

---

**BTS NDRC**

---

**ÉPREUVE E4**

**RELATION CLIENT ET NÉGOCIATION-VENTE**

# E4 - CARACTÉRISTIQUES

## Pôle 1 « Relation Client et Négociation-Vente »

- ▶ **4 Compétences à évaluer :**
  - ▶ Cibler et prospecter la clientèle
  - ▶ Négocier et accompagner la relation client
  - ▶ Organiser et animer un événement commercial
  - ▶ Exploiter et mutualiser l'information commerciale
- ▶ **Coefficient : 5**
- ▶ **Dossier support de l'épreuve (dossier du candidat) :**
  - ▶ **2 fiches descriptives d'activités réelles, vécues ou observées**
    - ▶ Négociation-Vente et Accompagnement de la Relation-Client
    - ▶ Organisation et Animation d'un événement commercial
  - ▶ **Attestations de présence ou certificats de travail**

# E4 — LES FICHES

BTS NÉGOCIATION ET DIGITALISATION DE LA RELATION CLIENT SESSION 2020 FICHE DESCRIPTIVE D'ACTIVITÉ PROFESSIONNELLE E4 — RELATION CLIENT ET NÉGOCIATION VENTE		
N° :	<input type="radio"/> Négociation Vente et Accompagnement de la Relation Client	<input type="radio"/> Organisation et Animation d'un Evènement commercial
TITRE :		
Nom :	Prénom :	N° Candidat :
CADRE DE L'ACTIVITÉ		
Nom de l'organisation		
Adresse/Code postal/Ville		
Type de Structure		
Offre commerciale <sup>1</sup>		
Type(s) de client(s)		
Méthodes de Vente		
ANALYSE DE L'ACTIVITÉ		
Date(s) :	Lieu de l'activité :	
Historique/Problématique de l'activité		
Acteurs concernés (Statuts/Rôles/Motivations )		
Objectifs opérationnels		
DEROULEMENT DE L'ACTIVITÉ		
Phases		Outils mobilisés
Résultats		
Difficultés rencontrées		

Recto

- Cadre de l'activité
- Analyse de l'activité
- Déroulement de l'activité

=>Eléments sur lesquels les jurys  
s'appuient pour les PM et le jeu jury

**1** Annexe à joindre à la fiche (1 page recto verso)=> non obligatoire mais très utile pour des PM proche du contexte initial

CIBLAGE ET PROSPECTION		
Démarche		
Objectifs fixés		
Activités réalisées	Outils mobilisés	
Résultats obtenus		
Bilan réflexif		
Atouts et des points d'appui	Solutions mises en œuvre	Propositions d'amélioration
EXPLOITATION ET MUTUALISATION DE L'INFORMATION COMMERCIALE		
Informations sur le marché, les clients, le secteur, etc.		
Objectifs fixés		
Démarche de veille		
Sources utilisées	Outils mobilisés	
Contribution à l'expertise commerciale de l'organisation		

# E4 — LES FICHES

Verso

- Ciblage et Prospection
- Exploitation et mutualisation de l'information commerciale-

2 compétences évaluées sur les 2 années de formation en CCF (situation A) ou en phase 1 et 3 de l'épreuve ponctuelle

# E4 — LES FICHES

Le verso doit être directement connecté avec le recto.

La forme : 1 feuille A4 recto verso.

## **PAS DE MODÉLISATION :**

- La fiche est un outil pour faire réfléchir l'étudiant.
- Ce n'est pas un objet de contrainte et d'évaluation.

