


I'm not robot  reCAPTCHA

I'm not robot!

Fiche e6 exemple

Fiche e6 ndrc exemple. Fiche e6 bts ndrc 2021 exemple. Fiche e6 animation de partenariat exemple. Fiche e6 exemple partenaire. Bts ndrc fiche e6 exemple. Fiche e6 bts ndrc 2020 exemple. Exemple fiche e6 distributeur. Fiche e6 animation de vente directe exemple. Etude reflexive fiche e6 exemple. Fiche e6 bts ndrc exemple distributeur. Fiche e6 exemple bts ndrc. Fiche e6 vente direct exemple. Fiche e6 bts ndrc partenaire exemple. Fiche e6 animation de distributeur exemple. Fiche e6 vdi exemple.

L'épreuve E6 est l'une des épreuves les plus importantes dans l'obtention de votre diplôme. Elle consiste à présenter, à l'aide d'un power point, le projet commercial que vous aurez mené durant votre stage au sein de votre entreprise. Préférez dire « projet commercial » que stage auprès de votre jury car ce terme est beaucoup plus professionnel. Lors de cette épreuve vous serez considéré non pas comme un étudiant qui présente son stage mais un commercial stagiaire qui représente son entreprise. Votre projet commercial doit représenter un besoin de l'entreprise. Pour combler ce besoin, votre objectif sera de réaliser différentes missions. Ces missions auront bien sur un impact sur le chiffre d'affaire de l'entreprise, il faudra le mettre en avant dans votre présentation. Préalablement, avec l'aide de vos professeurs, vous devrez élaborer un dossier présentant votre entreprise, vos missions et vos objectifs (réalisés ou non). Le but ici sera de retranscrire sommairement ce qui figurera dans votre PowerPoint (les grandes lignes). a) Gestion de votre temps.Le projet commercial en BTS NRC se déroule de cette façon :Présentation de votre entreprise (10 minutes)Présentation de vos missions commerciales (20 minutes)Questions/réponses avec le jury (30 minutes) b) Les supports autorisés le jour de l'oralDurant votre oral à l'épreuve E6, vous avez le droit d'utiliser :Des supports papiers (trame et dépliant de l'entreprise pour le jury)Un diaporama (Powerpoint avec votre projet commercial)Un chronomètre sur le bureau pour gérer votre tempsProjet commercialJe vous conseille d'utiliser comme exemple mon projet commercial car j'ai obtenu la note de 18/20 à mon épreuve E6 (relevé de notes disponible en haut).Comment est-ce que j'ai obtenu 18 à mon projet commercial ?Comme me l'a conseillé mon professeur de gestion de projet : 90% de la note est dans la préparation !PARTIE 1 : Présentation de l'entreprisePARTIE 2 : Présentation des missions commercialesPARTIE 3 : Questions/réponses avec les examinateursCliquez ici pour télécharger mon projet commercial en vidéo avec mon Powerpoint.Les supports pour l'épreuve E6 a) PowerpointCliquez ici pour télécharger mon powerpoint b) Fiches E6Avant que vous ne présentiez votre projet commercial pour l'épreuve E6, le jury verra vos fiches E6 afin de comprendre globalement votre projet. Les fiches E6 récapitulent l'activité de votre entreprise, vos missions et votre projet commercial.Ci-joint vous trouverez des exemples de fiches E6 ainsi que des fiches E6 vierges :Fiche E6 EXEMPLE . DOCXFiche E6 VIERGE . DOCFiche E6 VIERGE . DOCX7 conseils pour l'épreuve E6La veille de l'épreuve, réunissez toutes vos annexes (en deux exemplaires car le jury se compose de deux personnes) et vérifiez qu'aucune ne manque. Classez-les par ordre dans une pochette à rabat et rangez les dans votre sac pour le pas les oublier. Préférez donner les annexes une par une que faire un dossier complet donné au début car cela évitera que le jury feuillette toutes les pages durant votre présentation. Le jour j arrivez en avance, vous pourrez ainsi bien vous remettre en tête la trame de votre présentation. De plus, si un candidat est absent ou en retard, vous aurez l'opportunité de passer plus tôt !Évitez les animations à répétition sur votre Powerpoint pour éviter de donner le tournis à votre jury et le des laisser.Soyez dynamique et sûre de vous mais pas dans l'excès !Faites attention à votre langage, avez un vocabulaire professionnel et non un langage courant.N'en faites pas trop lorsque l'on vous demandera votre avis sur votre entreprise et votre projet commercial. Ne dites pas que celui-ci était « génial » et qu'il n'y a pas d'axes de progrès. Soyez honnête (mais pas trop non plus !), évoquez des axes « négatifs » à améliorer selon vous. Le jury pourra ainsi voir que vous vous êtes impliqué et que vous avez pris du recul sur votre expérience.Oral E6 : avant la présentation de votre projet commercialPour obtenir la note maximale à votre projet, je vous donne 7 conseils :Une semaine avant votre passage à l'oral, entraînez vous 1 fois par jourMettez un minimum de texte sur votre diaporama et un maximum d'image pour que ne lisiez pas le jour j (et aussi pour le jury)Habillez vous comme un commercial (costume pour les garçons, jupe et blazer pour les filles)Regardez votre jury et souriez de temps en tempsRegardez votre chrono pour éviter de perdre des points (si vous présenter votre entreprise en plus de 10 minutes, votre jury est dans la capacité de vous demander de passer à la deuxième partie)Faites plusieurs sauvegardes de votre diaporama par sécuritéVérifiez au moment de partir si vous avez votre carte d'identité et votre convocation Fiche : Exemple de fiche E6 partenaire. Recherche parmi 290 000+ dissertations Par sarahdja • 17 Mars 2021 • Fiche • 1 220 Mots (5 Pages) • 17 052 Vues Page 1 sur 5 BTS NDRC EPREUVE E6 – RELATION CLIENT ET ANIMATION DE RESEAUATTENTION A BIEN TENIR COMPTE DES COMPETENCES DE LA GRILLE D'EVALBTS NEGOCIATION ET DIGITALISATION DE LA RELATION CLIENTSession 2020FICHE DESCRIPTIVE D'ACTIVITES PROFESSIONNELLES E6 – RELATION CLIENT ET ANIMATION DE RESEAUXN° :1] Animation de réseau de distributeurs] Animation de réseau de vente directeTITRE : Trouver des partenaires à PromoActivité(s) réelle(s) vécue(s) : OUI NON Nom : DJAREDDIRPrénom : SarahN° Candidat : CADRE DE L'ACTIVITE RESEAU Nom de l'organisation PromoAdresse/Code postal/VilleCentre commercial Le ponterType de Structure Succursale Offre commerciale Promod est une marque Française de prêt à porter féminin. C'est une Entreprise familiale qui a près de 1000 magasins dans le monde. Cette entreprise est présente dans 44 pays. Cette entreprise propose donc une offre de vêtements, chaussures et accessoires pour femme.

