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

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

**Compte Rendu d’Activité n°5**

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

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

|  |  |
| --- | --- |
| **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 |  | * 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 | **x****x** | * Analyser l’impact des actions mises en œuvre
* Proposer des axes d’amélioration ou de développement
 |

|  |
| --- |
| **Date: x****Durée : x****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. Suite à la communication réalisé à travers différents canaux , une analyse des performances est nécessaire afin de déterminer l’efficacité des stratégies commercial de mon unité commerciale  |

|  |  |
| --- | --- |
| **Objectifs poursuivis (Quantitatif/Qualitatif)** | Quantitatif:* Développer l’uc

Qualitatif :* Analyser l’impact de la communication
 |
| **Moyens et techniques mise en oeuvre** **Moyens et techniques mise en oeuvre**  | * Moyens humains : Je suis dans une équipe
* Moyens matériels/immatériels : Ordinateurs, Internet ,Forums et réseaux sociaux ,Tableau de bord Tableau de classement,Plateforme de satisfaction client
* Techniques mises en œuvre : collecte d’information , d’analyse et de reporting , objectif SMART
 |

|  |  |
| --- | --- |
| **La méthodologie utilisée :** | Pour commencer , j’ai préparé une réunion avec ma responsable et nous avons établi les différents point sur lesquelles nous travaillerons ;Etape 1 : j’ai analysé l’impact des actions mises en œuvre en mettant en place des indicateurs de performance dont l’objectif SMART (Spécifique , Mesurable ,Atteignable ,Réaliste , Temporelle)* J’ai conçu les outils de collecte de données et mettant en œuvre les opérations de recueil des informations
* J’ai également évaluer les performances quantitatives et qualitatives des opérations commerciales et notamment les retombées quantitatives et qualitatives sur les différents réseaux sociaux

Etape 2: Proposer des axes d’amélioration ou de développement* J’ai proposé des axes d’amélioration en/ou de développement en tenant compte des performances obtenues et des réalités locales et nationales
 |

|  |
| --- |
| **Résultat obtenus :*** Ce diagnostic a permis de démontrer les points faibles et les points fort de mon unité commercial
* Points forts : équipe commerciale compétente, formation interne des employés , bonne stratégie commerciale car pour se rendre dans un univers spécifique (il faut passer par tous les autres univers ) , service associé (livraison , location ski , atelier cycle , cordage et flocage
* Points faibles : zone commerciale très concurrentielle .
 |