**MAIS** « Pour décrire ces activités professionnelles, le candidat renseigne impérativement chaque rubrique ». Cf page 8 circulaire

# L'épreuve E4 en CCF

# E4 — CCF LA COMMISSION D'ÉVALUATION

- Elle comprend **a minima le ou les professeurs en charge du bloc 1.**
- Elle **peut être élargie** autant que de besoin :
  - **aux professionnels impliqués** dans la formation du candidat,
  - **aux enseignants** intervenant dans les **ateliers de professionnalisation.**
- Pour le CCF2 , il faut au minimum 1 membre dans la commission

# E4 — CCF LE DOSSIER CANDIDAT

- Le **dossier support de l'épreuve** : Fiches + attestations de stage (Annexe V-1 Circulaire)
- La grille d'évaluation renseignée : **Fiche sujet candidat** (Annexe V-2 Circulaire)
- La fiche d'évaluation : **Fiche sujet jury** (Annexe V-3 Circulaire)
- La **grille d'aide à l'évaluation** (Annexe V-4 Circulaire)
- La **fiche d'évaluation** (Annexe V-5 Circulaire)
- Tout autre document pertinent** pour l'évaluation utilisé par la commission (bilans périodiques, CR évaluations en entreprise...)

# E4 — CCF 2 SITUATIONS D'ÉVALUATION

Phase 1 et 3

L'évaluation

○ Cibler et prospecter la clientèle				
CRITERES d'EVALUATION et COMPETENCES				
	TI	I	S	TS
1 - Analyser un portefeuille client <i>(pertinence de l'analyse du portefeuille clients, pertinence de l'analyse du portefeuille clients)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2 - Identifier des cibles de clientèle <i>(cohérence entre ciblage et démarche de prospection)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3- Mettre en œuvre et évaluer une démarche de prospection <i>(efficacité des choix opérés)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4- Développer des réseaux professionnels <i>(activation pertinente des réseaux professionnels)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

○ Négocier et accompagner la relation-client					○ Organiser et animer un évènement commercial				
CRITERES d'EVALUATION et COMPETENCES					CRITERES d'EVALUATION et COMPETENCES				
	TI	I	S	TS		TI	I	S	TS
1 – Négocier et vendre une solution adaptée au client <i>(maîtrise de la relation interpersonnelle, efficacité de la négociation commerciale, pertinence de la solution proposée)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1 – Organiser un évènement commercial <i>(pertinence du choix d'un évènement commercial, efficacité de l'organisation au regard des contraintes logistiques, financières, commerciales)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2 –Créer et maintenir une relation client durable <i>(personnalisation de la relation client, qualité du diagnostic et de l'accompagnement client, respect des engagements, évolutivité et enrichissement de la relation client)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2 – Animer un évènement commercial <i>(qualité et efficacité de l'animation)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
					3 – Exploiter un évènement commercial <i>(précision du bilan quantitatif et qualitatif de l'évènement commercial, rigueur dans le suivi des contacts et des opportunités d'affaires)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

○ Exploiter et mutualiser l'information commerciale				
CRITERES d'EVALUATION et COMPETENCES				
	TI	I	S	TS
1 – Remonter, valoriser et partager l'information commerciale <i>(pertinence et qualité des informations collectées, sélection et hiérarchisation de l'information diffusée)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2 – Collaborer à l'interne en vue de développer l'expertise commerciale <i>(qualité des analyses commerciales et des propositions)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

TI : Très Insuffisant / I : Insuffisant / S : Satisfaisant / TS : Très satisfaisant

Porte sur un ensemble d'activités et les 2 fiches du dossier

Nécessité de laisser des traces (dossier par candidat avec des éléments permettant d'évaluer)

La présence de l'étudiant/candidat n'est pas exigée (mais il doit être informé que ce TD, oral, diapo est pris en compte pour son évaluation)

# E4 — CCF 2 SITUATIONS D'ÉVALUATION

## Situation B

Simulation – 20 minutes

À un moment précis de la formation (convocation)  
 Porte sur une des 2 activités du dossier (activité choisie par la commission)