BTS Négociation et Digitalisation de la Relation Client E6 – RELATION CLIENT ET ANIMATION DE RESEAU SESSION 2020	
NOM du Candidat : _____	Prénom du Candidat : _____
N° Candidat : _____	N° Commission : _____
Date : _____	
Étude réflexive réseau	
THÈME	LA FORMATION AU SEIN DES DIFFÉRENTS RÉSEAUX
PROBLÉMATIQUE	Dans quelle mesure, la formation peut-elle être un outil de performance pour les réseaux ?
DEVELOPPEMENT STRUCTURÉ (3 pages maximum – recto-verso)	
Dans mes trois expériences réseaux acquises de trois types de réseaux différents j'ai pu observer l'importance de la formation au sein des réseaux.	
Formation des VDI mais aussi des hôtes dans la vente directe.	
Formation des franchisés et au sein du réseau Fry Gym.	
Formation à l'animation chez différents distributeurs d'une marque (T).	
On peut donc se demander dans quelle mesure la formation peut-elle être un outil de performance pour les réseaux ?	
La formation semble essentielle dans la mesure où dans chaque réseau, on est dans la transmission d'un savoir-faire pour représenter une marque. La seule manière de transmettre ce savoir-faire réside donc dans la formation.	
La formation est donc bien un outil de la performance pour les réseaux à travers deux angles : la formation comme outil d'animation est la formation comme outil de stimulation.	
LA FORMATION COMME OUTIL D'ANIMATION	
L'animation de réseau est un ensemble de techniques et de compétences mises en œuvre afin d'organiser et faciliter le fonctionnement et l'interdépendance entre les membres du réseau ainsi que d'améliorer l'activité économique du réseau.	
La formation permet d'animer un réseau. C'est le cas notamment dans la franchise de salle de sport. Elle permet la transmission du savoir-faire et garante le bon respect du cahier des charges.	
La formation favorise l'accompagnement des franchisés et de leurs collaborateurs pour adopter les changements nécessaires par les clients d'aujourd'hui et de demain.	
Ces formations passent par un formateur réseau au moyen de plusieurs outils de formation.	
Ces outils de formation sont élaborés à l'avance en concertation avec le franchisé, l'ensemble de l'équipe dirigeante mais aussi les animateurs du réseau qui détiennent les informations qui sont propres à la réalité du terrain.	
J'ai eu la chance d'être apprenti au démarrage de la franchise de mon employeur et de suivre la formation du concept.	

