



SUPPORT D'INFORMATION POUR LES TUTEURS **BANQUES et AUTRES SERVICES** – BTS MANAGEMENT  
COMMERCIAL OPERATIONNEL

LISTE (NON EXHAUSTIVE) DES ACTIVITES PROFESSIONNELLES – EPREUVES E41 et E42

<b>E41 : Développement de la relation client et vente conseil</b>	<p><i>FAP :</i></p> <ol style="list-style-type: none"><li>1- Questionnaire de Satisfaction/Importance</li><li>2- Informer et conseiller la clientèle au plot en fonction des informations de la fiche clients → propositions de RV avec un conseiller</li><li>3- Equipement des « associations » (Assurances, moyens de paiement...)</li><li>4- Performances à l'accueil et études statistiques des opérations les plus courantes à l'accueil avec identification des opérations qui génèrent du PNB)</li><li>5- Prospection téléphonique et prises de RV pour des services (PEL, IARD, Obsèques, ...)</li><li>6- Prospection/Vente de services ou de RV commerciaux à l'accueil (cartes, abonnements, e-relevés ...) avec rebond commercial</li><li>7- Evaluation de la perception client sur la digitalisation des agences</li><li>8- Journées « dépendance », « étudiants », « sociétaires », « iard », ....</li></ol>
<b>E42 : Animer et dynamiser l'offre commerciale</b>	<p><i>FAP :</i></p> <ol style="list-style-type: none"><li>9- Proposition de mise en place d'un espace commercial attractif au niveau des particuliers, ou des entreprises ou des agriculteurs</li><li>10-Evaluation des facteurs d'ambiance (par questionnaire)</li><li>11-Evaluation des performances de l'affichage en agence (affichage, dépliants, conditions générales) → Vu, Intérêt, Demande de RV)</li><li>12-Analyse GAB / Accueil → Identifications des raisons et importance relative des flux</li><li>13-Mise en avant des associations partenaires de l'agence</li><li>14-Analyse des flux à l'accueil (alcove, salle d'attente, bureau conseiller...)</li><li>15-Dynamiser l'offre de produits et de services par ALV et pro-activité au plot (rachat crédit, IARD, assurances scolaires...)</li><li>16-Mise en avant de services de banque à distance (appli, internet, ...) directement sur le smartphone du client + démonstration</li><li>17-Mise en avant « e-relevé » + incitation à souscrire au service</li><li>18-Evaluation des indicateurs de performance de l'agence</li><li>19-Analyse des agendas (pro-activité) sur RV subis et RV Pro-actifs</li><li>20-Enquête miroir</li><li>21-Organiser une réunion de présentation de résultats</li><li>22-Etude de la concurrence</li><li>23- NPAI</li><li>24-Zone de chalandise en IRIS et perspectives d'évolution</li><li>25- Analyse des clients « hors agence »</li><li>26-Mise en place de TB « canadien » avec indicateurs de performance chaînés</li></ol>

(1) FAP : Fiche activité professionnelle

(2) L'étudiant doit réaliser au moins 8 FAP en 2 ans couvrant l'ensemble des domaines de compétences

Alain Moroni, responsable des stages BTS MUC Lycée Antoine Bourdelle, 82000 MONTAUBAN