



LOGO DE L'ENTREPRISE

SESSION 2025

# BTS NDRC FICHE E41

**Prénon NOM**

Commercial en alternance

Titre de la négociation que vous avez mené

PHOTO DE LA FACADE DE VOTRE ENTREPRISE

**PRESENTATION DE VOTRE ENTREPRISE**

**LE NOM DE VOTRE  
ENTREPRISE**

**SA DATE DE CREATION ET SON ADRESSE**

2 LIGNES QUI PRESENTENT VOTRE SOCIETE ET  
SON ACTIVITE (les types de clients auxquels elle  
s'adresse : B2B, B2C B2G, ...)



# LES OFFRES DE VOTRE ENTREPRISE

indiquez ici les grandes familles de produits et de services que propose votre entreprise

# L'ORGANIGRAMME DE VOTRE ENTREPRISE

La hiérarchie de l'agence ou du service dans lequel vous travaillez (votre nom doit apparaître dans cette arborescence)



# CIBLAGE & PROSPECTION

**indiquez ici l'intitulé de votre campagne de prospection : l'offre sur laquelle vous allez communiquer et la cible à laquelle vous la destinez**

Exemple : "Démarche de prospection pour la vente d'une solution de crédit à destination des étudiants"

# LA DEMARCHE : LES MOYENS

**indiquez ici le détail de l'offre sur laquelle vous allez communiquer, et par quelle moyen vous allez toucher votre cible (les crédits de 5 ans à la consommation, via un post réalisé sur snapchat)**

le contenu de cette diapo fait référence à la case "Démarche" de la deuxième page de votre fiche Négo

# LA DEMARCHE : LES CIBLES

**indiquez les critères qui vous permettent d'identifier clairement les prospects vers lesquels vous allez communiquer votre offre (exemple : jeunes étudiants entre 18 et 25 ans, n'ayant pas encore de contrat en CDI)**

**Si ces cibles font déjà partis d'un fichier client, indiquez comment vous allez effectuer le tri qui va permettre de les faire ressortir**

le contenu de cette diapo fait référence à la case "Démarche" de la deuxième page de votre fiche Négo

# LES OBJECTIFS DE LA PROSPECTION

OBJECTIFS QUANTITATIFS	OBJECTIFS QUALITATIFS
ENVOYER 200 MAILS EN 1 SEMAINE	DEVELOPPER LA NOTORIETE DE L'ENTREPRISE
OBTENIR 50 RDV EN 2 SEMAINES	MIEUX QUALIFIER NOTRE FICHIER CLIENT
SIGNER 8 CONTRATS AU BOUT D'UN MOIS	SE DÉMARQUER DE NOS CONCURRENTS

le contenu de cette diapo fait référence à la case "Objectifs" de la deuxième page de votre fiche Négo (la partie "CIBLAGE ET PROSPECTION")