*Remarque : aucun quota pour le choix de la fiche entre NV et EC.*

**Avant** : Fiche sujet élaborée par la commission et remise au candidat suffisamment tôt (48 h/ 72H avant)

**Pendant** : Simulation avec 1 ou 2 membres de la commission d'interrogation

**Pendant et/ou Après** : Échanges avec le candidat sur les réponses apportées

○ Cibler et prospecter la clientèle				
CRITERES d'EVALUATION et COMPETENCES				
	TI	I	S	TS
1 - Analyser un portefeuille client <i>(pertinence de l'analyse du portefeuille clients, pertinence de l'analyse du portefeuille clients)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2 - Identifier des cibles de clientèle <i>(cohérence entre ciblage et démarche de prospection)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3 - Mettre en œuvre et évaluer une démarche de prospection <i>(efficacité des choix opérés)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4 - Développer des réseaux professionnels <i>(activation pertinente des réseaux professionnels)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

○ Négocier et accompagner la relation-client					○ Organiser et animer un événement commercial				
CRITERES d'EVALUATION et COMPETENCES					CRITERES d'EVALUATION et COMPETENCES				
	TI	I	S	TS		TI	I	S	TS
1 – Négocier et vendre une solution adaptée au client <i>(maîtrise de la relation interpersonnelle, efficacité de la négociation commerciale, pertinence de la solution proposée)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1 – Organiser un événement commercial <i>(pertinence du choix d'un événement commercial, efficacité de l'organisation au regard des contraintes logistiques, financières, commerciales)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2 – Créer et maintenir une relation client durable <i>(personnalisation de la relation client, qualité du diagnostic et de l'accompagnement client, respect des engagements, évolutivité et enrichissement de la relation client)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2 – Animer un événement commercial <i>(qualité et efficacité de l'animation)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
					3 – Exploiter un événement commercial <i>(précision du bilan quantitatif et qualitatif de l'événement commercial, rigueur dans le suivi des contacts et des opportunités)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

○ Exploiter et mutualiser l'information commerciale				
CRITERES d'EVALUATION et COMPETENCES				
	TI	I	S	TS
1 – Remonter, valoriser et partager l'information commerciale <i>(pertinence et qualité des informations collectées, sélection et hiérarchisation de l'information diffusée)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2 – Collaborer à l'interne en vue de développer l'expertise commerciale <i>(qualité des analyses commerciales et des propositions)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

TI : Très Insuffisant / I : Insuffisant / S : Satisfaisant / TS : Très satisfaisant

# E4 — CCF

# 2 SITUATIONS D'ÉVALUATION

BTS NÉGOCIATION ET DIGITALISATION DE LA RELATION CLIENT

SESSION 2020

E4 — RELATION CLIENT ET NEGOCIATION VENTE

Capture rectangulaire  
FICHE SUJET - CANDIDAT

- Négociation Vente et Accompagnement de la Relation Client
- Organisation et Animation d'un Évènement commercial

Situation B Simulation

## La fiche sujet – candidat

(Annexe V-2 Circulaire nationale)

« Les changements apportés doivent modifier de manière significative l'activité originale tout en lui conservant un caractère réaliste, sans pour autant aboutir à une activité totalement nouvelle au sein de laquelle le candidat n'aurait plus aucun repère. » page 9 de la circulaire.

PARAMÈTRES À PRENDRE EN COMPTE PAR LE CANDIDAT POUR LA SIMULATION

Objet de l'activité	
Date(s) et durée	
Lieu	
Délimitation de Séquence(s)	
Historique de la relation Relation à l'entreprise Objectif → Définir à quel moment de cette relation vous intervenez et le travail que vous devez encore fournir (convaincre, fidéliser, etc.).	
Objectifs de la communication	
Informations à exploiter	
Contrainte(s)	
Acteur(s) concernés (statut/rôle)	VOUS :  JURY :