Objectif du réseau Les acteurs du magasin PROMOD Le pontet sont: Les clientes La galerie Les clientesLes partenaires existants (Les associations => Ruban rose, Solfa, Reforest'action, Re fashion. Les collaborations => Muse and Marlow, Alexandra de Assuncao. Les partenariats entre magasins => Nocibé. Les influenceuses). La banque ANALYSE DE L'ACTIVITÉ RÉALISÉE AU SEIN DU RÉSEAU Périodes Début à fin du travail (en cours) + dates/référencement (JUILLET/AOUT) + animations (2 fois maxi en septembre) mises en placePrésentation du réseau (lié à distribution)Promod est une entreprise familiale qui contient près de 740 magasins. L'enseigne Promod intéressée davantage des femmes entre 30 et 55 ans. L'entreprise confectionne ses produits en Chine, Inde, Turquie et Maroc. Les vêtements sont ensuite envoyés dans des dépôts à Marj en Baroeul puis envoyés respectivement à chaque magasin en FranceL'entreprise effectuée donc sur un circuit long pour la vente de ses produits depuis son producteur jusqu'à son consommateur. En ce qui concerne les choix de référencement nous sommes avec les indications du siège. Les vitrines et mursaux sont choisis par le siège. L'entreprise propose des vêtements tendances et s'appuie beaucoup sur la mode et les tendances actuelles. Elle a d'ailleurs de nombreux concurrents directs tels que Camaïeu qui encore Primkiss. L'entreprise fonctionne avec une politique de prix d'alignement sur la concurrence. Cela signifie que l'entreprise fixe ses prix selon la concurrence et les prix que la concurrence fixe pour ses produits. Contexte J'ai utilisé mon lieu d'alternance pour faire cette fiche étant donné que, à l'occasion d'un événement commercial, ma responsable m'a donné la mission de trouver nos partenaires. Je devais donc trouver des partenaires de la galerie commerciale pour animer cette soirée cocktail, compléter notre offre et combler nos clients. Diagnostic du réseauForces: Renouvellement permanent des collections Relation client de qualitéForte identité de la marque Produits durables dans le temps Gestion du stock simplifiée (commandes hors stock) Produits accessibles Engagement environnemental, socialEt Faiblesses: Délocalisation de la fabrication des produits Opportunités: Succès de la vente en ligne L'émergence de la fast fashionPoursuites de collaborations avec d'autres marques et illustratrices Expansion de l'é-réseau et des commandes hors stockMenaces: Beaucoup de concurrents ont des produits très ressemblants Les clientes cherchent des produits de moins en moins chersLe prix des matières premières augmententBILAN: Le réseau de PROMOD fonctionne assez bien dans le sens ou nous avons été beaucoup de partenaires qui nous permettent dette engagés non seulement au niveau commercial mais également au niveau environnemental. Cela nous permet de toucher plus de clientes, de donner du sens à leurs achats plutôt que de simplement acheter des vêtements. Le problème peut être le fait que la production soit délocalisée, que les vêtements viennent d'assez loin et que les matières premières Animations) du réseauMême dans une entreprise de chaîne de magasins, nous avons beaucoup de possibilités liées à l'animation de réseau: Pour mobiliser le réseau: Envoi de newsletters assez fréquentFidéliser les clientes en leur proposant le compte client Pour développer le réseau:Entretenir les réseaux sociaux Maintenir une relation de confiance avec nos clientesOrganiser des événements commerciaux tels que les soirées cocktailsMéthodologies) d'animation (Démarche)Réflexion:Avant toute mise en place d'animations, le siège a réfléchi pour organiser quelque chose qui permettrait de rassembler les clientes selon nos valeurs Promod: la relation de confiance entre les vendeuses et les clientes. Comme animation le siège a donc choisi d'organiser dans plusieurs magasins Promod des « soirées cocktails privées » accessibles que pour nos clientes ayant le compte client pour les remercier de nous être fidèle. En même temps elles pourraient donc se retrouver dans le magasin pour passer un bon moment mais également profiter de conseils personnalisés. Préparation: Des invitations sous forme de newsletter sont préparées par le siège et envoyées à toutes les clientes qui ont le compte client. Nous élaborons ensuite une liste selon les clientes de notre zone qui pourraient potentiellement venir à cette soirée cocktail ou qui nous répondent directement présentes.

