Extraction — Bloc 1 : Développement de la relation client et vente conseil

Unité U41 — Référentiel des activités professionnelles, de certification et modalités d'examen

1. Tableau de synthèse (position dans le diplôme)

Domaine d'activités	Bloc de compétences	Unité
Domaine d'activités 1 : Développement de la relation client et vente conseil — Collecte, analyse et exploitation de l'information commerciale — Vente conseil — Suivi de la relation client — Suivi de la qualité de services — Fidélisation de la clientèle — Développement de clientèle	**Bloc de compétences 1 : Développer la relation client et assurer la vente conseil** — Assurer la veille informationnelle — Réaliser des études commerciales — Vendre — Entretenir la relation client	**Unité U41 : Développement de la relation client et vente conseil**

2. Référentiel des activités professionnelles (Annexe I a)

Domaine d'activités 1 : Développement de la relation client et vente conseil

Activités relevant du domaine

- Collecte, analyse et exploitation de l'information commerciale
- Vente conseil
- Suivi de la relation client
- Suivi de la qualité de services
- Fidélisation de la clientèle
- Développement de clientèle

Conditions d'exercice

L'activité de vente conseil du titulaire du diplôme s'inscrit dans une démarche de relation client pérenne régulièrement évaluée. Elle implique l'exploitation d'informations sur le marché, les clients, la concurrence, les produits et services de l'unité commerciale. Les différentes activités nécessitent le recours aux outils numériques.

Ressources et moyens mis à disposition

- Bases de données clients, produits et services, état des stocks
- Outils d'aide à la vente
- Supports commerciaux et de communication

- Documentation technique
- Conditions générales de vente
- Résultats d'études quantitatives et qualitatives
- Informations sur les marchés, la zone de chalandise
- Plans d'action commercial
- Réglementations, normes, procédures, contraintes
- Tableaux de bord, indicateurs
- Internet, extranet, intranet, forums, blogs, réseaux sociaux
- Logiciels et progiciels
- Terminaux fixes et mobiles

Relations

Relations internes : Responsables hiérarchiques — Équipe commerciale — Services supports

Résultats attendus

- L'environnement de la vente est maîtrisé.
- La vente conseil est réalisée, avec la qualité de service requise, dans une démarche de pérennisation de la relation client.
- Les clients sont satisfaits.
- Les objectifs commerciaux sont réalisés.
- Les objectifs de fidélisation et de développement de clientèle sont atteints.

3. Référentiel de certification (Annexe I b)

Compétences et savoirs associés

Compétences	Savoirs associés
Assurer la veille informationnelle — Rechercher et mettre à jour l'information — Mobiliser les ressources numériques — Sélectionner l'information — Hiérarchiser l'information — Analyser l'information — Exploiter l'information pour la prise de décision	Le cadre légal et réglementaire de la relation client et de la vente conseil — La relation commerciale — L'information commerciale — Le système d'information commercial — Les études commerciales — La zone de chalandise — La connaissance du client — Les facteurs d'influence de l'achat — La vente et le conseil client dans un contexte omnicanal — Le marketing après-vente et la fidélisation — Le capital client
Réaliser et exploiter des études commerciales — Construire une méthodologie — Recueillir les données — Exploiter les résultats	
Vendre dans un contexte omnicanal — Préparer la vente — Accueillir le client — Conseiller — Argumenter — Conclure la vente	

Entretenir la relation client
— Suivre les évolutions des attentes du client
— Évaluer l'expérience client
— Accompagner le client
— Fidéliser la clientèle
— Accroître la « valeur client »

Critères d'évaluation

- Les techniques et outils de la veille commerciale sont appropriés.
- L'information produite est fiable et pertinente pour la prise de décision.
- Les méthodologies d'études sont adaptées au contexte.
- Les résultats des études sont exploitables.
- La démarche de vente conseil est pertinente.
- Les attentes du client et leurs évolutions sont prises en compte.
- Les techniques de fidélisation mises en œuvre sont adaptées.
- Les objectifs de vente, de fidélisation et d'accroissement de la « valeur client » sont atteints.
- La communication est mise en œuvre au service de l'efficacité relationnelle.

4. Savoirs et limites de savoirs (Bloc 1)

Savoirs associés	Limites de savoirs
Le cadre légal et réglementaire de la relation client et de la vente conseil	La réglementation des méthodes de vente — La réglementation liée à la recherche, au stockage, au traitement et à la diffusion de l'information commerciale — Le contrat de vente — La réglementation du marketing après-vente
La relation commerciale	Les enjeux de la relation commerciale — La variété des contacts commerciaux — Les composantes de la relation commerciale — La diversité des relations commerciales — Les méthodes de vente et leur réglementation — L'omnicanal — La digitalisation de la relation commerciale — La gestion de la relation client (GRC)
L'information commerciale	La typologie des informations — Les sources d'information — Les étapes de la recherche d'information — Les méthodes de recueil, de stockage, de traitement, d'exploitation et de diffusion de l'information commerciale — La réglementation liée à la recherche, au stockage, au traitement et à la diffusion de l'information commerciale
Le système d'information commercial	Les caractéristiques du système d'information commercial — Les accès au système d'information, les droits et obligations attachés — Les outils numériques
Les études commerciales	Les différents types d'études et leurs enjeux — Les outils de collecte de l'information — La méthodologie des études