# E4 — La fiche sujet – candidat

Modification des paramètres à prendre en compte PAR LE CANDIDAT pour la simulation	
Objet de l'activité	Animation commerciale pour les produits Bio de marque CARREFOUR
Date(s) et durée	1 mois après votre animation dans le rayon jouets, sur 1 journée
Lieu	Dans le bureau du chef de rayon BIO Carrefour
Délimitation de Séquence(s)	De la prise de contact à ...
Historique de la relation Relation à l'entreprise	Lors du bilan avec votre tuteur de votre animation Rayon Jouets décrite dans la fiche (chef de rayon Jouets) la mise en place d'une animation pour promouvoir les produits Bio de marque Carrefour a été décidée. Vous avez été nommé responsable de l'organisation de cet événement. Vous rencontrez aujourd'hui le chef du rayon BIO CARREFOUR pour préparer avec lui cet événement.
Objectifs de la communication	Fixer les objectifs, choisir les produits à mettre en avant, définir la ou les animations, planifier l'organisation de cet événement (Avant et pendant l'événement).
Informations à exploiter	Vous ne disposez d'aucun budget pour cet événement.
Contrainte(s)	Vous ne disposez que de 20 minutes
Acteur(s) concernés (statut/rôle)	Vous : responsable de l'organisation de l'animation commerciale Le chef du rayon des produits BIO de marque CARREFOUR

## E4- LES PARAMÈTRES MODIFIÉS

Pour la fiche E4 EC, si le candidat n'était pas à l'origine de la « Création et animation de l'événement » mais simple acteur/ participant; les PM le placeront en position de proposer/ négocier l'EC auprès de sa hiérarchie, d'un prestataire OU de réaliser un entretien/ une réunion bilan de EC.

# CCF — DATES CLEFS

- Documents à remonter avant le 9 juin 2020

<b>Saisie des notes sur Lotanet (notes finales)</b>	<b>Avant le 9 juin 2020</b>	<b>Sur le site internet du SIEC</b> <a href="https://ocean.siec.education.fr/lotanet">https://ocean.siec.education.fr/lotanet</a>
<b>Remontée du tableau Excel de suivi statistiques des notes</b>		Envoi par mail à : <a href="mailto:linda.mecisseha@siec.education.fr">linda.mecisseha@siec.education.fr</a>
<b>Transmission des bordereaux Lotanet et des grilles individuelles nominatives</b>		Envoi au SIEC par courrier à l'adresse : SIEC BTS NDRC – Mme Mecisseha 7 rue Ernest Renan 94749 ARCUEIL CEDEX

L'épreuve E4 sous forme  
ponctuelle

# L'ÉPREUVE E4 – FORME PONCTUELLE

Phase 1 20'	Ciblage et prospection de la clientèle	Exposé	10'	<b><u>Activité originale (situation initiale)</u></b> présentation des démarches de ciblage et prospection, outils, résultats bilan réflexif
		Entretien	10'	
Phase 2 20'	Simulation		20'	1 ou 2 membres de la commission « joue(nt) » le rôle d'acteur impliqué dans la situation simulée. Entretien possible avec le candidat sur les réponses apportées afin de procéder à une analyse réflexive de la simulation
Phase 3 20'	Exploitation et mutualisation de l'information commerciale	Présentation	10'	Démarches, travaux, outils et résultats mobilisant compétences d'exploitation et de mutualisation de l'info commerciale dans <b><u>les 2 activités (fiches)</u></b>
		Entretien	10'	

# E4 — FORME PONCTUELLE

Épreuve orale **d'1 heure au maximum** précédée d'un temps de préparation en **loge de 40 minutes**

**Avant l'interrogation :**

- établir une fiche sujet candidat (Annexe V-2 Circulaire)
- établir une fiche sujet jury (Annexe V-3 Circulaire)

**Loge :** 40 minutes Cf page 9 Circulaire ( dossier + outils et ressources numériques utilisés dans situation réelle dont il s'est muni)