Studio Gire	
A. Définition de l'Unité de produit	
Projet	Élaborer une offre commerciale performante et différenciée, adaptée pour les clients
Contexte et portée	Le projet est porté par le studio Gire, une entreprise familiale de 5 salariés, spécialisée dans la communication et le marketing. Le projet est porté par le studio Gire, une entreprise familiale de 5 salariés, spécialisée dans la communication et le marketing.
Garantie de produits	Garantie de produits : 1 an de garantie sans frais de main-d'œuvre. Garantie de produits : 1 an de garantie sans frais de main-d'œuvre.
Matières premières	Matières premières : Papier, encre, colle, vernis, etc. Matière première : Papier, encre, colle, vernis, etc.
Principaux fournisseurs	Principaux fournisseurs : Papier, encre, colle, vernis, etc. Fournisseurs : Papier, encre, colle, vernis, etc.
Processus de fabrication	Processus de fabrication : Conception, fabrication, livraison. Processus de fabrication : Conception, fabrication, livraison.
Logistique	Logistique : Transport, stockage, distribution. Logistique : Transport, stockage, distribution.
Finances	Finances : Investissement, revenus, dépenses. Finances : Investissement, revenus, dépenses.
Impact social	Impact social : Création d'emplois, contribution à l'économie locale. Impact social : Création d'emplois, contribution à l'économie locale.
Impact environnemental	Impact environnemental : Utilisation de matériaux recyclés, réduction des déchets. Impact environnemental : Utilisation de matériaux recyclés, réduction des déchets.
Impact économique	Impact économique : Contribution à l'économie locale, création de valeur. Impact économique : Contribution à l'économie locale, création de valeur.

