

Proposition pédagogique n°1
Contexte professionnel « métiers de la vente »
Compétence ciblée : PRENDRE CONTACT

SITUATION PROFESSIONNELLE

CHANGEONS DE VIE
CHANGEONS L'AUTOMOBILE



Vous êtes en période de formation en milieu professionnel (PFMP) au sein de la concession Renault de Courbevoie en qualité de commercial. Votre tuteur, M. Longeard, directeur de la concession, vous confie la prise en charge de l'accueil des clients et des prospects. Différents outils sont à votre disposition pour entrer en contact avec la clientèle.

MISSION 1 - Découvrir la relation client via les différents modes de prise de contact.

*Dans un premier temps, votre tuteur vous propose de consulter la sitographie suivante :
Site Renault Courbevoie : <https://www.renault.fr/concessionnaire.courbevoie.html>*

Activité 1 - Identifier les services et les outils de la prise de contact

1. Lister les services en ligne qui permettent de contacter la concession :

Réserver un essai, obtenir un devis en ligne, contactez-nous, Chattez avec nous, connectez-vous à my Renault, réserver un rendez-vous atelier, télécharger une e-brochure.

Votre tuteur vous soumet différentes situations, pour lesquelles il vous demande de proposer le service adapté aux besoins et aux attentes de chaque client.

2. Compléter le tableau.

Annexe 1 à compléter

Annexe 1 – La proposition du service en ligne adapté aux besoins et aux attentes du client.

Situation	Service en ligne
M. Cano veut faire la révision de sa lio.	réserver un rendez-vous atelier
Mme Sana souhaite une estimation de reprise de sa Twingo.	obtenir un devis en ligne
Mme Dubois souhaite faire une réclamation sur le changement des freins de son véhicule.	contactez-nous
M. Soignon souhaite des informations instantanées sur la nouvelle Mégane.	télécharger une e-brochure, chattez avec nous
Mme Blovi veut essayer le nouveau Renault Espace.	Réserver un essai
M.Poulu doit réactualiser le GPS de son Koleos.	Connectez-vous à my Renault

3. Identifier les différents outils digitaux dont dispose le commercial pour établir le contact avec le client.

(Téléphone), Smartphone, le site internet, les médias sociaux (RS, FB, Twitter tchat), applications numériques Renault, emailing.

4. Repérer le point commun entre tous ces canaux de contact.

À distance, digitaux (numériques).

Activité 2 - Mettre en œuvre des modes digitaux de prise de contact

M. Lebon, client depuis 2017, propriétaire d'une Mégane IV Intense contacte la concession afin d'obtenir des informations sur la nouvelle Mégane.

6. Identifier le canal de contact utilisé par M. Lebon pour obtenir les informations souhaitées. (document 1)

Le chat

7. Relever les propositions formulées par l'opératrice destinées à renseigner Monsieur Lebon et à aller au-delà de cette prise de contact.

Consultation de la brochure, proposition d'une reprise, proposition d'un « bonus commercial », proposition d'un rendez-vous essai.

DOCUMENT 1 : Le CHAT avec l'opératrice

Visiteur 19:01

bonjour

Opérateur - Virginie 19:01

Bonjour, bienvenue à vous

Visiteur 19:03

je souhaite avoir des informations sur le nouveau modele Megane IV

Opérateur - Virginie 19:04

Très bien. Je vous invite à suivre ce lien brochure (ouvrir sous internet explorer). Vous pourrez y retrouver intégralement le véhicule :
<https://www.renault.fr/contact/demande-e-brochure.html?CONTEXT=F6chat-iadvize>

Visiteur 19:04

Est-il possible de faire une reprise?

Opérateur - Virginie 19:04

Vous pourrez y retrouver ses équipements, options, dimensions, teintes, informations motorisations etc....

Opérateur - Virginie 19:04

Oui bien sûr, une reprise est possible

Visiteur 19:05

Quelles sont les modalités?