**Entretien et simulation avec la commission d'interrogation :**

1 heure au maximum en 3 phases successives

# E4 — FORME PONCTUELLE

- Composition de la commission d'interrogation : 2 membres

- 1 professeur en charge du bloc 1 et 1 professionnel

- (A défaut de professionnel, celui-ci est remplacé par un professeur chargé des enseignements professionnels en BTS NDRC)*

*RQ : « Pour les épreuves ponctuelles terminales, un examinateur enseignant ou professionnel ne peut en aucun cas interroger ses propres étudiants ou stagiaires » Cf page 4 circulaire*

- Évaluation :

- Le dossier support n'est pas évalué

- Grilles d'évaluation à renseigner : annexes V-4 et V-5

# E4 FORME PONCTUELLE — LE DOSSIER CANDIDAT

- **Dépôt dossier E4** session 2020 : lundi 30 mars en double exemplaires au SIEC ( un remis au candidat en loge et un pour les jurys) .

- Contrôle de conformité début avril => NV si non conforme

- Le **dossier support de l'épreuve** : 2 Fiches + attestation présence ou contrat de travail  
-(Annexe V-1 Circulaire)

- La grille d'évaluation renseignée : **Fiche sujet candidat** (Annexe V-2 Circulaire)

- La fiche d'évaluation : **Fiche sujet jury** (Annexe V-3 Circulaire)

- La **grille d'aide à l'évaluation** (Annexe V-4 Circulaire)

- La **fiche d'évaluation** (Annexe V-5 Circulaire)

\* [Voir le guide E4 sur le site de la Maison des examens](#)

# Phase 1 et 3

# E4 — ÉVALUATION PONCTUELLE

- La **phase 1 de l'évaluation** porte sur l'activité sélectionnée par la commission alors que **la phase 3** porte sur un ensemble d'activités et les 2 fiches du dossier

- Nécessité mais non obligation de support/ visuel/ documents...permettant au candidat d'expliquer /analyser avec des éléments à évaluer).

Rq : « Ils doivent se munir des ressources (équipements mobiles ou nomades, logiciels, applications, ressources numériques) et des supports nécessaires au déroulement de l'épreuve, notamment ceux qui sont référencés dans les fiches descriptives d'activités du dossier support d'épreuve » p 9 circulaire

Cibler et prospecter la clientèle				
CRITERES d'EVALUATION et COMPETENCES	TI	I	S	TS
1 - Analyser un portefeuille client <i>(pertinence de l'analyse du portefeuille clients, pertinence de l'analyse du portefeuille clients)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2 - Identifier des cibles de clientèle <i>(cohérence entre ciblage et démarche de prospection)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3- Mettre en œuvre et évaluer une démarche de prospection <i>(efficacité des choix opérés)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4- Développer des réseaux professionnels <i>(activation pertinente des réseaux professionnels)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Négocier et accompagner la relation-client					Organiser et animer un événement commercial				
CRITERES d'EVALUATION et COMPETENCES	TI	I	S	TS	CRITERES d'EVALUATION et COMPETENCES	TI	I	S	TS
1 – Négocier et vendre une solution adaptée au client <i>(maîtrise de la relation interpersonnelle, efficacité de la négociation commerciale, pertinence de la solution proposée)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1 – Organiser un événement commercial <i>(pertinence du choix d'un événement commercial, efficacité de l'organisation au regard des contraintes logistiques, financières, commerciales)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2 – Créer et maintenir une relation client durable <i>(personnalisation de la relation client, qualité du diagnostic et de l'accompagnement client, respect des engagements, évolutivité et enrichissement de la relation client)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2 – Animer un événement commercial <i>(qualité et efficacité de l'animation)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
					3 – Exploiter un événement commercial <i>(précision du bilan quantitatif et qualitatif de l'événement commercial, rigueur dans le suivi des contacts et des opportunités d'affaires)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Exploiter et mutualiser l'information commerciale				
CRITERES d'EVALUATION et COMPETENCES	TI	I	S	TS
1 – Remonter, valoriser et partager l'information commerciale <i>(pertinence et qualité des informations collectées, sélection et hiérarchisation de l'information diffusée)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2 – Collaborer à l'interne en vue de développer l'expertise commerciale <i>(qualité des analyses commerciales et des propositions)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

