

**BTS Négociation et Digitalisation de la Relation Client  
E6 – RELATION CLIENT ET ANIMATION DE RÉSEAUX**

**FICHE DESCRIPTIVE D'ACTIVITÉS PROFESSIONNELLES**

BTS NÉGOCIATION ET DIGITALISATION DE LA RELATION CLIENT									
SESSION .....									
E6 – RELATION CLIENT ET ANIMATION DE RÉSEAUX									
N° :	<input type="checkbox"/> Animation de réseau de distributeurs	<input type="checkbox"/> Animation de réseau de partenaires	<input checked="" type="checkbox"/> Animation de réseau de vente directe						
TITRE : Activité de vente en réunion			Activité(s) réelle(s) vécue(s) : OUI <input checked="" type="radio"/> NON <input type="radio"/>						
Nom : Chezau	Prénom : Thierry		N° Candidat :						
CADRE DE L'ACTIVITÉ RÉSEAU									
Nom de l'organisation	Le clos gourmand.								
Adresse/Code postal/Ville	13 rue des plantes en pot 83000 Toulon.								
Type de Structure	SARL au capital de 30 000 euros, 5 salariés au siège dont un animateur réseau, 15 VDI en France (couverture nationale sauf Corse et DOM/TOM). L'entreprise existe depuis 8 ans.								
Offre commerciale	Vente de produits d'alimentation régionaux (principalement Provence).								
Acteurs du réseau	Animateur réseau.								
ANALYSE DE L'ACTIVITÉ RÉALISÉE AU SEIN DU RÉSEAU									
Périodes									
Présentation du réseau	Un animateur réseau et 21 VDI sur toute la France. Chaque VDI a son réseau d'hôtes et d'hôtesse.								
Contexte	<p>Notre établissement scolaire a signé une convention avec la société « le clos gourmand » pour nous permettre de réaliser une action de vente directe en tant qu'Ambassadeur de la marque. L'intégralité de notre commissionnement a été versée à l'Association des étudiants en vue de l'organisation d'une sortie pédagogique.</p> <p>Cette opération a été menée de septembre à janvier pour pouvoir toucher notre cible pour les fêtes de Noël. L'opération est relativement longue en temps car je suis apprenti et notre rythme d'alternance est d'une semaine école/une semaine entreprise.</p> <p>Toute notre classe a participé à cette action.</p> <p>La société a envoyé un vendeur VDI pour nous former sur les produits et la méthode d'animation deux heures en cours. Notre objectif était surtout de trouver des hôtes pour animer des réunions.</p>								
Diagnostic du réseau	<p><b>Analyse Swot du clos gourmand :</b></p> <table border="1"> <tr> <td>Interne</td> <td>Forces : motivation forte pour se développer. Gamme de produits en extension.</td> <td>Faiblesses : manque d'outils et de process d'aide à la vente pour les ambassadeurs</td> </tr> <tr> <td>Externe</td> <td>Opportunités : appétence forte des consommateurs pour les produits régionaux</td> <td>Menaces : petit réseau par rapport aux géants du secteur ; Notoriété faible, pas de site internet de présentation</td> </tr> </table> <p><b>Marketing stratégique :</b> l'entreprise profite de la réforme du BTS NDRC pour proposer aux établissements des KIT et des conventions autour de la VDI.</p> <p>L'entreprise incite aussi ses ambassadeurs à s'orienter vers les entreprises avec un système de stand et démonstration sur site.</p>			Interne	Forces : motivation forte pour se développer. Gamme de produits en extension.	Faiblesses : manque d'outils et de process d'aide à la vente pour les ambassadeurs	Externe	Opportunités : appétence forte des consommateurs pour les produits régionaux	Menaces : petit réseau par rapport aux géants du secteur ; Notoriété faible, pas de site internet de présentation
Interne	Forces : motivation forte pour se développer. Gamme de produits en extension.	Faiblesses : manque d'outils et de process d'aide à la vente pour les ambassadeurs							
Externe	Opportunités : appétence forte des consommateurs pour les produits régionaux	Menaces : petit réseau par rapport aux géants du secteur ; Notoriété faible, pas de site internet de présentation							

