**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 . |