Opérateur - Virginie 19:06

Il n'y a pas vraiment de modalités pour une reprise. C'est le commercial qui estime si cela est possible après avoir vu le véhicule

Visiteur 19:06

je vous remercie ! je vais consulter la brochure

Opérateur - Virginie 19:08

Excusez-moi, ma page était bloquée

Opérateur - Virginie

19:08

Je vous en prie ? Et je vous disais donc que le commercial vous ferait une offre de reprise

Opérateur - Virginie

19:08

je vais vous envoyer également un lien promotionnel qui va vous intéresser ?

Opérateur - Virginie

19:09

Vous pouvez bénéficier d'un bonus de 4000€ sur la reprise de votre véhicule pour l'achat d'une Mégane au choix: <https://www.renault.fr/promotions-vehicules-particuliers.html>

Visiteur

19:10

merci ! bonne soirée!

Opérateur - Virginie

19:11

Je vous en prie. Bonne soirée à vous également ?

Opérateur - Virginie

19:11

Vous allez dans quelques instants avoir la possibilité de donner votre avis sur la qualité de notre échange, n'hésitez pas à laisser un commentaire

Opérateur - Virginie

19:11

Pour réserver votre essai véhicule, rendez-vous sur: <https://www.renault.fr/contact/reserver-un-essai-rdv.html?CONTEXT=F6chat-iadvize>

Fin de la discussion. Vous pouvez retrouver l'historique de votre discussion à tout moment.

Suite à cette prise de contact, M. Lebon contacte la concession pour se renseigner sur la Mégane IV. M. Longeard l'informe qu'une présentation de la nouvelle Mégane IV est organisée dans le showroom de la concession le 15 septembre 2018.

8. Confirmer le rendez-vous par sms, 2 jours avant, en vous aidant des conseils dispensés dans le document 2.

Annexe 2 à compléter

Mémento/Mots clé : Un showroom est un lieu d'exposition, et éventuellement de vente, destiné à la mise en valeur exclusive des produits d'un fabricant. Ce lieu d'exposition peut être considéré comme privilégié car il est généralement d'un design particulièrement soigné pour mettre en valeur la gamme de produits et l'image du fabricant.

Source : <https://www.definitions-marketing.com/definition/showroom/>

DOCUMENT 2 - Comment rédiger un SMS commercial ?

1. Ciblez les destinataires de la campagne SMS

Sachez personnaliser votre envoi de SMS, car avec ce type de message, vous entrez dans l'intimité des consommateurs. Votre SMS doit être différent en fonction du destinataire de la campagne. Si votre but est de fidéliser vos clients, utilisez les SMS lowcost pour maintenir un lien durable avec eux sans augmenter les frais généraux de votre société. Si vous avez une visée plus promotionnelle, attirez les prospects par une accroche efficace et un texte concis.

2. SMS pro : soyez concis et identifiable En effet un SMS est un message "court" (comme son nom l'indique "Short Message Service"), pouvant contenir au *maximum 160 caractères* (espaces et mention "STOP" compris). Mettez en avant votre marque si elle est facilement identifiable ou à défaut, votre secteur d'activité.

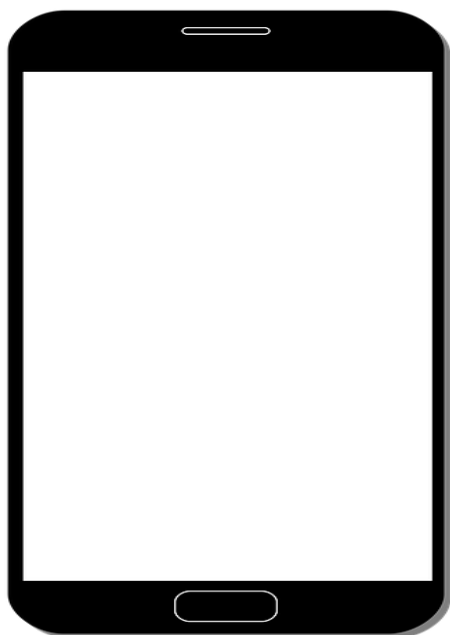
Un texte concis, en 160 caractères, avec une accroche, une offre, un lien et un Stop. Votre accroche en 3-4 mots doit immédiatement situer votre propos (« *Envie d'une pizza ?* », « *Nouvelle coupe pour les fêtes ?* ») ou alors elle doit interpeller le destinataire (« *Une solution parfaite* », « *Un weekend de rêve* »...). Elle doit être suivie de l'intérêt spécifique de l'offre (« *2 pizzas commandées = livraison offerte* », « *20 % chez votre coiffeur sur présentation de ce SMS* »). Faites le lien avec vos coordonnées de contact pour être plus direct (Tél, site...). Sans oublier la mention « Stop SMS », pour compléter votre SMS low-cost légal, car vous devez faire mention d'un moyen gratuit et direct pour le prospect de sortir de vos campagnes SMS. Exemple : STOP au 36***.

