

Diplôme : BTSA Technico-commercial

**Module : M 54
Relation commerciale**

**Objectif général du module :
Conduire une relation technico-commerciale**

Indications de contenus, commentaires, recommandations pédagogiques

Ce module est destiné à faire acquérir des savoirs, savoir-faires et savoir-être correspondant au cœur de métier du technico-commercial. La présentation retenue correspond à un certain nombre d'étapes par lequel doit passer un professionnel pour conduire une relation commerciale.

La pratique et la mise en situation sont à privilégier y compris dans une approche pluridisciplinaire, en particulier avec l'enseignement technique du champ professionnel.

La connaissance et la pratique de logiciels professionnels utilisés dans le champs professionnel est indispensable.

Objectif 1. Définir le cadre de la relation commerciale

Objectif 1.1 - Définir le contexte stratégique

Cet objectif « plante le décor » dans lequel se situe la relation commerciale :

- Qu'est-ce qu'une relation commerciale, qu'est-ce qu'une négociation ?
- Leur cadre, leurs enjeux et leurs objectifs ?
- Prendre en compte la situation de négociation dans laquelle se trouvent les protagonistes (lien M51, M53 et M55 en fonction du champ professionnel) ;
- Introduction aux étapes de la négociation.

Objectif 1.2 - Caractériser les principales situations de négociation

- L'adaptation des acteurs aux différents champs professionnels ;
- La négociation entre une entreprise et un particulier ;

- La négociation entre deux entreprises (B to B et B to D).

Objectif 1.3 - Définir le cadre éthique de la négociation

La place de la dimension éthique dans la relation commerciale sera mise en exergue à cette occasion.

Objectif 2. Intégrer une équipe de vente

Objectif 2.1 - Identifier les différents styles de vendeurs

- Présenter différents styles de vendeur et les qualités requises pour un vendeur ;
- Utiliser des outils pédagogiques pour connaître les différents profils (ex couleurs, test,...).

Objectif 2.2 - Identifier les différents styles d'acheteurs

- Présenter différents styles d'acheteurs et les qualités requises pour un acheteur.

Objectif 2.3 - Mettre en évidence le rôle du commercial

- Dans l'entreprise : il est important de situer le commercial au sein de son équipe et en lien avec les services : finance, production, marketing, communication, Recherche et développement, ressources humaines, direction...
- Sur le terrain : il est important de préciser le travail du commercial auprès des différentes clientèles (professionnels et/ou particuliers) : création et développement de clientèle, organisation du travail (préparation des tournées, des documents commerciaux et des comptes rendus).

Objectif 3. Analyser les étapes de la négociation commerciale

Chaque étape sera analysée successivement et pourra être travaillée par de mini jeux de rôle.

L'utilisation de la vidéo est indispensable pour aider les apprenants à prendre conscience des points acquis et de ceux qui restent à améliorer.

- Une utilisation du téléphone dans le cadre de la relation commerciale est conseillée ;
- Les documents et les outils commerciaux les plus proches possible de la réalité sont à utiliser (Internet et intranet,...) ;
- La reformulation doit être utilisée à tous les stades de la relation commerciale.

Objectif 3.1 - Assurer la prospection

Cet objectif comprend la constitution de fichiers (recherche de documentation sur base de données), l'utilisation des techniques de prospection (téléphone, Internet, courrier, face à face...), l'élaboration et la mise en œuvre de plans de prospection.

Objectif 3.2 - Préparer sa visite

L'étudiant doit être notamment sensibilisé à :

- La gestion du stress ;
- La tenue vestimentaire ;
- Le lexique ;
- La prise de notes ;
- La méthodologie de préparation ;
- L'organisation.

On pourra attirer l'attention des étudiants sur la nécessité de prendre en compte la notion d'équilibre de vie.

Cet objectif vise à étudier les étapes suivantes :

- Appréhender le marché dans lequel se situe la vente (lien M53 et M55) ;
- Prendre en compte l'entreprise et son offre sur le marché ;

- Identifier son ou ses interlocuteurs ;
- Déterminer les objectifs de la visite ;
- Prendre rendez-vous (téléphone...) ;
- Se préparer mentalement et physiquement (lien M22).

Remarque : Lorsque le champ professionnel exige des relations commerciales internationales, une ouverture sur les différentes cultures, mentalités et pratiques commerciales internationales doit être abordée (lien avec M55 et M58).

Objectif 3.3 - Prendre contact

Cet objectif vise à mettre en évidence la nécessité de créer un climat de confiance.
Il faut faire comprendre l'importance des premiers instants dans la rencontre : verbal, non verbal, cadre, état d'esprit...

Objectif 3.4 - Découvrir les besoins

Cette étape est fondamentale dans la négociation vente.

Il faut utiliser les outils de communication verbaux (ex: questionnement) et les outils de communication non verbaux (ex: observation, écoute active, PNL, AT...).

Découvrir les motivations d'achat du client (SONCAS, 3 C...) aide à personnaliser les transactions.

