

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

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

**Résultats attendus**

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