3. Programmez le moment de l'envoi du SMS

Le moment d'envoi de votre SMS professionnel est capital. Vous devez penser à ne pas déranger le destinataire sous peine d'être sanctionné par un « STOP » immédiat. Évitez la nuit et le saut du lit (avant le café matinal) ou les dimanches. Privilégiez les moments plutôt sociaux de la journée comme les créneaux horaires 12h-13h ou 17h-19h. La personne recevant le SMS a plus de chance d'être réceptive et de donner suite, voire d'en parler à son entourage. **Grâce à un logiciel d'envoi SMS**, vous pourrez programmer l'heure d'envoi sans avoir à vous en soucier.

Source : <https://blog.digitaleo.fr/comment-rediger-sms-commercial>

Annexe 2 : Le SMS rédigé à destination de M. Lebon



Bonjour Monsieur Lebon,
Votre concession Renault
Courbevoie vous invite le
samedi 15 septembre 2018 à
partir de 10H dans notre
showroom situé 8 bd
Clémenceau 92400 Courbevoie
pour essayer la nouvelle
Mégane IV
Bien cordialement,

Votre tuteur souhaite que vous confirmiez le rendez-vous auprès de Monsieur Lebon par téléphone la veille du rendez-vous au showroom. Pour cela, prenez connaissance des éléments ci-après.

9. Préparer votre fiche d'appel téléphonique afin d'assurer une prise de contact efficace.

Annexe 3 à compléter

Annexe 3 : La fiche de préparation de l'appel téléphonique.

Fiche de préparation d'appel téléphonique

Date de la prise de contact : 14 septembre 2018

Nom de la personne à contacter : M. LEBON

Véhicule : MEGANE 3

Téléphone : 06.54.45.34.56

Trame de l'appel :

« Bonjour Monsieur »

« Je suis ... de la concession Renault de Courbevoie. »

« Vous êtes bien Monsieur Lebon? »

« Je vous téléphone pour vous rappeler que nous vous convions le 15 septembre au showroom afin d'essayer la Mégane IV à partir de 10H. »

« Je vous remercie de votre écoute, M. Lebon. Je vous attends le 15 septembre dans notre concession. Bonne journée »

10. Identifier les étapes de votre appel. Utiliser pour cela des verbes d'action. Vous présentez ainsi votre mode opératoire.

Annexe 4 à compléter

Annexe 4 : Les étapes de l'appel téléphonique identifiées.

Mode opératoire appel téléphonique

1. Saluer
2. Se présenter
3. Identifier votre interlocuteur
4. Expliquer la raison de l'appel
5. Conclure l'entretien en reformulant si besoin, remercier l'interlocuteur et saluer.

Vous venez d'être chargé de la réalisation de plusieurs missions. Pour vous organiser, vous les avez programmées dans votre agenda électronique. Aidez-vous des activités précédentes pour les récapituler.