Je fus ensuite chargée de trouver des partenaires pour cette soirée dans le but de proposer une offre plus large pour nos clientes et d'animer cet événement commercial. Je me suis alors dirigée vers les chocolats de Neuville. Suite à une réponse positive, ils nous ont offert une quantité de chocolats à grignoter et des flyers de sorte à ce que les clientes puissent acheter leurs produits. Nous avons également pu profiter d'une composition florale du fleuriste de la galerie commerciale. Cette composition florale nous a permis « d'habiller » la soirée cocktail et nous avons également mis à disposition des flyers pour faire de la promotion au fleuriste. Préparation: Nous avons donc mis en place le buffet froid et les chocolats sur une table. Nous avons également posé la composition florale pour qu'elle soit bien visible et pour bien décorer le magasin. Par la suite chaque conseillère de mode s'est mise à son poste. Le mien était de tenir le buffet et de participer à la promotion des chocolats de Neuville et du fleuriste, les partenaires que j'avais trouvés pour cette soirée. RésultatsNous avons eu de bons résultats par rapport aux clientes qui ont été ravies de la réception.

E6 – Conduite et présentation de projets commerciaux		Fiche Projet N°2
Nom : Hachim	Prénom : Florian	
DESCRIPTION DU PROJET COMMERCIAL		
L'entreprise Studio Gire, située à St Desert, a été créée en 2006. C'est une SARL au capital de 5 000 euros qui propose ses services dans différents domaines, tels que : Le graphisme, l'événementiel, le web multimédia, le conseil dans la communication et l'audiovisuel. L'entreprise, qui compte 5 salariés, vend des produits et des services en one to one en direction des professionnels (B to B). Le produit phare de notre entreprise est la conception de sites Internet.		
Le besoin fondamental de la société Studio Gire est d'être valorisée sur Internet, à travers des photos, vidéos et informations.		
Ce besoin correspond à la problématique suivante : Comment se rendre visible sur Internet ?		
J'ai mis en place une mission afin de pouvoir répondre à cette problématique.		
Mission : Faire connaître mon entreprise à travers Internet		
Différentes actions ont été nécessaires à l'élaboration de cette mission :		
- Création d'une chaîne Youtube		
- Exploitation d'une base de données pour alimenter notre page Facebook		
- Suivis des résultats		
Compétences acquises :		
*Exploiter et partager l'information commerciale :		
C1.1 Pertinence du choix des méthodes relatives à la recherche et à la capture d'informations		
C1.2 Efficacité de l'utilisation des matériaux et des TIC mis à ma disposition		
C1.3 Production d'une information pertinente		
C1.4 Evaluation de l'information avec des critères objectifs		
C1.5 Mise à disposition effective et partage de l'information		
*Organiser, planifier et gérer l'activité commerciale :		
C2.1 Réalisation de simulations grâce aux outils d'aide à la décision		
C2.2 Compréhension du contexte et respect des contraintes		
C2.3 Choix adaptés des méthodes et outils à utiliser		
C2.4 Définition et mise en œuvre rationnelle des choix		
C2.5 Évaluation pertinente des actions entreprises		
C2.6 Gestion rationnelle du temps		
C2.7 Respect des engagements pris		
*Prendre des décisions commerciales :		
C4.1 Intégration de la problématique commerciale de l'entreprise		
C4.2 Définition de plans d'actions réalistes et argumentés		
C4.3 Anticipation et prise en compte des risques		
C4.4 Analyse critique et réactivité		
C4.5 Initiative et autonomie dans la prise de décisions		

Certaines clientes dont des prothésistes ongulaires et coiffeuses se sont proposées de participer à l'occasion d'une potentielle autre réception. Préconisations conseils, améliorations à apporter si c'était à refaire...conseils que je donne à l'entreprise : ATTENTION/ANIMATION DU RÉSEAU DE DISTRIBUTIONPour la suite je conseille à l'entreprise de faire davantage de partenariats avec les magasins de la galerie mais également avec nos clientes. En effet certaines exercent des professions qui pourraient nous être utiles pour une autre soirée cocktail. Mais nous avons aussi des clientes qui sont bien présentes sur les réseaux sociaux et nous pourrions leur proposer de devenir influenceuses pour

notre marque. Cela leur permettra de profiter de notre collection en échange d'une publicité pour notre marque. Les réseaux sociaux étant incontournables aujourd'hui pour la publicité des entreprises, cela nous permettra de toucher un plus large public.