TI : Très Insuffisant / I : Insuffisant / S : Satisfaisant / TS : Très satisfaisant

# E4 — ÉVALUATION PONCTUELLE

## Phase 2

Simulation – 20 minutes

Porte sur une des 2 activités du dossier  
(activité choisie par la commission)

**Avant** : Fiche sujet élaborée par la commission  
et remise au candidat en loge

**Pendant** : Simulation avec 1 ou 2 membres  
de la commission d'interrogation

**Pendant et/ou Après** : Échanges avec le  
candidat sur les réponses apportées

○ Cibler et prospecter la clientèle				
CRITERES d'EVALUATION et COMPETENCES	TI	I	S	TS
1 - Analyser un portefeuille client <i>(pertinence de l'analyse du portefeuille clients, pertinence de l'analyse du portefeuille clients)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2 - Identifier des cibles de clientèle <i>(cohérence entre ciblage et démarche de prospection)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3- Mettre en œuvre et évaluer une démarche de prospection <i>(efficacité des choix opérés)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4- Développer des réseaux professionnels <i>(activation pertinente des réseaux professionnels)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

○ Négocier et accompagner la relation-client					○ Organiser et animer un événement commercial				
CRITERES d'EVALUATION et COMPETENCES	TI	I	S	TS	CRITERES d'EVALUATION et COMPETENCES	TI	I	S	TS
1 – Négocier et vendre une solution adaptée au client <i>(maîtrise de la relation interpersonnelle, efficacité de la négociation commerciale, pertinence de la solution proposée)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1 – Organiser un événement commercial <i>(pertinence du choix d'un événement commercial, efficacité de l'organisation au regard des contraintes logistiques, financières, commerciales)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2 – Créer et maintenir une relation client durable <i>(personnalisation de la relation client, qualité du diagnostic et de l'accompagnement client, respect des engagements, évolutivité et enrichissement de la relation client)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2 – Animer un événement commercial <i>(qualité et efficacité de l'animation)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
					3 – Exploiter un événement commercial <i>(précision du bilan quantitatif et qualitatif de l'événement commercial, rigueur dans le suivi des contacts et des opportunités)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

○ Exploiter et mutualiser l'information commerciale				
CRITERES d'EVALUATION et COMPETENCES	TI	I	S	TS
1 – Remonter, valoriser et partager l'information commerciale <i>(pertinence et qualité des informations collectées, sélection et hiérarchisation de l'information diffusée)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2 – Collaborer à l'interne en vue de développer l'expertise commerciale <i>(qualité des analyses commerciales et des propositions)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

TI : Très Insuffisant / I : Insuffisant / S : Satisfaisant / TS : Très satisfaisant

# E4 — ÉVALUATION PONCTUELLE

BTS NÉGOCIATION ET DIGITALISATION DE LA RELATION CLIENT  
SESSION 2020  
E4 — RELATION CLIENT ET NEGOCIATION VENTE  
Capture rectangulaire  
FICHE SUJET - CANDIDAT

- Négociation Vente et Accompagnement de la Relation Client
- Organisation et Animation d'un Évènement commercial

Phase 2 Simulation

## PARAMÈTRES À PRENDRE EN COMPTE PAR LE CANDIDAT POUR LA SIMULATION

Objet de l'activité	
Date(s) et durée	
Lieu	
Délimitation de Séquence(s)	
Historique de la relation Relation à l'entreprise Objectif → Définir à quel moment de cette relation vous intervenez et le travail que vous devez encore fournir (convaincre, fidéliser, etc.).	
Objectifs de la communication	
Informations à exploiter	
Contrainte(s)	
Acteur(s) concernés (statut/rôle)	VOUS : JURY :