Missions à faire figurer dans l'agenda :

- Confirmation par SMS (13 septembre)
- Appel de validation du Showroom de M. Lebon (jeudi 14 septembre)
- Showroom (15 septembre à 10H)

11. Renseigner votre agenda électronique.

ANNEXE 5 : L'agenda électronique renseigné

sept.	11 Mardi	12 Mercredi	13 Jeudi	14 Vendredi	15 Samedi
08:00					
09:00					
10:00					
11:00					
12:00					
13:00					
14:00					
15:00					
16:00					
17:00					
18:00					
19:00					

MISSION 2 - Etablir un contact positif et instaurer un climat de confiance (en situation physique, en face à face)

M. Lebon arrive dans votre concession. Dans l'objectif de créer un climat favorable et propice à la relation client en face à face, vous devez l'accueillir en respectant des règles de communication professionnelle. Sensibilisé à son rôle de tuteur et soucieux en particulier de contribuer à votre formation, M. Lebon vous explique qu'il existe deux types de communication : verbale (expression orale, vocabulaire professionnel) et non verbale (ou paralangage, le langage du corps).

1. Rappeler l'élément déclencheur de la prise de contact initiée par M. Lebon.

M. Lebon souhaite des informations sur la nouvelle Mégane IV et se déplace dans la concession pour un essai gratuit.

Activité 1 - Mettre en œuvre la communication professionnelle et préparer l'environnement professionnel

Document 4 : Le Langage corporel, 10 erreurs à éviter.



1 -Indiquer à quel élément du langage corporel correspond chaque erreur.

Annexe 5 à compléter

Annexe 5 : Les éléments du langage corporel identifiés

Éléments du langage corporel (communication non verbale)	Erreurs
Posture	2, 5, 6, 7
Gestuelle	4, 7, 9, 10
Expression du visage	8, 3
Regard	1

1. Identifier les éléments de communication verbale qui permettent un accueil professionnel du client. (support audio : liens 1 et 2).

LIEN 1



LIEN 2



- Salutations, formule d'accueil
- Personnalisation du contact (si personne identifiée)
- Écoute active
- Voix agréable, rythme et articulation corrects

À partir de la vidéo you tube (l'accueil en concession automobile), <https://www.youtube.com/watch?v=Vy6zwgrhAZY>, votre tuteur vous demande de répondre aux questions suivantes.

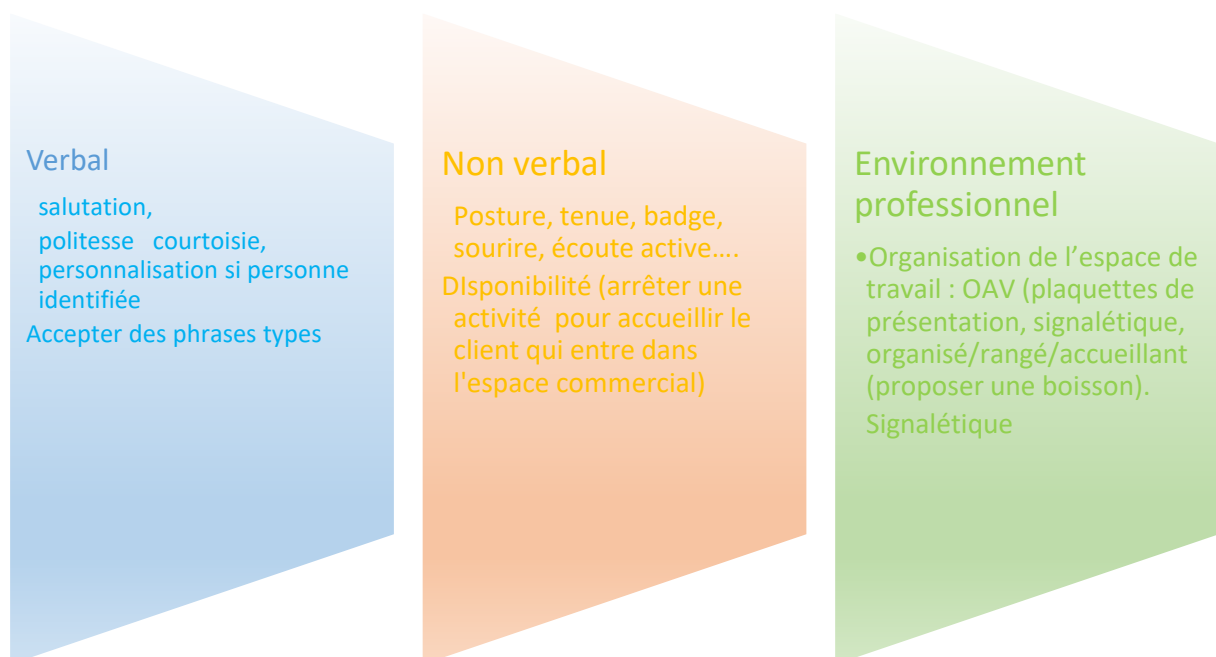
4.1. Indiquer le canal d'entrée en contact qui est utilisé.

