**B.T.S. Management commercial opérationnel - Session**

**DÉVELOPPEMENT DE LA RELATION CLIENT ET VENTE CONSEIL (E41) COMPTE-RENDU D'ACTIVITÉ**

**Compte Rendu d’Activité n°3**

**Titre de l’activité :Développer les performances de l’espace commercial**

|  |  |
| --- | --- |
| **CANDIDAT(E)** | **UNITE COMMERCIALE** |
| **NOM :**  **PRÉNOM(S) :** | R**AISON SOCIALE : Go Sport**  **ADRESSE** |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **COMPÉTENCES CLÉS MOBILISÉES** | | **COMPÉTENCES*(À renseigner)*** |
| Elaborer et adapter en continu l’offre de produits et de services |  | * Analyser la demande * Analyser l’offre existante * Construire et/ou adapter l’offre de l’unité commercial |
| Organiser l’espace commercial |  | * Agencer l’espace commercial * Garantir la disponibilité l’offre * Maintenir un espace commercial et attractif * Respecter les préconisations de l’enseigne , la règlementation , les règles d’hygiènes et de sécurité |
| Développer les performances de l’espace commercial | **x**  **x**  **x**  **x** | * Mettre en valeur les produits * Optimiser l’implantation de l’offre * Proposer et organiser des animations commerciales * Proposer et organiser des opérations promotionnelles |
| Concevoir et mettre en place la communication commercial |  | * Concevoir et mettre en oeuvre la communication sur le lieu de ventes * Concevoir et mettre en oeuvre la communication externe * Exploiter les réseaux sociaux , les applications et tout autre outil numérique au service de la communication |
| Evaluer l’action commercial |  | * Analyser l’impact des actions mises en œuvre * Proposer des axes d’amélioration ou de développement |

|  |
| --- |
| **Date:**  **Durée :**  **Le contexte professionnel:**  **Go** Sport est une chaîne de magasins spécialisée dans le sport. L’entreprise commercialise de grandes marques de sport comme Nike, Adidas, Asics, Mizuno, etc. Elle vend aussi ses propres marques : Athlitech, Wanabee, Soft, etc. Elle propose des équipements sportifs pour plus de 40 sports comme le running, le judo, les sports de combat,tennis, football,natation..  Ma tutrice m’a demandé de participer au merchandising de séduction de l’entreprise pour redynamiser les ventes ,on a procédé à des promotions par les prix pour augmenter le flux client. |

|  |  |
| --- | --- |
| **Objectifs poursuivis (Quantitatif/Qualitatif)** | Qualitatifs :   * Animer l’espace de vente * Valoriser l’offre commercial * Faciliter le parcours client * Favoriser l’expérience client   Quantitatifs :   * objectifs poursuivis : * Améliorer les KPIS ( panier moyen, IV,) * Accroître et fidéliser la clientèle |
| **Moyens et techniques mise en oeuvre**  **Moyens et techniques mise en oeuvre** | * guides pratiques par rayon, * fiche de produits * check-lists, , * tableaux de bord, * manuel du personnel * humains * référencement SEO * CRM |

|  |  |
| --- | --- |
| **La méthodologie utilisée :** | D’abord,  Pour mettre en valeur les produits :   * J’ai commencé par mettre en œuvre des techniques de marchandisage de séduction et développer les facteurs d’ambiance : favoriser l’impact de la décoration sur l’acte d’achat, création une ambiance et rendre l’espace chaleureux et accueillant , développement sa créativités,utilisation des 5 sens, respect les règles de la perspective et de la pyramide , mise en place un étiquetage attractif,disposition des linéaires ; les facteurs d’ambiances(sonorité,senteur et goût) * J’ai mis en œuvre les techniques de marchandisage qui sont l'implantation par niveau qui consiste à mettre les produits à différents niveaux dans le rayon du magasin, optimisation du linéaire avec la manière dont les produits dans le rayon sont rangés,toujours réassortir le linéaire.   Autrement dit, il ne doit jamais y avoir de trou dans votre rayon. Il faut immédiatement remplacer les produits vendus par de nouveaux produits.   * J’ai mis en valeur les produits sur un site de e-commerce en proposant des photos produits et des descriptifs de qualité,mise en place d’ un plugin adapté au CMS utilisé,mise en place d’un slider de produit * J’ai recouru à des solutions digitales de valorisation de l’offre en mettant en œuvre un plan d’action de marketing digital qui repose sur le référencement naturel et toutes ses composantes,la mise en place de différents outils de référencement SEO destinée à travailler sa notoriété pour être visible et bien positionné,gérer le contenu marketing , définition du plan de communication , suivi du parcours client ,exploitation des outils et analyse des performances.   Ensuite,  Afin d’adapter l'implantation de l’offre :   * J’ai commencé par mettre en œuvre des techniques de marchandisage de gestion pour une allocation optimale du linéaire * J’ai mis en œuvre un plan d’implantation et respecter les   préconisations du siège   * J’ai mis en œuvre les techniques E-Marchandisage * J’ai mis en place une tête de gondole   Enfin :   * J’ai proposé des animations commerciale en mettant place une vente privée * On propose également plusieurs services comme la location de ski en période hivernal , location de vélo , une carte de fidélité appelée “Feel Good” proposant de nombreux avantages comme 10 euros offert au mois d’anniversaire du client pour tout achat , 1 euro d’achat = 1 point au bout de 150 points on obtient un bon d’achat de 5 euros , à chaque achat 3% est remis sur la cagnotte du client , la livraison à domicile , une garantie d’un mois sur les produits achetés et plusieurs ateliers : répartition vélo et ski , cordage et flocage . |

|  |
| --- |
| **Résultat obtenus :**   * Une meilleure mise en avant des produits ; * Une image d’e-commerçant innovant ; * Une amélioration des taux de transformation grâce à une meilleure appréhension des produits ; * Une diminution des retours produits. * Offre attractive * Produits correspondant aux besoins des consommateurs * Augmentation du trafic |