

2^d Métiers de la Relation Client

Fiche de préparation d'un scénario (individuel ou collaboratif)

Contexte (nom)	Organisation Privée
Scénario (n° + titre + période)	N°3 Sosh
Enseignants concernés	M. Lagroy et Mme Maillard

Dates, période...	Missions	Activité/tâches	Compétences du référentiel et compétences transversales	Horizontalité	Accueil	Savoirs associés	Prérequis	Co-Intervention ?	Omnicanalité	En séance		
				N° du bloc	Commerce					Classe	Enseignants ?	Besoins ?
					Ou Vente ?							
De Janvier à Mars (S3 à 12)	Mission 1 : Découvrir la politique de Placement (= Distribution)	Les espaces de ventes physiques, virtuelle et la notion de phygital Les circuits de distribution des produits Le suivi de la commande du produit	1. Intégrer la relation client dans un cadre omnicanal : 1A. Prendre contact 2. Assurer le suivi de la relation client : 2A. Gérer le suivi de la demande 3. Collecter et exploiter l'information dans la relation client : 3A. Assurer la veille informationnelle et commerciale	1, 2 & 3	MCV	MCV : Unité commerciale physique et virtuelle, le phygital, les circuits de distribution, identification des modes et délais de livraison et présentation de solution pour le client	Méthode de vente	Aucune	Magasin virtuel Outils de phygitalisation site Internet Tchat	Demi G	MAILLARD	Salles Info
	Mission A : Découvrir le politique de Promotion (= communication)	Analyse de la communication de Sosh Proposition d'une stratégie de communication pour Sosh	1. Intégrer la relation client dans un cadre omnicanal 1D. Proposer une solution adaptée au parcours client 3. Collecter et exploiter l'information dans le cadre de la relation client 3C. Diffuser l'information au client	1&3	MCV	MCV : la communication commerciale, les moyens et les supports de communication, proposition d'une action de communication génératrice de trafic.	Aucun	Aucun	Site Internet Vidéo	Demi G	LAGROY	Salles Info
	Mission 2 : Découvrir la politique produit	Identification de l'offre produit Sosh (Biens et Services) Présentation et argumentation d'un bien à distance	1. Intégrer la relation client dans un cadre omnicanal : 1C. Identifier le besoin du client 1D. Proposer une solution adaptée 3. Collecter et exploiter l'information dans la relation client : 3A. Assurer la veille informationnelle et commerciale 3B. Traiter et exploiter l'information	1&3	Les 3 domaines	MCV : les outils d'aide à la vente : fiche technique et argumentaire simple, la présentation et l'argumentation d'une offre à distance, les caractéristiques techniques, commerciales, la gamme. MA : Les sources d'information externe, internet, les différents produits et services proposés par l'organisation	La politique de Placement	Aucune	Site Internet	Demi G	MAILLARD	Salles Info
	Missions B : Découvrir la Politique Prix	Identification des éléments constitutifs du prix de vente Analyse de la stratégie prix de Sosh	1. Intégrer la relation client dans un cadre omnicanal 1D. Proposer une solution adaptée 3. collecter et exploiter l'information 3B. Traiter et exploiter l'information	1&3	MCV	MCV : les éléments constitutif du prix de vente, étude de la stratégie de prix de l'entreprise et de ses concurrents	Aucun	Maths : Consolidation des notions et approfondissement : Taux de marge, marque	Site Internet	Demi G	LAGROY	Salles Info
	Mission 3 : Fidéliser le client	Les principes et outils de la mercatique direct Réalisation d'une campagne de mercatique direct via SMS	1. Intégrer la relation dans un cadre omnicanal 1B. Identifier le client 2. Assurer le suivi de la relation 2C. Fidéliser la relation avec le client	1&2	MCV	MCV : Les principes et les outils de la mercatique directe, le ciblage	Aucun	Aucune	Site Internet SMS	Demi G	MAILLARD	Salles Info
	Mission C : Répondre aux réclamations	Gestion d'une réclamation à distance Gestion d'une réclamation en face à face	2. Assurer le suivi de la relation client 2B. Satisfaire le client	2	Les 3 domaines	MCV/MA : le traitement des réclamations : analyse des réclamations, connaissances et techniques et procédures de traitement, gestion des suites à donner, rédaction et formalisation des réponses.	Aucun	Aucune	Site Internet Mail	Demi G	LAGROY	Salles Info