

Activité 3 : Fidélisation de la clientèle et développement de la relation client**Conditions d'exercice :**

Le titulaire du diplôme participe aux actions qui visent à fidéliser la clientèle actuelle et à lui proposer de nouveaux produits et/ou de nouveaux services. Il évalue les résultats de ces actions de fidélisation et de développement de la relation client. À cette occasion, il exploite et enrichit le système d'information commercial de l'entreprise.

Tâches	Contexte professionnel	
	Ressources	Relations
<ul style="list-style-type: none"> • Exploitation des données clients • Mise en œuvre des outils de fidélisation client • Contribution à la proposition et à l'organisation des opérations de fidélisation (visites, appels, relances personnalisées...) • Écoute et traitement des contacts, messages et/ou avis des clients • Vente(s) au rebond • Participation à la mise en œuvre d'actions de fidélisation et de développement • Exploitation des sites marchands et des réseaux sociaux à des fins commerciales • Évaluation des actions de fidélisation et de développement 	<ul style="list-style-type: none"> - Système d'information commercial (bases de données clients, rapports de visites...) - Extraits de tableau de bord - Remontées SAV, service consommateurs, enquêtes, - Indicateurs clients et/ou entreprises, - Réunions équipes de vente, - Internet, réseaux sociaux, - Les conditions générales de vente (tarifs, barèmes, modalités de financement), - Les guides d'entretien téléphonique, - Les argumentaires de vente, - Le bon de commande, - La documentation technique, - Les échantillons, - La carte de visite du point de vente, - La carte de visite du vendeur, - La carte d'identification professionnelle La PLV, l'ILV. 	<p><u>Relations internes</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Hiérarchiques : responsable des ventes, responsable du magasin, chef de rayon, etc. - Fonctionnelles : équipe de vente, service fabrication, services livraison-maintenance, SAV, commercial, comptabilité, facturation contentieux, etc. <p><u>Relations externes</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Fournisseurs, - Clients, - Prescripteurs, - Installateurs, - Sous-traitants, - Organismes de salons et foires, - Etc.
Résultats attendus		
<ul style="list-style-type: none"> • Les informations utiles à la fidélisation sont remontées au responsable et aux services concernés, • Les données clients sont exploitées de façon pertinente, 		

Activité 4 B : Prospection et valorisation de l'offre commerciale**Conditions d'exercice**

Le titulaire du baccalauréat professionnel « Métiers du commerce et de la vente » option « Prospection clientèle et valorisation de l'offre commerciale » exerce son activité de prospection à distance ou en face-à-face. Cette activité consiste soit en la qualification de la cible, soit en la prise de rendez-vous, soit en un contact direct avec le prospect sans prise de rendez-vous préalable. Le diplômé concerné est également conduit à valoriser l'offre commerciale au sein d'un lieu physique donné.

Tâches	Contexte professionnel	
	Ressources	Relations
<ul style="list-style-type: none"> • Exploitation et mise à jour du système d'information commercial • Recherche et exploitation d'informations externes • Participation à l'organisation de la prospection • Réalisation de la prospection • Évaluation et analyse des résultats de la prospection • Exploitation des sites marchands et des réseaux sociaux à des fins commerciales • Actions de promotion (<i>show-room</i>, salons, mise en place du produit chez le client) et de présentation de l'offre commerciale 	<ul style="list-style-type: none"> - Les supports de présentation des produits et/ou des services de l'entreprise, - Les informations sur les marchés et la concurrence, - Les éléments de la base de données clients, - Les conditions générales de vente (tarifs, barèmes, modalités de financement), - Les conditions de garantie, - Les documents d'informations pré contractuelles, - La réglementation en vigueur - Le mandat, - Les argumentaires de vente, - Le bon de commande, - La documentation technique - Les échantillons, - La carte de visite de l'unité commerciale, - L'affichage des prix, - La carte de visite du vendeur, - La carte d'identification professionnelle. 	<p><u>Relations internes</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Hiérarchiques : responsable des ventes, responsable commercial, etc. - Fonctionnelles : gestion des stocks, services communication, marketing, etc. <p><u>Relations externes</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Clients, - Prospects, - Fournisseurs, - Mairies, collectivités territoriales, Administrations, - Prestataires de services ou donneurs d'ordre, Etc.

Résultats attendus

- Un plan de prospection est établi et/ou suivi,
- Des supports de communication sont diffusés