ANNEXE VB-2 : grille d'aide à l'évaluation (recto et verso)

BTS Services Informatiques aux organisations Session 2013 E6 – Parcours de professionnalisation - Coefficient 3			
GRILLE D'AIDE A L'EVALUATION			
Épreuve ponctuelle	<input type="checkbox"/>	Contrôle en cours de formation	<input type="checkbox"/>
PARCOURS SISR	<input type="checkbox"/>	PARCOURS SLAM	<input type="checkbox"/>
NOM et prénom du candidat :	N° JURY A :		
N° candidat :	Date :		
Critères d'évaluation	Très satisfaisant	Satisfaisant	Bien
Entretien centre sur le parcours de professionnalisation			
Qualité de la présentation	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pertinence de l'analyse critique du parcours de professionnalisation	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Maîtrise des situations professionnelles rencontrées	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Degré de maîtrise des compétences évaluées relevant de la participation à un projet de l'accompagnement de la mise en place d'un nouveau service et de l'exploitation d'un service	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Note : /10			
Entretien sur les compétences relevant du processus de gestion du patrimoine informatique			
Pertinence/usage de la gestion des configurations	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Efficacité de l'organisation de la veille technologique au service de la construction des propositions	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Degré de maîtrise des compétences évaluées relevant du processus de gestion du patrimoine informatique	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Note : /10			
Pénalités			
Absence de situation(s) professionnelle(s) exigé(s) par le référentiel			
Pertinence de compétences nécessaires			

Liste de ressources et supportsSWOT Uniquement disponible sur LaDissertation.com Lire le document complet Enregistrer Bonjour à tous, nous allons maintenant voir l'Epreuve E6 du Bts Ndrc concernant l'animation réseaux. Tout d'abord nous allons voir une présentation de l'épreuve, quel est l'objectif ? Cette épreuve se déroule en CCF (Contrôle Continu de Formation) mais peut être également ponctuelle. Elle est coefficient 3. Quel est l'objectif de l'épreuve ? C'est d'apprécier la capacité du candidat à analyser un contexte commercial, réaliser un diagnostic d'un réseau, mettre en oeuvre des actions d'animation et analyser les résultats. Les compétences évaluées sont celles du Bloc 3 : Planifier et promouvoir l'offre chez des distributeurs Développer et piloter un réseau de partenaireCréer et animer un réseau de vente directe Comment se déroule les épreuves ? Il y a 2 situations : La première est la situation A : Réaliser un exposé et entretien relatifs à une expérience vécue réelle parmi les 3 fiches : Animation de réseaux de distributeursAnimation de réseaux de partenaires Animation de réseaux de vente directe Celle ci doit durer 10 minutes et il y aura ensuite environ 5 minutes d'entretien avec votre formateur et un professionnel (questions/réponses). La deuxième (situation B) consiste à expliquer votre exposé et un entretien en rapport aux autres expériences que vous avez vécues et également expliquez votre étude réflexive (elle durera 25 minutes maximum). Cette situation durera 20 minutes (exposé + entretien sur les fiches descriptives) et 5 minutes sur votre étude réflexive réseau et ensuite vous répondrez aux questions / réponses que l'on vous pose. Nous allons maintenant voir les objectifs de ces Fiches E6, le modèle vierge que vous pourrez télécharger à la fin de cet article et comment compléter la fiche d'activité. La fiche d'activité professionnelle est obligatoire pour la validation de votre diplôme. Elle permet également au jury de prendre connaissance des informations sur votre activité que vous présentez. La fiche permet aussi de structurer et préparer l'exposé. Et cette fiche peut être accompagnée d'annexes. Voici comment compléter ces fiches E6 : Tout d'abord, nous allons compléter le type de réseau (cocher une des trois cases). Ensuite, il faut indiquer si l'activité a été réellement vécue (stage ou activité professionnelle), sinon elle peut avoir été observé (lors d'une séance de TD, d'une atelier professionnel ou encore d'un témoignage). Vous allez maintenant remplir le cadre de l'activité réseau (type de structure, l'offre commerciale et les acteurs du réseau).Passons désormais à l'analyse de l'activité réalisée au sein du réseau. Il faut remplir les périodes de la réalisation de l'activité, la présentation du réseau, le contexte et le diagnostic (forces et faiblesses, opportunités, menaces) (SWOT). Passons au verso d'une de ces fiches : Vous allez parler de l'animation du réseau, les méthodologies utilisées (méthodes et outils), les résultats (commerciaux, offre et action commerciale), préconisations (améliorations) et pour finir la liste de vos ressources et de vos supports (annexes). Passons désormais à l'étude réflexive. L'objectif de celle ci est de développer une réflexion structurée, argumentée, illustrée et en réinvestissant vos activités menées sur les trois activités réseaux du pôle 3. Concernant le déroulement, cette étude se fait sur un thème choisis par vous-même, c'est vous qui choisissez une problématique. Vous allez répondre à cette problématique à travers un plan structuré sur une page recto verso Maximum (c'est interdit d'en faire plus sinon vous serez sanctionnés). Vous reprendrez les trois activités réseaux présentées (donc les trois fiches que vous avez faites auparavant), vous pourrez aussi enrichir votre développement par une dimension juridique, économique et managériale (en clair, vous reprendrez des éléments de vos cours de C.E.J.M).