# LES ACTIVITES REALISEES



## Diagramme de Gantt

Semaine 1

Semaine 2

Semaine 3

Semaine 4

DÉTERMINER LA CIBLE

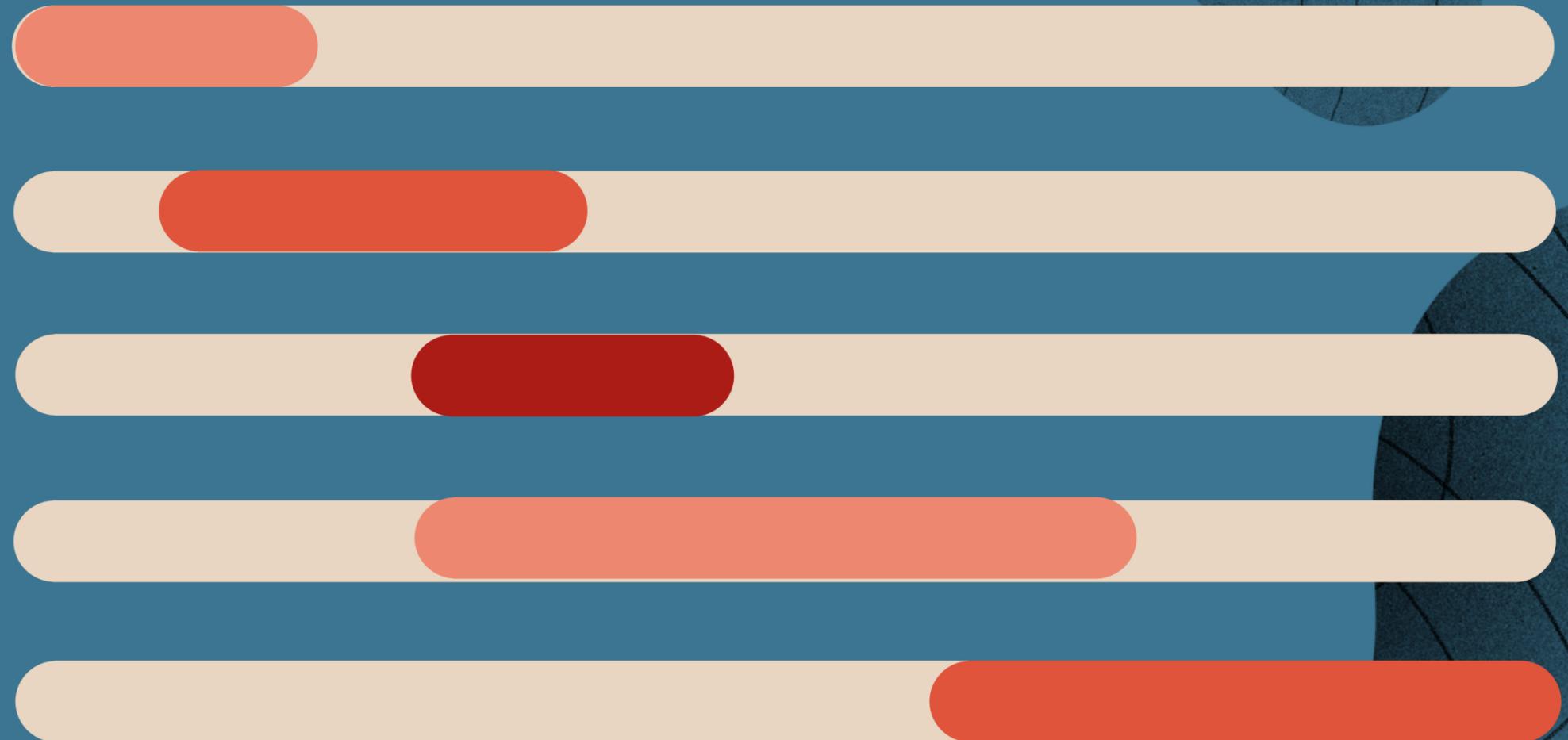
VALIDATION PAR VOTRE TUTEUR

REDACTION DE L'ANNONCE

ENVOI DE LACAMPAGNE D'EMAILING

RELANCE TELEPHONIQUE

CONTINUER EN RAJOUTANT LES ETAPES  
NECESSAIRES



le contenu de cette diapo fait référence à la case "ACTIVITÉS RÉALISÉES" de la deuxième page de votre fiche Négo. reprenez les étapes citées sur votre fiche et déclinez les dans le temps à travers un diagramme de Gantt

# Présenter une étape de la prospection qui soit prétexte à parler d'une méthode de cours

- Soit le mailing avec la méthode AIDA
- Soit le Phoning avec la méthode CROC et le traitement des objections par un logigramme
- Soit Les étapes de la vente
- Soit une technique vue dans les étapes de la vente (CAP/SONCASE, L'écoute active, La reformulation, les 4x20, etc...)

# LES RESULTATS DE LA PROSPECTION mailing

INDICATEURS	REALISE	OBJECTIF	%TRO
ENVOI MAILS	200	200	100%
NBRE DE MAILS NON RECUS	182	100	91% de validité du fichier (182/200)x100
NBRE DE REPONSE MAIL	46	entre 20% et 30%	23% (46/200)x100

le contenu de cette diapo fait référence à la case "Résultats" de la deuxième page de votre fiche Négo (la partie "CIBLAGE ET PROSPECTION")

# LES RESULTATS DE LA PROSPECTION

INDICATEURS	REALISE	OBJECTIF	%TRO
ENVOI MAILS	200	200	100%
RDV	48	50	$(48/50) \times 100 = 96\%$
CONTRATS SIGNES	12	8	$(12/8) \times 100 = 150\%$

le contenu de cette diapo fait référence à la case "Résultats" de la deuxième page de votre fiche Négo (la partie "CIBLAGE ET PROSPECTION")



# BILAN REFLEXIF

# LES ATOUTS & POINTS D'APPUI

INDIQUE ICI CE QUI A BIEN MARCHÉ DANS TA DEMARCHE DE PROSPECTION ET GRACE A QUOI ÇA A BIEN MARCHÉ

le contenu de cette diapo fait référence à la case "atouts et points d'appuis" de la deuxième page de votre fiche Négo

# LES SOLUTIONS MISES EN OEUVRE

**INDIQUE LES MOYENS QUE TU AS UTILISES POUR CETTE CAMPAGNE DE PROSPECTION (EXEMPLE : LE LOGICIEL DE MAILING DE L'ENTREPRISE, L'ACCES AUX RESEAUX SOCIAUX, LE LOGICIEL DE GESTION COMMERCIAL POUR AVOIR LES COORDONNEES DES CLIENTS, GOOGLE MAPS POUR ORGANISER LA TOURNEE, ETC...)**

le contenu de cette diapo fait référence à la case "difficultés rencontrées" de la deuxième page de votre fiche Négo

# LES AXES D'AMÉLIORATIONS

AUX VUE DE CE QUI A ÉTÉ FAIT INDIQUE ICI CE QUI POURRAIT ÊTRE  
AMÉLIORÉ

le contenu de cette diapo fait référence à la case "axes d'améliorations" de la  
deuxième page de votre fiche Négo



MERCI DE VOTRE  
ATTENTION