

BTS NÉGOCIATION ET DIGITALISATION DE LA RELATION CLIENT
SESSION **METTRE L'ANNEE DE L'EXAMEN**
FICHE DESCRIPTIVE D'ACTIVITÉ PROFESSIONNELLE

E6 – RELATION CLIENT ET ANIMATION DE RÉSEAUX

N° : On numérote les fiches chronologiquement	<input type="checkbox"/> Animation de réseau de distributeurs On coche au choix car c'est la même trame pour les 3	<input type="checkbox"/> Animation de réseau de partenaires	<input type="checkbox"/> Animation de réseau de vente directe
TITRE : On donne un titre significatif		Activité(s) réelle(s) vécue(s) : OUI <input type="radio"/> NON <input type="radio"/> Il faut au moins une fiche vécue, les deux autres peuvent être témoignées ou observées	
Nom : Les noms prénoms et n° de candidat doivent correspondre à ce qui est sur la convocation reçue en mars avril de seconde année		Prénom :	N° Candidat :
CADRE DE L'ACTIVITÉ RÉSEAU			
Nom de l'organisation	NOM de l'entreprise		
Adresse/Code postal/Ville	Adresse où vous travaillez		
Type de Structure	Est-ce une entreprise unique ou un groupe à préciser		
Offre commerciale	Gamme de produits et part des segments dans le CA		
Acteurs du réseau (y compris les clients)	Le réseau en interne et les cibles finales		
ANALYSE DE L'ACTIVITÉ RÉALISÉE AU SEIN DU RÉSEAU			
Périodes	Dire de telle date à telle date (les date pendant lesquelles vous menez l'action)		
Présentation générale du réseau	Il faut présenter l'organisation du réseau. Dans un réseau il y a une tête de réseau (le siège) et ensuite des intermédiaires en interne (des magasins) ou en externes (des sous traitants, des franchisés etc.)		
Contexte	Pourquoi l'action est menée, quand et où ?		
Diagnostic du réseau	Faire un swot qui explique pourquoi on arrive à cette animation pour en savoir plus sur le swot 'c'est ici SWOT - Définitions Marketing » L'encyclopédie illustrée du marketing (definitions-marketing.com)		
Animation(s) du réseau	Il faut présenter l'animation : sa durée, sa portée (locale, régionale, nationale), son ampleur (tout le réseau ou une partie) et votre rôle (intervenant, ou organisateur). Il faut aussi présenter les objectifs SMART de l'action Objectif SMART - Définitions Marketing » L'encyclopédie illustrée du marketing (definitions-marketing.com)		
Méthodologie(s) d'animation (Démarche)	IL faut raisonner en phases : 1- Avant 2- Pendant 3- Après Et mettre la méthodologie du cours . Vous pouvez en savoir plus ici L'animation de réseau, indispensable pour développer l'activité de vos points de vente (digitaleo.fr)		
Résultats	Il faut mettre en rapport avec les objectifs.		
Préconisations	On fait un bilan sur ce qui a bien fonctionné et on dit ce qu'on pourrait faire de mieux la prochaine fois ou encore si on décide de refaire de manière régulière ce type d'animation		
Liste de ressources et supports	Les outils de pilotage (ganttt, pert, MPM., tableaux de bord) Les outils de diganostic swot Les outils de communication Les outils de suivi Attention il faudra venir avec ses ressources ;		