	— Les outils numériques de réalisation des études — Les techniques de présentation et de diffusion des résultats d'études
La zone de chalandise	Les composantes de la zone de chalandise — La structure et les caractéristiques géographiques et socio-économiques de la clientèle — L'impact de la zone de chalandise — Les méthodes d'évaluation du potentiel de la zone de chalandise — La zone de chalandise des unités commerciales virtuelles — Les outils de détermination et d'analyse
La connaissance du client	La segmentation de la demande — Le comportement du client — Le processus d'achat dans un contexte omnicanal
Les facteurs d'influence de l'achat	La nature et le rôle des influenceurs — Les facteurs contextuels
La vente et le conseil client dans un contexte omnicanal	La communication interpersonnelle et l'efficacité relationnelle — Les étapes de la vente — Les techniques de vente — Les outils d'aide à la vente — Les outils numériques au service du conseil et de la vente — Le contrat de vente
Le marketing après-vente et la fidélisation	Les notions de satisfaction, de fidélité et de fidélisation — Les enjeux du suivi de la clientèle dans la démarche commerciale — Les outils et les moyens du marketing après-vente — La mesure de la satisfaction et de la fidélisation — La réglementation du marketing après-vente — Les modalités de traitement des réclamations
Le capital client	La valeur client — Le capital image — La notoriété — L'e-réputation — L'expérience client

5. Modalités de certification (Annexe II)

Unité constitutive U41

Unité	Intitulé
U41	Développement de la relation client et vente conseil

Règlement d'examen — Épreuve E41

Épreuve	Unité	Coef.	Voie scolaire — établissement habilité (CCF)	Voie scolaire — établissement non habilité / candidat libre
E41 — Développement de la relation client et vente conseil	U41	**3**	CCF	Ponctuelle orale — 30 min

(L'épreuve E4 globale — U4 — a un coefficient 6, regroupant E41 et E42.)

6. Définition de l'épreuve E41 (Annexe II d)

1. Objectif

Valider les compétences du candidat correspondant au **bloc n° 1 « Développer la relation client et assurer la vente conseil »** :

- Assurer la veille informationnelle
- Réaliser des études commerciales
- Vendre
- Entretenir la relation client

2. Contenu

La sous-épreuve E41 évalue les compétences et les savoirs associés décrits dans le bloc de compétences n° 1.

3. Critères d'évaluation

- Les techniques et outils de la veille commerciale sont appropriés.
- L'information produite est fiable et pertinente pour la prise de décision.
- Les méthodologies d'études sont adaptées au contexte.
- Les résultats des études sont exploitables.
- La démarche de vente conseil est pertinente.
- Les attentes du client et leurs évolutions sont prises en compte.
- Les techniques de fidélisation mises en œuvre sont adaptées.
- Les objectifs de vente, de fidélisation et d'accroissement de la valeur client sont atteints.
- La communication est mise en œuvre au service de l'efficacité relationnelle.

4. Modalités d'évaluation

A. Contrôle en cours de formation (CCF)

La sous-épreuve s'appuie sur un **dossier numérique personnel** rédigé et constitué par le candidat, rendant compte pour chaque activité réalisée des éléments suivants :

- La (ou les) compétence(s) mobilisée(s)
- La date et la durée
- Le contexte professionnel
- Les objectifs poursuivis
- La méthodologie utilisée
- Les moyens et les techniques mis en œuvre
- Les résultats obtenus

Chaque compte rendu d'activité est accompagné de l'évaluation faite par le ou les professeurs.

Commission d'évaluation : un professeur de « Développement de la relation client et vente conseil » ayant en charge le suivi du candidat pendant ses activités professionnelles + un professionnel (ou, en son absence, un deuxième professeur en charge d'enseignements professionnels en STS MCO).

L'évaluation donne lieu à une **note sur 20**.

Non-conformité du dossier (mention NV — non valide, diplôme non délivré) prononcée dans les cas suivants :

- Absence de dépôt du dossier
- Dépôt au-delà de la date fixée par la circulaire d'organisation
- Durée de stage inférieure à celle requise par la réglementation
- Documents non visés ou non signés par les personnes habilitées

B. Forme ponctuelle (épreuve orale — 30 minutes)

La sous-épreuve repose sur un **dossier numérique personnel** rendant compte pour chaque situation professionnelle des mêmes éléments que le CCF.

Le dossier est remis au jury en format numérique. Son existence fait l'objet d'un contrôle de conformité par les autorités académiques avant l'interrogation. L'absence de présentation du dossier entraîne la mention NV.

Déroulement en deux temps :

1. **10 minutes maximum :** le candidat présente le ou les contextes des activités professionnelles et les compétences mobilisées, **sans être interrompu** — présentation numérique obligatoire.

2. **Temps restant :** la commission d'évaluation interroge le candidat sur chacune des compétences du bloc n° 1.

Commission d'évaluation : un professeur en charge d'enseignements professionnels en STS MCO + un professionnel (ou un second professeur en charge d'enseignements professionnels en STS MCO).

L'évaluation donne lieu à une **note sur 20 points**.

Source : Arrêté du 15 octobre 2018 portant définition et fixant les conditions de délivrance du BTS « Management commercial opérationnel » — Journal officiel de la République française, 7 novembre 2018.