

## BTS Management des Unités Commerciales

Session 2016

### Épreuve d'Analyse et de Conduite de la Relation Commerciale

#### Fiche d'activités professionnelles n°3

##### CANDIDAT(E)

NOM :

PRENOM(S) :

##### UNITE COMMERCIALE

RAISON SOCIALE :

ADRESSE :

<b>Titre de la mission</b>		<i>Réaménagement de la serviscène</i>	
<b>Date et durée</b>		<i>3 jours, du 3 au 5 juin 2014</i>	
<b>Le contexte professionnel : pourquoi ?</b>		<i>Pour rendre l'agence plus chaleureuse, pour que le client se sente bien et qu'il soit bien renseigné.</i>	
<b>Les objectifs poursuivis :</b>		<i>Pour mettre en valeur les produits et assurer la visibilité des services.</i>	
<b>Les cibles</b>		<i>L'agence Gambetta et son personnel</i>	
<b>Les Moyens (Outils et Méthodes)</b>		<i>Word, architec 3D</i>	
<b>Logiciels utilisés</b>			
<b>Moyens 1 :</b> Recherches documentaires	<b>Interne</b>	<i>-rechercher tous les produits et services que propose l'agence pour pouvoir les diffuser sur l'écran LCD.</i>	
	<b>Externe</b>	<i>Source1 : <a href="http://vin.blogs.lindependant.com/archive/2014/09/14/la-nouvelle-agence-du-credit-agricole-198181.html">http://vin.blogs.lindependant.com/archive/2014/09/14/la-nouvelle-agence-du-credit-agricole-198181.html</a></i>	<i>Information principale : « le Crédit Agricole de Vinça vient de se doter d'une nouvelle agence affirmant ainsi son implantation dans le monde rural. (...) Plus accessible, plus pratique, dotée de toutes les techniques modernes ainsi que des dernières avancées technologiques, elle offre une plus grande sécurité, une meilleure convivialité et confidentialité aux sociétaires et aux clients. »</i>
<i>Date de la source : 14/09/2014</i>			