Objectif 3.5 - Argumenter

Le processus d'argumentation répond aux besoins fondamentaux exprimés par le client.

Les techniques utilisées (C.A.P., démonstration, argumentation prix et offre commerciale...) doivent s'adapter au champ professionnel et aux différents clients.

Objectif 3.6 - Traiter des objections

Il est nécessaire d'identifier les diverses objections dans le but d'utiliser les attitudes et les techniques adaptées pour y répondre.

L'objection sur le prix sera particulièrement traitée.

Objectif 3.7.et 3.8 - Conclure et prendre congé

Il faut sensibiliser les technico commerciaux sur la prise d'initiative opportune à conclure, et sur le fait que toute négociation, même si elle n'aboutit pas à une vente, doit donner lieu à une conclusion.

L'établissement du bon de commande et de son suivi sont traités en lien avec le M 52 et le M 42.

Objectif 3.9 – Assurer le suivi de la relation

Cette étape importante pour la fidélisation s'appuie souvent sur différents outils :

- Analyse, bilan, proposition, fiche client, base de données (lien avec M42...).

Objectif 4. Conduire une négociation

L'utilisation de la vidéo est indispensable pour aider les apprenants à prendre conscience des points acquis et de ceux qui restent à améliorer.

Objectif 4.1 - Conduire une négociation vente

Il s'agit dans cette partie de proposer aux apprenants de conduire l'ensemble des étapes d'une situation de négociation.

Rappeler l'objectif de création durable de valeur dans la relation client (fidélisation, personnalisation de l'offre), prise en compte de l'éthique dans la vente.

Une attention toute particulière est à nouveau portée sur la recherche des besoins et leur reformulation.

Les jeux de rôles et de mises en situation en intégrant les spécificités des champs professionnels et des acteurs sont

privilégiés.

La notion de réponse à un appel d'offre peut être abordée.

Objectif 4.2 - Conduire une négociation achat

La notion de technique d'appel d'offre est abordée.

Dans la négociation achat, il y a un travail plus approfondi sur l'adéquation entre les besoins de l'acheteur et l'offre des fournisseurs (notion de cahier des charges, tableau comparatif sur tableur, logiciel de comparatif).

Les jeux de rôles et de mises en situation en intégrant les spécificités des champs professionnels et des acteurs sont privilégiés.

Objectif 4.3 - Conduire d'autres types de relations commerciales

Il est nécessaire de sensibiliser les étudiants aux diverses relations propices au développement de l'activité commerciale de l'entreprise (fidélisation, demande d'information, satisfaction de la clientèle...) qui ne débouchent pas forcément sur une vente à court terme.

Objectif 5. Prendre en compte la dimension juridique dans la relation commerciale

Cette notion de dimension juridique est à adapter au champ professionnel.

Objectif 5.1 - Les spécificités du droit commercial

Il s'agit de donner quelques points de repères aux futurs technico-commerciaux afin qu'ils saisissent les particularités du droit commercial.

Montrer les spécificités du droit des affaires, du droit où les usages prennent une place importante, des juridictions spécifiques avec des modes de régulation non juridictionnels tels les arbitrages, un droit à la recherche de pragmatisme...

Objectif 5.2 - Identifier les caractéristiques du contrat commercial

Cet objectif vise à aborder les différents contrats de vente et les contrats d'approvisionnement (les contrats types, les termes du contrat, les conditions générales de ventes...).

Identifier la réglementation liée aux litiges, et à la rupture des contrats.

Objectif 5.3 - Mettre en évidence les droits et les obligations du consommateur

Il est important de montrer la finalité de ce droit, qui est un droit de protection.

Repérer les principales pratiques commerciales illicites.

Identifier les règles juridiques en matière de conformité et de sécurité des biens et des services (en lien avec le champ professionnel).

Montrer que le recours aux tribunaux n'est pas le seul mode de résolution des conflits.

Objectif 6. Utiliser les logiciels appropriés au champ professionnel pour optimiser la relation commerciale.

Les logiciels utilisés peuvent être de source entreprise et / ou établissement en lien avec le M42, M51, M52, M53 et M55.

Ex: Les logiciels de traçabilité et les outils collaboratifs (le travail en réseau)...

Références documentaires ou bibliographiques pour ce module

Y.Lellouche, F.Piquet, *Les négociations acheteur / vendeur*, Dunod, 2003

C.Benoît, M. Vallet, *Le vendeur-partenaire*, PUG, 2007
R.Moulinier, *Dictionnaire de la vente*, Vuibert, 2005
R Y Darmon, *De la persuasion à la négociation commerciale*, Ems. 2010
R Bordenave, *La fonction vente : grandeur et servitude*, Ems. 2010

Guyon Y., *Droit des affaires*, Edition Economica, 2003
Calay-Auloy J., SteinmetzF., *Droit de la consommation*, Editions Dalloz, 2003

Memento pour différents champs du droit, Editions Francis Lefebvre, ouvrages actualisés chaque année

Sites Internet :

www.grouperf.com
www.minefi.gouv.fr