

COMMENT PRESENTER UNE FICHE BILAN

SECONDE PARTIE DE L'ORAL



ORAL D'ACRC du BTS MUC

Le déroulement de cette partie

La seconde partie de l'oral dure 20 mn. Le jury choisit une ou plusieurs fiches bilan dans la partie relation clientèle ou dans la partie management opérationnel de l'équipe commercial.

Si cette partie peut se faire par question et réponse, il est aussi possible que le jury vous demande d'expliquer la fiche.

Voyons comment cela s'illustre dans le cas d'une vente.

CONTEXTE DE L'ACTION

Pourquoi réaliser cette mission?

- L'unité commerciale vend des produits du bâtiment principalement à des professionnels (commerce de gros).
- Les produits sont en libre service, certains sont exposés et d'autres sur commande.
- Le client peut venir directement choisir les produits en magasin ou passer une commande par fax ou par téléphone.
- Le vendeur est là pour diriger le client, le conseiller, le renseigner sur le prix (devis et offre de prix) mais aussi faire des ventes.
- Je suis vendeur et donc en charge de cette mission.

OBJECTIFS

- QUANTITATIFS

Réaliser un C.A. de 150 € par client et vendre 3 produits en moyenne par client.

- QUALITATIFS

- Vendre aux particuliers de la robinetterie plutôt que des pièces détachées
- Proposer aux clients professionnels des produits complémentaires



MATERIEL

- Catalogues (interne, fournisseur)
- Téléphone, fax..
- Ordinateur (ventes comptant, emportée, livrée, offre, fiche client, disponibilité du produit...) via le logiciel ENYX.



ACTIVITE REALISEE

• PRISE DE CONTACT

Il faut respecter la règle des 4x20 :

-20 premières secondes
créer une ambiance propice à la vente

-20 premiers mots
« en quoi puis-je vous aider ? »

-20 premiers gestes
éviter les gestes de rempart

-20 cm² du visage
sourire et regard franc pour engager un



● DECOUVERTE DES BESOINS

Il faut connaître les besoins et les motivations du client en le questionnant :

- Pratiquer l'écoute active (le verbal)
- Comprendre ses besoins grâce aux questions :
 - miroirs
 - ricochets (« C'est à dire? ») ...
- Faire attention au non verbal



● REFORMULATION

Reformuler la demande du client
« Si j'ai bien compris C'est ça? »

● ARGUMENTATION

J'ai réalisé un argumentaire selon
le plan CAP.

CARACTERISTIQUE DU PRODUIT

AVANTAGE POUR LE CLIENT

PREUVE

J'ai argumenté selon les mobiles
d'achat correspondant au
SONCAS



Philippe THIBERGE
www.commarketingmuc.com





Philippe THIBERGE
www.commarketingmuc.com

● TRAITEMENT DES OBJECTIONS

● TYPES D'OBJECTIONS

- Réelle et fondée : le produit ne correspond pas aux attentes du client
- Prétexe : le client ne veut pas « conclure »
ex : « je vais réfléchir »

● TECHNIQUES DE TRAITEMENT

- Rassurer
- Montrer les avantages de ce produits
- Eveiller l'intérêt du client
- Trouver la véritable objection

● CONCLUSION DE LA VENTE

● L'ANNONCE DU PRIX

● GUETTER LES SIGNAUX D'ACHAT

ex : le client garde le produit dans ses mains

● L'ACCOMPAGNEMENT EN CAISSE

- conclure la vente
- rassurer et féliciter le client
- prendre congé chaleureusement

● LE SUIVI

- Garantie, Echange de produit...
- Livraison

● Objectif : fidéliser le client

UTILISATION DU SIC

• AVANT / PENDANT ET APRES LA VENTE

Logiciel ENYX

RESULTATS

- 12 ventes par jours en moyenne
- CA par vente : 100 € en moyenne
- Panier moyen par client : 3 produits

ANALYSE :

- vente principalement de produits sanitaires et plomberie
- contexte de crise