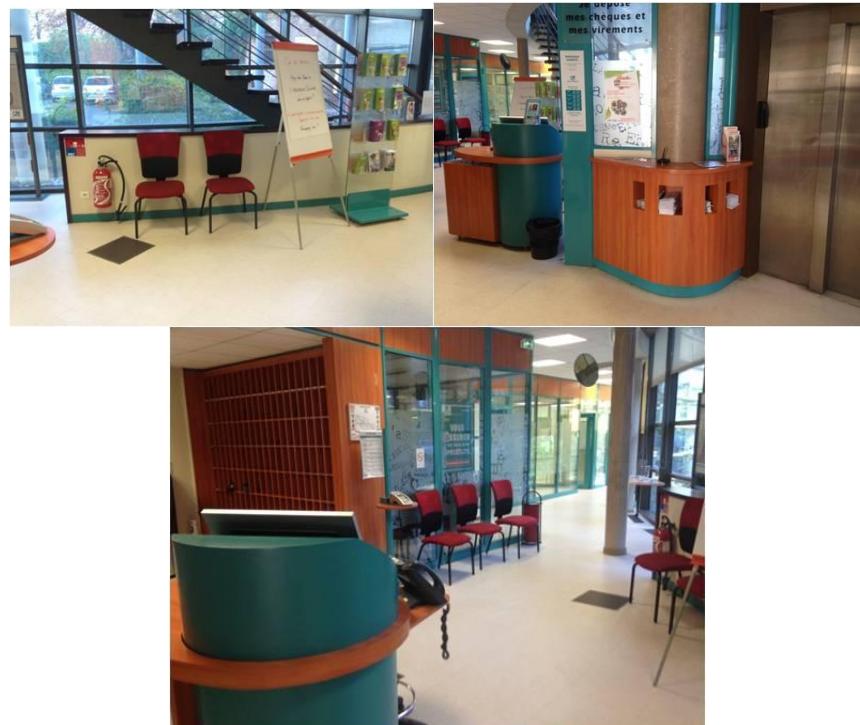
	<p><i>Source 2 :</i>  <a href="http://www.lanouvelierepublique.fr/Indre/Communes/Chabris/n/Contenus/Articles/2014/09/30/e-Credit-agricole-emmenage-place-de-la-Mairie-2064350">http://www.lanouvelierepublique.fr/Indre/Communes/Chabris/n/Contenus/Articles/2014/09/30/e-Credit-agricole-emmenage-place-de-la-Mairie-2064350</a></p> <p><i>Information principale : « Depuis vendredi 26 septembre, les bureaux d'accueil du Crédit agricole ont été transférés au 1, rue du Pont ; ou plutôt place de la Mairie (...).L'agence se situe dans un immeuble entièrement rénové, dans des locaux conviviaux. »</i></p> <p><i>Date de la source : 30/09/2014</i></p>
	<p><i>Source 3 :</i>  <a href="http://www.latribune.fr/opinions/tribunes/20131211trib000800424/a-quoi-ressembleront-les-banques-de-detail-dans-le-futur-.html">http://www.latribune.fr/opinions/tribunes/20131211trib000800424/a-quoi-ressembleront-les-banques-de-detail-dans-le-futur-.html</a></p> <p><i>Information principale : « Il s'agit de remettre le client au cœur de la stratégie des banques d'abord pour mieux le servir : lui permettre de choisir ses moyens d'interagir avec la banque, de façon fluide et pertinente ; le fidéliser en offrant le meilleur des deux mondes, physique et digital »</i></p> <p><i>Date de la source : 11/12/2013</i></p>
	<p><i>Source 4 :</i>  <a href="http://www.lefigaro.fr/societes/2013/10/12/2005-20131012ARTFIG00001-face-a-la-revolution-numerique-lesagencesbancaires-se-reinventent.php">http://www.lefigaro.fr/societes/2013/10/12/2005-20131012ARTFIG00001-face-a-la-revolution-numerique-lesagencesbancaires-se-reinventent.php</a></p> <p><i>Information principale : « Elle aurait un pendant, très digitalisé (le «digital store»), sorte d'extension des banques en ligne, avec automates nouvelle génération pour les opérations bancaires, visioconférence ou souscription avec signature digitale. Les conseillers qui animeraient ces «digital stores» auraient pour mission de faciliter l'accès aux nouvelles technologies aux clients (...) un mur digital permet d'accéder à l'offre de produits et des services. Les clients peuvent souscrire seuls, ou faire appel à un conseiller. À côté, des salons conseils, pour échanger avec ces derniers, sont équipés des dernières technologies, avec notamment la possibilité de faire appel en visioconférence à un spécialiste »</i></p> <p><i>Date de la source : 12/10/2013</i></p>
<b>Moyens 2 : Le plan d'action</b>  à développer sous forme d'une liste des tâches	<ul style="list-style-type: none"> <li>- prendre des photos avant réaménagement (Annexe)</li> <li>- faire un devis pour les nouveaux objets avec le coût total (Annexe)</li> <li>- dessiner le réaménagement sur le logiciel architec 3D (Annexe)</li> </ul>

## Les résultats obtenus

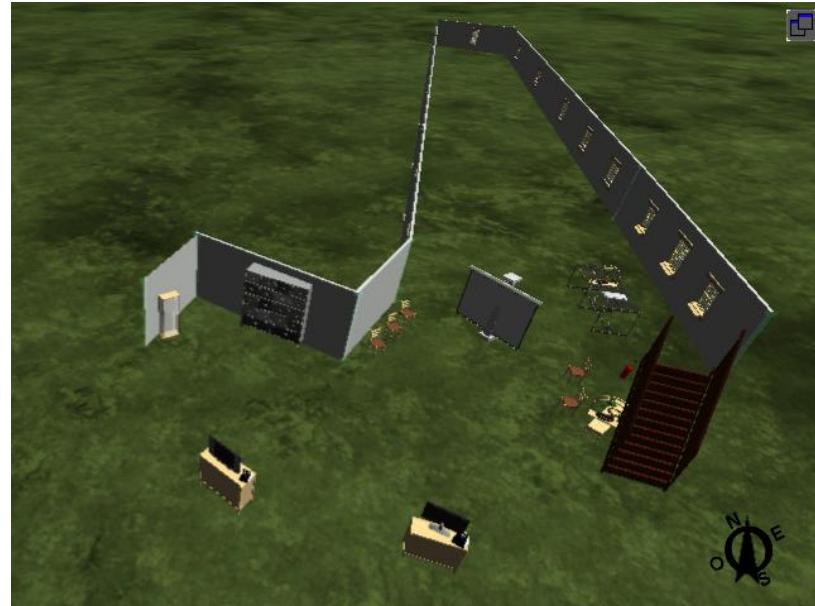
### (Constats):

