Informer le client des délais et des modalités de mise à disposition |  |
| **2.2 Mettre en œuvre le ou les services associés** |  |
| Sélectionner le cas échéant le prestataire le plus adapté |  |
| Collecter et transmettre les informations au service de l’entreprise ou aux prestataires concernés |  |
| Suivre l’exécution du ou des service(s) associé(s) et en rendre compte |  |
| Effectuer le cas échéant les relances |  |
| **2.3 Traiter les retours et les réclamations du client** |  |
| Identifier le(s) problème(s) rencontré(s) par le client |  |
| Proposer une solution adaptée / aux procédures de l’entreprise et de la règlementation |  |
| **2.4 S’assurer de la satisfaction du client** |  |
| Collecter les informations de satisfaction auprès des clients |  |
| Mesurer et analyser la satisfaction du client |  |
| Transmettre les informations sur la satisfaction du client |  |
| Exploiter les informations recueillies à des fins d’amélioration |  |
| Proposer des éléments de nature à améliorer la satisfaction client |  |

**Groupe de compétences 3 : Gérer la relation commerciale**

|  |  |
| --- | --- |
|  | **Compétences mobilisées en situation** |
| **3.1 Traiter et exploiter l’information ou le contact client** |  |
| Traiter les messages et/ou les demandes des clients |  |
| Recueillir, extraire, exploiter, synthétiser les données (de sources internes et externes) |  |
| Rendre compte des données appropriées |  |
| Proposer des actions de fidélisation et/ou de développement de la RC / données recueillies et l’orientation commerciale de l’entreprise |  |
| **3.2 Contribuer à des actions de fidélisation de la clientèle et de développement de la relation client (RC)** |  |
| Sélectionner et mettre en œuvre les outils de fidélisation et/ou de développement de la RC de l’entreprise |  |
| Concourir à la préparation et à l’organisation d’évènements et/ou d’opération de fidélisation/développement de la RC |  |
| Participer à la mise en œuvre des évènements et/ou opérations de fidélisation/développement de la RC |  |
| Effectuer des ventes au rebond |  |
| Réaliser les opérations de suivi post évènement |  |
| Mobiliser les outils d’internet et les réseaux sociaux |  |
| **3.3 Évaluer les actions de fidélisation et de développement de la relation client**  |  |
| Enrichir et actualiser le SIC |  |
| Mesurer et analyser les résultats |  |
| Rendre compte des actions et des résultats par écrit et/ou à l'oral |  |
| Proposer des axes d’amélioration |  |

**Groupe de compétences 4B : Prospecter et valoriser l’offre commerciale**

|  |  |
| --- | --- |
|  | **Compétences mobilisées en situation** |
| **4B.1 Rechercher et analyser les informations à des fins d’exploitation** |  |
| Identifier, au sein du SIC, les informations internes utiles à l’opération de prospection, les extraire et les analyser |  |
| Collecter, traiter et analyser les informations externes |  |
| Mettre à jour le système d’information commercial |  |
| **4B.2 Participer à la conception d’une opération de prospection** |  |
| Définir la cible en cohérence avec la stratégie de l’organisation et des moyens alloués |  |
| Fixer les objectifs quantitatifs et qualitatifs de l’opération en fonction des moyens alloués |  |
| Déterminer la durée de l’opération en fonction des moyens alloués |  |
| Déterminer la ou les techniques de prospect° adaptées aux objectifs du projet et aux moyens alloués |  |
| **4B.3 Mettre en œuvre une opération de prospection** |  |
| Élaborer le plan de prospection et le plan de tournée |  |
| Construire et/ou mettre à jour le fichier prospects |  |
| Sélectionner et/ou concevoir des outils d’aide à la prospection et des supports de communication |  |
| Établir le contact avec le prospect dans des situations de prospection physique et/ou à distance |  |
| Identifier les besoins du prospect |  |
| Argumenter |  |
| Traiter les objections |  |
| Conclure |  |
| Prendre congé |  |
| **4B.4 Suivre et évaluer l’action de prospection** |  |
| Traiter et exploiter les contacts obtenus lors d’une opération de prospection |  |
| Mettre à jour le fichier prospect et le système d’information mercatique |  |
| Qualifier les contacts |  |
| Définir les actions à mener auprès des contacts |  |
| Mesurer et analyser les résultats de l’opération de prospection et les écarts/rapport aux objectifs |  |
| Déterminer les causes des écarts  |  |
| Proposer les actions correctives |  |
| Rendre compte de l’opération de prospection |  |
| **4B.5 Valoriser les produits et/ou les services** |  |
| Mettre en valeur l’offre dans un salon, show-room, un espace de vente éphémère, chez le client, sur les sites marchands et sur les réseaux sociaux |  |