

**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° : 2	<input type="checkbox"/> Animation de réseau de distributeurs	<input checked="" type="checkbox"/> Animation de réseau de partenaires	Animation de réseau de vente directe
TITRE : Développement du réseau de franchisés sur un salon			Activité(s) réelle(s) vécue(s) : OUI <input checked="" type="radio"/> NON <input type="radio"/>
Nom : C		Prénom : Thierry	N° Candidat :
CADRE DE L'ACTIVITÉ RÉSEAU			
Nom de l'organisation	easyGym		
Adresse/Code postal/Ville	48 Impasse des églantiers 34980 ST CLÉMENT DE RIVIÈRE		
Type de Structure	SARL au capital de 100 000 euros, 2 salariés et 5 coachs indépendants. L'entreprise est franchisée auprès du réseau EasyGym filiale d'Easyjet.		
Offre commerciale	Salle de sport en ouverture 24/24 sans engagement à prix low cost.		
Acteurs du réseau			
ANALYSE DE L'ACTIVITÉ RÉALISÉE AU SEIN DU RÉSEAU			
Périodes	De janvier 2019 à avril 2019		
Présentation du réseau	EasyGym est une filiale de la société EasyJet qui a développé un concept de salle de sport dans le monde entier. Pour l'instant, elle a ouvert 7 salles en France en franchise.		
Contexte	<p>J'ai signé un contrat d'apprentissage avec une salle du réseau Easygym sur la région de Montpellier en tant que commercial terrain. Mes missions sont à la fois de vendre des abonnements sur site (démarche passive) mais aussi de démarcher les entreprises (démarche active).</p> <p>Le réseau en France ne compte que 7 salles en France et est donc en plein développement.</p> <p>Le franchiseur a lancé une opération réseau auprès des 7 salles en parallèle à sa présence au salon de la franchise à Paris.</p> <p>Il fallait démarcher un maximum de CSE anciennement CE dans notre région pour proposer des offres à tarif privilégié.</p>		
Diagnostic du réseau	Analyse Swot easyGym		
	Interne	Forces : petit prix, ouverture 24/24 et easy jet est très connu	Faiblesses : réseau peu connu dans le domaine du sport ; arrivée un peu tardive sur ce marché
	Externe	Opportunités : marché en plein développement	Menaces : petit réseau par rapport aux géants du secteur
	Marketing stratégique : présence au salon de la franchise pour développer le réseau.		
Animation(s) du réseau	<p>La société organise des visites régulières des premiers franchisés en France.</p> <p>Un animateur réseau organise en parallèle des opérations commerciales pour motiver les commerciaux avec des cadeaux.</p> <p>Enfin, les premiers franchisés sont venus témoigner tour à tour au salon de la franchise.</p>		

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

Méthodologie(s) d'animation (démarche)	<p>1 – Participer au développement d'un réseau de partenaires <i>(Pertinence de la sélection de partenaires)</i></p> <p>J'ai pu participer au salon de la franchise sur le stand de notre Franchiseur pour apprécier les critères de sélection et l'apport personnel nécessaire.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Préparation du salon : fixation des objectifs de l'équipe et individuels, préparation des OAV, préparation des flyers à distribuer, préparation d'un sondage (google form) afin de récupérer des données prospects à relancer plus tard. - Sur le salon : rencontre des prospects (par le biais du sondage), présentation de l'offre si possible. - Après le salon : analyse des réponses au sondage ; création du fichier prospect et relance téléphonique. 									
Résultats	<table border="1" data-bbox="352 835 1466 1016"> <tr> <td>Nombre de prospects contactés</td> <td>113</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Nombre de contacts chauds</td> <td>15</td> <td>13,27 %</td> </tr> <tr> <td>Nombre de partenariats signés</td> <td>8</td> <td>7,07</td> </tr> </table> <p>J'ai pu mettre en place une BDD prospects qui pourront par la suite être contactés et invités sur un prochain salon.</p>	Nombre de prospects contactés	113		Nombre de contacts chauds	15	13,27 %	Nombre de partenariats signés	8	7,07
Nombre de prospects contactés	113									
Nombre de contacts chauds	15	13,27 %								
Nombre de partenariats signés	8	7,07								
Préconisations	<p>Il n'est pas aisé de rencontrer des futurs responsables de salle directement sur le salon. Il serait plus efficace d'avoir à disposition une liste de leads à contacter au préalable afin de les inviter sur le salon.</p>									
Liste de ressources et supports	<ul style="list-style-type: none"> • Site internet de la marque • Sondage sur Google Form • Plan de découverte • Argumentaire • Contrat de franchise • PowerPoint de présentation de la salle et de la marque • Fichier entreprise • Bilan des ventes • Photos de la salle • Photos du stand 									