- Tableaux de calculs
- photos
- résultats
- enquêtes
- création des supports de communication

### Photos avant réaménagement :



### Réaménagement sur logiciel :



*Concrètement*



*Nous constatons l'abandon de l'écran LCD et la présence d'un Totem d'informations locales + fontaine à eau*

<b>Recherche des causes possibles</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-mauvaise visibilité des prospectus</li> <li>-les clients ne prêtent pas attention aux informations sur le lieu de vente</li> </ul>
<b>Les conséquences à venir</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Grâce à l'écran LCD, les clients peuvent être renseignés sur nos produits et services, ainsi que sur l'actualité d'aujourd'hui.</li> <li>-Les plantes constituent un facteur de bien-être mental.</li> </ul>
<b>Solutions = Préconisations pour l'avenir</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Se renseigner sur l'actualité du moment pour pouvoir la diffuser sur l'écran LCD.</li> <li>-Les technologies constituent un outil supplémentaire au service de la clientèle.</li> </ul>
<b>Limites</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- financières</li> <li>- humaines</li> <li>- organisationnelles</li> <li>- techniques</li> <li>- juridiques</li> <li>- autres....</li> </ul> <b>aux solutions proposées</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Financières : Coût très élevé (devis : 1263.55 €)</li> </ul>

<b>CANDIDAT(E)</b> NOM : PRENOM(S) :	<b>UNITE COMMERCIALE</b> <b>RAISON SOCIALE : CREDIT AGRICOLE</b> <b>ADRESSE :</b>
--	---

<b>Compétences déclarées (cocher les cases correspondantes)</b>	
<b>Compétence 41 Vendre</b>	
411 Préparer l'entretien de vente	
412 Établir le contact avec le client	
413 Argumenter	
414 Conclure la vente	
<b>Compétence 42 Assurer la qualité de service à la clientèle</b>	
421 Accueillir, informer et conseiller	
422 Gérer les insatisfactions et les suggestions de la clientèle	
423 Suivre la qualité des prestations	
<b>Compétence 53 Mettre en place un espace commercial attractif et fonctionnel</b>	
531 Agencer la surface de vente	X
532 Mettre en valeur les produits et assurer la visibilité des services	X
533 Assurer la qualité de l'information sur le lieu de vente	X
<b>Compétence 54 Dynamiser l'offre de produits et de services</b>	
541 Organiser des actions de promotion des ventes	
542 Organiser des animations sur le lieu de vente	
<b>Compétence 6 Rechercher et exploiter l'information nécessaire à l'activité commerciale</b>	
C61- Assurer la veille commerciale	
611 Repérer les sources documentaires	X
612 Sélectionner les informations	X
613 Mettre à disposition les informations	
C62- Réaliser et exploiter des études commerciales	
621 Concevoir et mettre en œuvre des études commerciales	
622 Analyser les informations commerciales issues d'études et exploiter les résultats	X
C63- Enrichir et exploiter le système d'information commercial	
631 Mettre à jour les données du système d'information commercial	
632 Interroger le système d'information commercial	
C64- Intégrer les technologies de l'information dans son activité	
641 Organiser son activité	
642 Organiser l'activité de l'équipe commerciale	