

## Bloc 3 de compétences

### Relation client et animation de réseaux

#### Conditions d'exercice et de mobilisation des compétences

Les compétences sont mobilisées dans les contextes suivants :

- Contexte global et sectoriel : marché, informations juridiques et réglementaires, économiques, sociologiques, technologiques, etc.
- Contexte organisationnel : problématique managériale, statuts des acteurs, clientèle, produit/service, diagnostic et indicateurs de performance, stratégie, segmentation procédures internes, etc.
- Contexte commercial : contrats et accords de partenariats ou de référencement, problématique commerciale, clientèle, stratégie, plan d'actions commerciales (objectifs, moyens, contraintes), diagnostic et indicateurs de performance, segmentation, méthodes d'approche client, etc.

Les ressources informationnelles comprennent des données externes ou internes, des informations de gestion et des informations juridiques.

Compétences	Critères de performance
<p><b>Planter et promouvoir l'offre chez des distributeurs</b></p> <p>Valoriser l'offre sur le lieu de vente</p> <p>Développer la présence dans le réseau de distributeurs</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Rigueur dans le suivi de l'application des accords de référencement</li><li>• Utilisation pertinente des techniques d'implantation et de valorisation des produits</li> <li>• Repérage des opportunités de référencement</li><li>• Qualité du diagnostic (rayon, réseau et zone de prospection)</li><li>• Pertinence des propositions et des actions pour développer la présence de la marque/produit</li></ul>
<p><b>Développer et piloter un réseau de partenaires</b></p> <p>Participer au développement d'un réseau de partenaires</p> <p>Mobiliser un réseau de partenaires et évaluer les performances</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Pertinence de la sélection de partenaires</li> <li>• Efficacité et rentabilité des actions de dynamisation du réseau</li></ul>

<b>Créer et animer un réseau de vente directe</b>  Prospector, organiser des rencontres et vendre en réunion  Recruter et former des vendeurs à domicile indépendants  Impulser une dynamique de réseau		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Développement du fichier des conseillers</li> <li>• Professionnalisme et efficacité commerciale lors des ventes en réunion</li> <li>• Pertinence et efficacité des actions de recrutement et de formation</li> <li>• Cohérence de l'animation réseau avec les orientations commerciales</li> <li>• Respect de la réglementation et de l'éthique</li> </ul>
<b>Savoirs associés</b>		
<b>Communication/négociation</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Communication interpersonnelle</li> <li>• Situations de communication/négociation</li> <li>• Négociation vente grande distribution – offre communication – typologies d'acheteurs - négociation prix</li> <li>• Négociation vente revendeurs - partenaires – grossistes – (processus décisionnel, typologies d'acheteurs)</li> <li>• Négociation vente B to C (demande, comportement du consommateur, motivations d'achat)</li> </ul>	<b>Management</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Organisation du réseau de distribution, diversités des métiers</li> <li>• Management du réseau de vente (animation, communication)</li> <li>• Management opérationnel (recrutement, formation, objectifs, rémunération, animation, évaluation des équipes)</li> <li>• Gestion de projet</li> <li>• Pilotage de l'activité commerciale</li> <li>• Management relationnel</li> <li>• Communication managériale</li> <li>• Gestion de conflits</li> </ul>	<b>Marketing</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Techniques de vente en grande distribution (référencement, marchandisage, etc.)</li> <li>• Réseaux et stratégies de distribution</li> <li>• Techniques d'animation commerciale</li> </ul>
<b>Savoirs technologiques/web</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Data, bases de données réseaux</li> <li>• Applications et logiciels commerciaux et de relation réseau (PGI, CRM, progiciels réseaux)</li> <li>• Outils de communication et de gestion commerciale (outils et applications nomades, suivi d'activité, planification, etc.)</li> <li>• Veille digitale, veille commerciale</li> </ul>	<b>Savoirs juridiques</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Droit de la distribution</li> <li>• Droit de la consommation : information et protection du consommateur</li> <li>• Contrats de partenariats</li> <li>• Droit du travail (statuts des commerciaux, salariés, VRP, agents, VDI, etc.)</li> <li>• Code éthique de la vente directe et réglementation</li> </ul>	<b>Savoirs rédactionnels</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Règles générales de communication écrite</li> <li>• Procédés d'écriture et genre</li> <li>• des écrits contractuels (contrats, conventions, clauses, engagements, normes, etc.)</li> <li>• Lexique des écrits juridiques et réglementaires</li> <li>• Lexique commercial et sectoriel</li> </ul>
<b>Gestion commerciale</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Analyse du risque</li> <li>• Prix et marges</li> <li>• Règlements et financements</li> </ul>	<b>Statistiques/représentations graphiques</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Outils statistiques et graphiques de suivi des ventes et d'évaluation des équipes commerciales</li> </ul>	