**BTS Négociation et Digitalisation de la Relation Client  
E6 – RELATION CLIENT ET ANIMATION DE RÉSEAUX**

<b>Animation(s) du réseau</b>	<p>La société organise un symposium de motivation nationale au siège à Toulon tous les ans avec l'ensemble des ambassadeurs. C'est l'occasion de présenter les nouveautés et de féliciter les meilleurs commerciaux.</p> <p>L'animateur réseau organise en parallèle des réunions en ligne pour donner des conseils et des idées pour trouver des hôtes et mieux animer les réunions.</p> <p>Enfin, il vient en soutien des nouveaux ambassadeurs en participant à leur première réunion.</p>																		
<b>Méthodologie(s) d'animation (démarche)</b>	<p><b>1 – Prospecter, organiser des rencontres et vendre en réunion</b>  <i>A : Aide à prospection par publication d'annonces</i>            B : organisation et préparation des réunions            C animation des réunions            D déclaration des ventes et livraison des clients</p> <p><b>2 – Recruter et former des vendeurs à domicile</b>            A : démarchage de recherche d'hôtes            B aide à la gestion des invitations</p> <p><b>3 – Impulser une dynamique de réseau</b>            A suivi des consignes de l'entreprise            B respects du délai de rétractation avec livraison différée</p>																		
<b>Résultats</b>	<table border="1" data-bbox="352 801 1463 1037"> <tr> <td>Nombre de personnes contactées pour devenir hôtes</td> <td>53</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Nombre de contacts chauds</td> <td>7</td> <td>13,20 %</td> </tr> <tr> <td>Hôtes recrutés</td> <td>3</td> <td>5,66 %</td> </tr> <tr> <td>Nombre de réunions</td> <td>3</td> <td>100 %</td> </tr> <tr> <td>Nombre de clients en moyenne</td> <td>7.33</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Chiffre d'affaires</td> <td>210 euros</td> <td>70 euros par réunion</td> </tr> </table>	Nombre de personnes contactées pour devenir hôtes	53		Nombre de contacts chauds	7	13,20 %	Hôtes recrutés	3	5,66 %	Nombre de réunions	3	100 %	Nombre de clients en moyenne	7.33		Chiffre d'affaires	210 euros	70 euros par réunion
Nombre de personnes contactées pour devenir hôtes	53																		
Nombre de contacts chauds	7	13,20 %																	
Hôtes recrutés	3	5,66 %																	
Nombre de réunions	3	100 %																	
Nombre de clients en moyenne	7.33																		
Chiffre d'affaires	210 euros	70 euros par réunion																	
<b>Préconisations</b>	<p>Le recrutement de nouveaux Hôtes est assez complexe car tout le monde n'est pas prêt à recevoir chez soi du monde.</p> <p>La phase de prospection est donc essentielle.</p> <p>Il faut bien préparer sa réunion en avance et former son Hôte pour qu'il apporte son soutien.</p> <p>Les réunions ont lieu le soir ou les week-ends et il faut donc proposer un moment de détente aux prospects.</p> <p>La dégustation joue un grand rôle et donc il faut venir avec beaucoup de produits à goûter.</p> <p>Il m'aurait fallu plus de temps pour obtenir de meilleurs résultats. C'est difficile avec un emploi de salarié et des études à faire.</p>																		
<b>Liste de ressources et supports</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Catalogue produit</li> <li>• Bon de commande</li> <li>• Échantillons</li> <li>• Mail de prospection pour trouver des hôtes</li> <li>• Modèle de mail d'invitation à la réunion</li> <li>• PowerPoint de présentation de l'entreprise</li> <li>• Pitch de lancement de la réunion</li> <li>• Séquençage et déroulement de la réunion</li> <li>• Bilan des ventes</li> <li>• Photos de l'évènement</li> </ul>																		