La fiche sujet – candidat

(Annexe V-2 Circulaire nationale)

# E4 SOUS FORME PONCTUELLE SESSION 2020 DU 18 AU 29 MAI ( 8 JOURS )

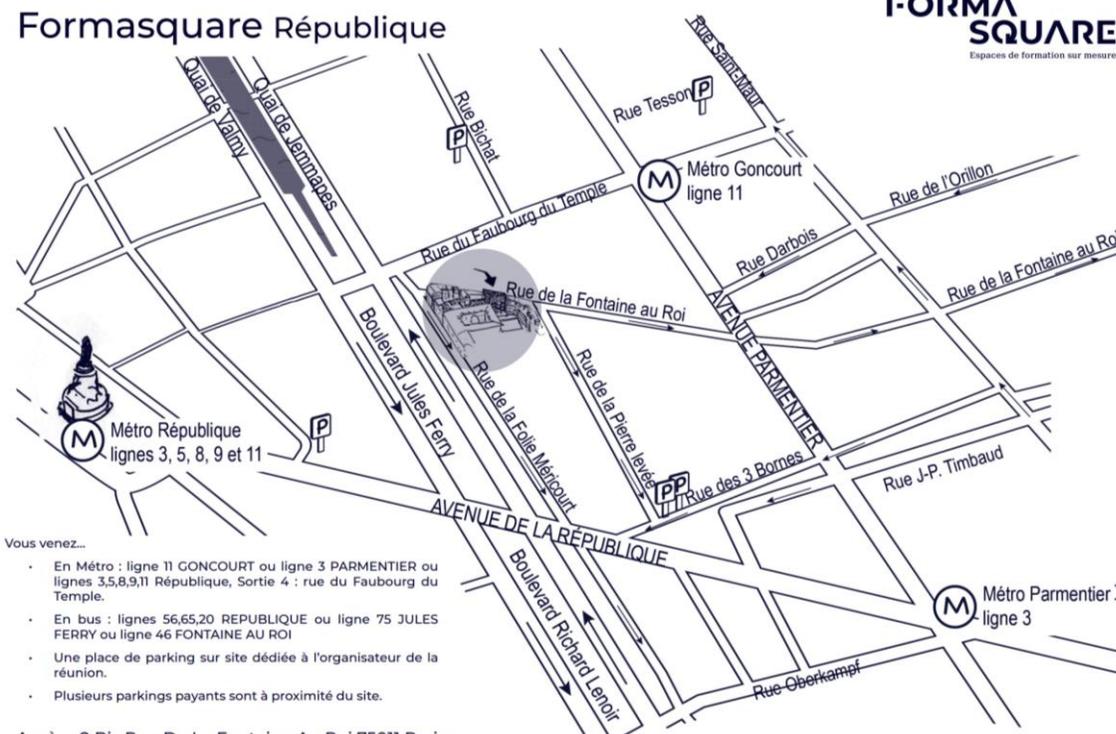
FORMASQUARE  
REPUBLIQUE

8 Bis Rue de la Fontaine  
au Roi

75011 Paris.

Formasquare République

**FORMA  
SQUARE**  
Espaces de formation sur mesure



Accès : 8 Bis Rue De La Fontaine Au Roi 75011 Paris

**EVALUATION en CCF et sous  
forme PONCTUELLE**

# E4 — ZOOM SUR LA GRILLE

○ Cibler et prospector la clientèle				
CRITÈRES D'ÉVALUATION et COMPÉTENCES	TI	I	S	TS
1 - Analyser un portefeuille client <i>(Pertinence de l'analyse du portefeuille clients, qualification pertinente des prospects)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2 - Identifier des cibles de clientèle <i>(Cohérence entre ciblage et démarche de prospection)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3 - Mettre en œuvre et évaluer une démarche de prospection <i>(Efficacité des choix opérés)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4 - Développer des réseaux professionnels <i>(Activation pertinente des réseaux professionnels)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