BTS Négociation et Digitalisation de la Relation Client E6 – RELATION CLIENT ET ANIMATION DE RESEAUX SESSION 2021

NOM du Candidat : ROTSAERT Prénom du Candidat : Emmanuel
N° Candidat : N° Commission :
Date : 7/04/2021

Etude réflexive réseau	
THEME	La motivation au sein des réseaux
PROBLEMATIQUE	En quoi la motivation des employés permet-elle d'animer des réseaux ?
DEVELOPPEMENT STRUCTURE (2 pages maximum – Recto Verso)	
Introduction : Pour impliquer les collaborateurs, il convient de bien comprendre les facteurs de motivation afin d'activer les bons leviers et utiliser des outils pertinents pour motiver. Il existe deux facteurs de motivations : la motivation intrinsèque et extrinsèque. La motivation intrinsèque vient de l'individu même, elle est donc « interne » et se situe à un niveau d'incitations internes pour travailler à un résultat. La motivation extrinsèque repose sur des incitations externes pour réaliser une action (reconnaissance, challenges, compliments, rémunération, concours, valorisation...). Une distinction est faite entre le renforcement positif, c'est-à-dire les récompenses, et le renforcement négatif, c'est-à-dire les punitions. Ces renforcements conduisent effectivement à une action motivée qui dépend de la perception que la personne concernée a de ces stimuli. Dans ce contexte, nous étudions en quoi la motivation des employés permet de dynamiser l'animation des réseaux. Dans un premier temps, nous verrons qu'une motivation saine et positive favorise les acteurs d'un réseau. Dans un second temps, nous remarquerons que la motivation des acteurs permet d'augmenter les ventes. Pour terminer, nous soulèverons qu'il existe néanmoins des limites aux outils utilisés.	
1. Une motivation saine et positive permet de favoriser les acteurs d'un réseau Une motivation saine et positive passe par la communication, la confiance et la responsabilisation. Elle est prioritaire quand au bien-être des acteurs d'un réseau puisqu'il est essentiel à l'harmonisation des relations et de la fidélisation. La motivation saine c'est le fait de récompenser au lieu de punir, d'encourager au lieu de rabaisser... Le plus grand fléau auquel doit se confronter une entreprise est le turn-over (rotation en français). Cela-ci est due à des mauvaises conditions de travail, un mauvais climat social, au stress et à la mauvaise gestion des ressources humaines. En effet, d'après une étude réalisée par Kelly service en 2013 auprès de 33 000 salariés, la majorité affirme que leur démission est due à un manque de motivation (la même que à une mauvaise ambiance de travail), à un manque de reconnaissance ou à un stress causé par une pression de la part de leur supérieur hiérarchique. Le turn-over entraîne une perte de productivité et d'importantes conséquences économiques. Lorsque le turn-over est trop important, cela peut dégrader l'image du réseau et donc engendrer une perte de client. Le manager a donc tout intérêt à agir de la motivation saine afin d'harmoniser les relations au sein de son réseau afin d'éviter quelque soit le stress, ou stress dans le but d'éviter le turn-over et donc de favoriser les acteurs du réseau. Toujours d'après l'étude de Kelly service, les principaux critères de fidélisation des salariés sont les suivants : le bien-être des salariés, l'équilibre entre la vie professionnelle et privée, une réelle perspective d'évolution dans l'entreprise, le	
Page 1 sur 2	