En face à face

4.2 Repérer les éléments qui contribuent à créer un accueil professionnel.

Annexe 6 à compléter

Annexe 6 : Les éléments de la communication verbale et non verbale ainsi que ceux de l'environnement professionnel qui contribuent à créer un accueil professionnel



4.3 Repérer les principaux éléments de la vidéo qui favorisent un climat favorable dans le showroom.

L'accueil de la vendeuse avec le sourire, sa disponibilité, elle lui offre un café. Elle semble à l'écoute. L'espace est propre, rangé, attractif. L'accueil c'est la manière de recevoir et de se comporter avec la clientèle. C'est la création d'une atmosphère dans laquelle le client se sent attendu et désiré.

4.3 Indiquer, selon vous, les enjeux de l'accueil chez Renault

Les enjeux sont la satisfaction et la fidélisation.

Un client satisfait d'un accueil professionnel dans un cadre convivial et agréable sera conquis et susceptible de revenir acheter. La pérennité de l'entreprise dépend de cette première relation privilégiée.

Afin de rendre la démarche d'accueil plus efficace, votre tuteur, M. Longeard, vous demande d'élaborer un protocole d'accueil des clients se présentant dans la concession.).

3. Réaliser un protocole d'accueil client, en prenant en compte les éléments au niveau du langage non-verbal, verbal et de l'organisation de l'environnement professionnel.

Annexe 7 à compléter

Annexe 7 : Le protocole d'accueil élaboré

PROTOCOLE D'ACCUEIL

L'espace de travail :

Espace de travail accueillant, rangé et équipé des éléments de présentation commerciale

La communication non verbale :

Sourire naturel, regard franc, tenue correcte, posture adaptée, gestuelle appropriée, distance de communication respectée.

La communication verbale :

« Bonjour Monsieur, Madame, »

« Bienvenue Chez Renault Courbevoie, en quoi puis-je vous aider ? »

« Très bien Monsieur ..., vous avez donc rdv avec M.... pour »

« Je vous laisse patienter quelques secondes le temps de prévenir M.... de votre venue. «

« Souhaitez-vous un café ? »

MISSION 3 - Adapter son comportement professionnel en fonction de la clientèle et du mode de contact.

M. Longeard vous sensibilise à l'éventualité d'accueillir des clients « difficiles ». Vous devez maîtriser votre communication verbale et non verbale, quel que soit le type de client qui est face à vous.

1. En trinôme (un vendeur, un client, un observateur qui évaluera la simulation à partir de la grille d'observation), simuler, en jeu de rôle, la prise de contact avec trois types de clients qui se présentent sur le showroom : un client timide, un client revêche/impoli, un client agressif.

2. Faire un compte rendu écrit en trinôme (points positifs, points à améliorer en fonction de l'observation : ce que j'ai fait, ce que je n'ai pas fait...) à partir de la proposition de la grille d'observation sur la messagerie de la classe.

Annexe 8 - Proposition (à construire en groupe) d'une grille d'observation de la prise de contact avec client

Comportement	oui	non
Non verbal		
Tenue soignée		
Posture correcte		
Gestuelle adaptée		
Regard franc		
Sourire naturel		
Respect des distances de communication		
Comportement		
Verbal		
Formule d'accueil, salutations		
Ton aimable		
Voix agréable, rythme et articulation corrects		
Adapte son comportement à celui du client		
Fait preuve d'écoute		
Environnement de travail		
Espace confortable et accueillant		
Signalétique mise en place		
Bureau du commercial rangé et équipé		