○ Négocier et accompagner la relation-client				
CRITÈRES D'ÉVALUATION et COMPÉTENCES	TI	I	S	TS
1 – Négocier et vendre une solution adaptée au client <i>(Maîtrise de la relation interpersonnelle, efficacité de la négociation commerciale, pertinence de la solution proposée)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2 – Créer et maintenir une relation client durable <i>(Personnalisation de la relation client, qualité du diagnostic et de l'accompagnement client, respect des engagements, évolutivité et enrichissement de la relation client)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

○ Exploiter et mutualiser l'information commerciale				
CRITÈRES D'ÉVALUATION et COMPÉTENCES	TI	I	S	TS
1 – Remonter, valoriser et partager l'information commerciale <i>(Pertinence et qualité des informations collectées, sélection et hiérarchisation de l'information diffusée)</i>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2 – Collaborer à l'interne en vue de développer l'expertise commerciale <i>(Qualité des analyses commerciales et des propositions)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

○ Cibler et prospector la clientèle				
CRITÈRES D'ÉVALUATION et COMPÉTENCES	TI	I	S	TS
1 - Analyser un portefeuille client <i>(Pertinence de l'analyse du portefeuille clients, qualification pertinente des prospects)</i>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2 - Identifier des cibles de clientèle <i>(Cohérence entre ciblage et démarche de prospection)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3 - Mettre en œuvre et évaluer une démarche de prospection <i>(Efficacité des choix opérés)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4 - Développer des réseaux professionnels <i>(Activation pertinente des réseaux professionnels)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

○ Organiser et animer un événement commercial				
CRITÈRES D'ÉVALUATION et COMPÉTENCES	TI	I	S	TS
1 – Organiser un événement commercial <i>(Pertinence du choix de l'événement commercial, efficacité de l'organisation au regard des contraintes logistiques, financières, commerciales)</i>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2 – Animer un événement commercial <i>(Qualité et efficacité de l'animation)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3 – Exploiter un événement commercial <i>(Précision du bilan quantitatif et qualitatif de l'événement commercial, rigueur dans le suivi des contacts et des opportunités d'affaires)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

○ Exploiter et mutualiser l'information commerciale				
CRITÈRES D'ÉVALUATION et COMPÉTENCES	TI	I	S	TS
1 – Remonter, valoriser et partager l'information commerciale <i>(Pertinence et qualité des informations collectées, sélection et hiérarchisation de l'information diffusée)</i>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2 – Collaborer à l'interne en vue de développer l'expertise commerciale <i>(Qualité des analyses commerciales et des propositions)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

# E4 — ZOOM SUR LA GRILLE

Il s'agit d'un **grille d'aide** à l'évaluation par profil de compétences sans point attribué pour les situations A ou B ( en CCF) ou une des 3 phases ( en forme ponctuelle). **Une seule note sur 20.**

A titre d'exemple : si l'ensemble des compétences sont satisfaisantes et très satisfaisantes, la note se situe à 14 et plus; si entre Insuffisantes et satisfaisantes , la note se situe entre 8 et 12 et si entre Insuffisantes et très insuffisantes , la note est < à 8.

**La fiche d'évaluation** ( verso de la grille d'aide ) justifie la note en fonction des compétences évaluées.

## ANNEXE V-5

BTS Négociation et Digitalisation de la Relation Client  
E4 – RELATION CLIENT ET NEGOCIATION VENTE  
Durée 1 heure - Coefficient 5

FICHE D'ÉVALUATION - SESSION 2020

NOM du CANDIDAT : .....

Prénom du candidat : .....

N° Candidat : .....

N° COMMISSION : .....

Date : .....

FICHE D'ACTIVITE N° : .....

TITRE : .....

Note /20

Appréciation globale de la commission

Nom et signature des membres de la commission :

-  
-

Ce document d'évaluation peut être communiqué au candidat, à sa demande, après délibération du jury.