Je vous enverrai par email un exemple d'étude réflexive pour que ce soit plus clair pour vous. Concernant les critères d'évaluation de cette épreuve : Être extrêmement rigoureux dans le suivi et dans l'application des accords de référencementUtilisation pertinente des techniques d'implantation et de valorisation des produitsLe repérage des opportunités de référencementLa qualité du diagnostic (rayon, réseau, prospection)La pertinence des propositions pour développer la marque ou le produitPertinence de la sélection de partenairesL'efficacité et la rentabilité des actions de dynamisation du réseauLe développement du fichier des conseillersLe professionnalisme et l'efficacité commerciale lors des ventes en réunionLa pertinence et l'efficacité des actions de recrutement et de formationLa cohérence de l'animation réseau avec les orientations commercialesLe respect de la réglementation et de l'éthique Je vous enverrai également par email la grille d'évaluation. La grille est divisée en 7 compétences et 12 critères d'évaluation. Le jury choisira une des quatre cases suivantes : Très insuffisantInsuffisant SatisfaisantTrès satisfaisant Le jour de l'examen, vous devrez apporter : La fiche (recto/verso) d'animation de réseau de distributeursLa fiche (recto/verso) d'animation de réseau de partenairesLa fiche (recto/verso) d'animation de réseau de vente directeVotre étude réflexiveVos attestations de stage ou votre contrat d'apprentissageVos annexes pour prouver vos dires Pour conclure, l'épreuve E6 se divise en deux parties, la première consistera à expliquer une de vos 3 fiches d'activité que vous choisirez (qui doit être réel et vécu au sein d'un réseau) pendant 10 minutes, pendant 5 minutes, on vous posera quelques questions. Pour la deuxième partie, pendant 20 minutes, vous présenterez vos deux autres fiches, on vous posera des questions également et pendant 5 minutes vous allez présenter votre étude réflexive et la commission vous posera quelques questions. Et vous aurez terminé ! J'espère avoir été clair et vous avoir expliqué en détail comment allait se dérouler l'épreuve E6 pour ne pas avoir de mauvaise surprise le jour de l'examen. Pour ma part j'ai obtenu 17/20 à mon épreuve E6. Maintenant que je suis à même de le faire et pour vous faciliter la tâche et ne pas y passer des mois et des mois à réaliser ce travail comme moi je l'ai fait, je vous propose de commander Mes trois Fiches E6 et Mon Etude réflexive. Vous aurez simplement à modifier les cases pour votre cas et votre entreprise. Voici le lien pour les commander : En attendant, je vous offre 100% gratuitement sur la page d'accueil, en renseignant votre adresse e-mail, la fiche E6 vierge, les critères d'évaluation, 10 fiches de révision et encore beaucoup d'autres choses... Excellente réussite à tous, c'était Igor et on se retrouve de l'autre côté pour les plus motivés !