

BTS CONSEIL ET COMMERCIALISATION DE SOLUTIONS TECHNIQUES

EPREUVE E4 : CONCEPTION ET COMMERCIALISATION DE SOLUTIONS TECHNICO-COMMERCIALES

Evaluation contrôle en cours de formation (CCF)

Fiche descriptive d'une négociation technico-commerciale

(à remplir par le candidat)

Session 2023

CANDIDAT :

Nom :

Prénom :

N° d'inscription :.....

Nom de l'entreprise
partenaire :

Activité de l'entreprise :

Adresse:

Service de l'entreprise :

Présentation de l'entreprise d'accueil et du contexte technico-commercial de la négociation :

a) Présentation de l'entreprise :

Statut juridique, activités (groupe/agence) , bref historique, place dans sa filière, principaux produits et services vendus, clients, fournisseurs, effectifs, ressources matérielles, éléments financiers et évolution, PDM locale et/ou nationale, stratégie marketing mix synthétique.

b) Contexte technico-commercial de la rencontre

- Quelles sont les raisons qui provoquent un rdv entre le commercial et ce client/prospects.
- Quel est l'objectif du rendez-vous pour chacun des acteurs.

c) Analyse synthétique du marché relatif à l'affaire :

- Définition du besoin général correspondant au marché et de la gamme de produits ou services correspondant.
- Synthèse sur la demande : évolution des ventes, qui sont les clients et les grandes tendances de consommations issues des évolutions technologiques, écologiques ou réglementaires.
- Synthèse sur l'offre : structure de marché, PDM des principaux concurrents et évolution des ventes, principaux fournisseurs et leurs poids sur la filière.

Identification du client ou du prospect :

- Nom ou dénomination sociale, coordonnées, activité, besoin global.

Historique de la relation :

- Prospect : prises de contact antérieures (salon, mail, téléphone, recommandation etc...)
- Client : date d'entrée en relation, progression des achats, évolution actuelle, situation de paiement.

Présentation de la situation technico-commerciale :

- Produit ou solution recherchée (attentes techniques liées au produit ou à la solution) : Quelle est la gamme de produits/service en question ? comment peut-on qualifier le degré de complexité ? De que type d'achat s'agit-il ?
- Contexte spatio temporel : influence des lieux, et des aspects temporels.

Description des acteurs :

- Statut des acteurs (distributeur, fabricant...)
- Circuit de décision du client/prospect et Comportement (processus) d'achat du client/prospect et place du rendez-vous dans son processus.
- Profil (psychologique et sociologique)
- Rapport de force (équilibre de la relation) et évolution.

Identification et évaluation du risque d'affaire et du risque client :

- Solvabilité : risque de paiement.
- Opportunité que le client représente pour l'entreprise, (estimation de la valeur du client).
- Marges de négociation possibles pour le prospect et pour le commercial et/ou l'agence.

Synthèse des informations clés utiles à la définition et la préparation d'une stratégie de négociation et liste des annexes et des supports phygitaux utilisés.

- Présentation et justification des supports phygitaux sélectionnés pour le rendez-vous et pour le suivi.

Présentation de la stratégie de négociation technico-commerciale

a) Explicitation de la démarche d'élaboration de la stratégie de négociation (Phase de préparation)

- Les éléments pris en compte: les acteurs, le marché, opportunités, menaces, contraintes, la demande client qu'il faut satisfaire en tenant compte d'un ensemble de paramètres, le risque affaire et risque client, l'offre produits-services proposée par l'entreprise, son positionnement concurrentiel...
- Les démarches et outils mobilisés : démarche collaborative, veille, sites consultés, recherches effectuées...

b) La stratégie de négociation proposée (phase de réalisation)

- Analyse de la démarche utilisée et des supports exploités : accueil, questions de découverte, solution proposée, arguments envisagés/utilisés, traitement des objections, concrétisation et conclusion.
- La stratégie mise en place correspond-elle aux objectifs : objectif principal, solutions de repli...

ACTIVITES A REALISER EN STAGE

A.1.1. ANALYSE DU CONTEXTE TECHNIQUE ET COMMERCIAL DE LA NEGOCIATION

Actions	Commentaires
Collecter les supports technico-commerciaux utilisés par l'équipe commerciale	
Identification des clients cibles et recherche sur le métier de ces clients cibles	
Repérer les offres concurrentes sur le marché	
Réaliser un argumentaire comparatif pour identifier les avantages spécifiques de l'entreprise et de ses produits	

A.1.2. ELABORATION DE SOLUTIONS TECHNIICO-COMMERCIALES

Actions	Commentaires
Découvrir le logiciel de GRC de l'entreprise et son utilisation pour préparer et assurer le suivi d'un entretien de vente (opérations de facturation, bons de livraison, etc...)	
Découvrir l'offre de l'entreprise en termes produit et services	
S'initier au savoir-faire de l'entreprise (immersion au service technique, à l'atelier...)	
Appréhender et maîtriser progressivement la démarche de chiffrage d'offres (critères de choix des produits ou services à proposer, question d'identification du potentiel d'achat d'un prospect, marges, ...)	
Éventuellement proposer un outil d'aide au choix ou au chiffrage	

A.1.3. CONSEIL ET PRESCRIPTION DE SOLUTIONS TECHNICO-COMMERCIALES

Actions	Commentaires
Observer une présentation d'offre technico-commerciale : <input type="checkbox"/> au comptoir <input type="checkbox"/> au téléphone <input type="checkbox"/> en visite client <input type="checkbox"/> sur un salon	
Identifier dans le contexte technique et commercial de l'entreprise, les points essentiels sur lesquels apporter du conseil au client (réglementation, sécurité, ergonomie, mise en oeuvre...)	
Présenter (ou co-présenter) une offre en argumentant et en conseillant	

A.1.4. NEGOCIATION, VENTE ET SUIVI DES AFFAIRES

Actions	Commentaires
Observer des entretiens téléphoniques avec les clients	
Accompagner un technico-commercial en clientèle	
Identifier les différents types d'entretiens pratiqués par les commerciaux	
Repérer le déroulement type d'une affaire	
Collecter et prendre en main les outils d'aide à vente utilisés par les commerciaux	
Éventuellement créer ou mettre à jour ces outils	
Réaliser des appels de relance de clients et ou prendre des appels entrants et les dispatcher au service adéquat	
Observer un ou des entretiens de vente qui ont donné lieu à une préparation spécifique	

Être acteur (ou co-acteur) d'un entretien de vente sur des situations de vente à sa portée	
Participer à des activités de suivi d'un entretien de vente (compte rendu de visite, mail de suivi d'entretien, relance,)	
A.1.5. ANALYSE FINANCIERE D'UNE RELATION D'AFFAIRE ET GESTION DU RISQUE CLIENT	
Actions	Commentaires
Repérer les conditions générales de vente	
Identifier les conditions de règlements, de livraisons	
Identifier la politique de gestion du risque client de l'entreprise et comprendre les choix de l'entreprise en la matière.	
Repérer comment l'équipe commerciale met en œuvre cette politique de gestion du risque client sur des cas concrets	
Etre acteur d'une relance d'impayé....	