

**EPREUVE E42 : ANIMATION ET DYNAMISATION DE L'OFFRE** : Selon la position de vos croix, et afin de mieux justifier le profil du candidat, il faut veiller à être le plus précis possible dans les commentaires qui doivent correspondre aux critères d'évaluation du référentiel (Annexe 12) et reprendre le vocabulaire de la grille nationale (Annexe 13). Nous vous proposons donc des commentaires types pour argumenter vos profils :

<b>Compétence ELABORER ET ADAPTER EN CONTINU L'OFFRE DE PRODUITS ET DE SERVICES</b>	
<b>Votre candidat se situe dans un degré de maîtrise : (cf. grille nationale)</b>	<b>Commentaire proposé :</b>
<b>Excellente maîtrise :</b>	Le candidat a su parfaitement analyser la demande et l'offre de son UC et du marché en utilisant des outils appropriés et pertinents (infos INSEE, concurrence, enquête au sein de l'UC, zone de chalandise, profil type client...) afin de pouvoir construire et proposer une offre en adéquation avec les caractéristiques locales et la politique commerciale de l'enseigne tout en anticipant les contraintes et en étant force de proposition.
<b>Bonne maîtrise :</b>	Le candidat a su choisir les outils adaptés pour analyser la demande et l'offre de son uc et de son marché. Ainsi il a pu mobiliser l'information recherché afin de proposer une offre en adéquation avec les caractéristiques locales et la politique commerciale de son enseigne, en intégrant les contraintes identifiées.
<b>Maîtrise partielle</b>	Le candidat a mobilisé quelques outils pour analyser la demande et l'offre de son uc mais qui reste incomplète. Les informations recherchées ne lui permettent pas de faire des propositions d'offres cohérentes ou/en adéquation avec les caractéristiques locales et la politique commerciale de son enseigne. Seules quelques contraintes ont été soulignées.
<b>Non maîtrisé</b>	Le candidat n'utilise pas les outils/ OU ne maîtrise pas les outils permettant d'analyser la demande et l'offre de son uc. Aucune information n'est utilisée pour élaborer une offre pertinente et adaptée aux caractéristiques locales et la politique commerciale de son enseigne. Aucune contrainte n'est identifiée.
<b>Non évaluable</b>	La compétence n'a pas été mise en œuvre par le candidat qui n'a pas analysé l'offre et la demande de son UC ou énoncé quelque proposition d'offre cohérente de son enseigne.
<b>Compétence ORGANISER L'ESPACE COMMERCIAL</b>	
<b>Excellente maîtrise</b>	Le candidat a su organiser l'espace commercial physique et virtuel en utilisant des techniques de merchandising, et signalétique afin de le rendre opérationnel et attractif (linéaires approvisionnés, travail facilité, confort d'achat client). Il a proposé des outils pour garantir la disponibilité de l'offre tout en respectant la réglementation et préconisation de l'enseigne. Le candidat a été force de proposition dans son unité commerciale.
<b>Bonne maîtrise</b>	Le candidat a choisi des techniques adaptées afin de faciliter le parcours d'achat de client (linéaire approvisionné, signalétique...) et le travail du personnel. Il a proposé des outils pour garantir la disponibilité de l'offre tout en respectant la réglementation et préconisation de l'enseigne. Le candidat sait argumenter ses propositions.
<b>Maîtrise partielle</b>	Le candidat a mis en place quelques techniques permettant de faciliter les achats des clients et l'agencement de l'espace commercial. Cependant il ne prend pas en compte/ou partiellement la réglementation et préconisation de l'enseigne ou contraintes de celle-ci.
<b>Non maîtrisé</b>	Le candidat ne met en place aucune/très peu de techniques de merchandising permettant de faciliter les achats des clients et l'agencement de l'espace commercial. (ou ne les maîtrise pas). Il ne formule aucune proposition concernant les principes d'agencement prenant en compte la réglementation et préconisation de l'enseigne ou contraintes de celle-ci.
<b>Non évaluable</b>	Le candidat ne peut être évalué sur cette compétence car celle-ci n'a pas été mise en œuvre, ni argumentée de quelque manière ou aucun outil n'ont été proposés.
<b>Compétence DEVELOPPER LES PERFORMANCES DE L'ESPACE COMMERCIAL</b>	
<b>Excellente maîtrise</b>	Le candidat a su organiser l'espace commercial physique et virtuel en utilisant des techniques de merchandising, et signalétique afin de le rendre opérationnel et attractif (linéaires approvisionnés, travail facilité, confort d'achat client). Il a proposé des outils pour garantir la disponibilité de l'offre tout en respectant la réglementation et préconisation de l'enseigne. Le candidat a été force de proposition dans son unité commerciale et a fait adhérer la clientèle en proposant des animations ou opérations promotionnelles cohérentes avec le contexte et la politique commerciale de l'enseigne
<b>Bonne maîtrise</b>	Le candidat a choisi des techniques adaptées afin de faciliter le parcours d'achat de client (linéaire approvisionné, signalétique...) et le travail du personnel. Il a proposé des outils pour garantir la disponibilité de l'offre tout en respectant la réglementation et

**EPREUVE E42 : ANIMATION ET DYNAMISATION DE L'OFFRE** : Selon la position de vos croix, et afin de mieux justifier le profil du candidat, il faut veiller à être le plus précis possible dans les commentaires qui doivent correspondre aux critères d'évaluation du référentiel (Annexe 12) et reprendre le vocabulaire de la grille nationale (Annexe 13). Nous vous proposons donc des commentaires types pour argumenter vos profils :

	préconisation de l'enseigne. Le candidat a su élaborer ou proposer une/des animation(s) ou offre(s) promotionnelle(s) en adéquation avec la politique commerciale de l'enseigne.
<b>Maîtrise partielle</b>	Le candidat a mis en place quelques techniques permettant de faciliter les achats des clients et l'agencement de l'espace commercial mais n'argumente pas. Il ne prend pas en compte/ou partiellement la réglementation et préconisation de l'enseigne ou contraintes de celle-ci ; il a formulé quelques propositions d'animations (ou offres) promotionnelles mais qui restent incomplètes ou non justifiées par rapport à la politique commerciale de l'enseigne ou à ses préconisations.
<b>Non maîtrisé</b>	Le candidat ne met en place aucune/très peu de techniques de merchandising permettant de faciliter les achats des clients et l'agencement de l'espace commercial. (Ou ne les maîtrise pas). Il ne formule aucune proposition concernant les principes d'agencement prenant en compte la réglementation et préconisation de l'enseigne et ne formule non plus, aucune proposition d'animations (ou offres) promotionnelles (ou celles-ci sont incohérentes) par rapport à la politique commerciale de l'enseigne ou à ses préconisations.
<b>Non évaluable</b>	Le candidat ne peut être évalué sur cette compétence car celle-ci n'a pas été mise en œuvre, ni argumentée de quelque manière ou aucun outil n'ont été proposés.
<b>Compétence CONCEVOIR ET METTRE EN PLACE LA COMMUNICATION COMMERCIALE</b>	
<b>Excellente maîtrise</b>	Le candidat a préparé, proposé et mis en place des outils de communication interne et externe (de type PLV, ILV, balisage, bannière publicitaire par exemple) en cohérence avec son enseigne. Il a également su utiliser et multiplier les outils digitaux et numériques au service de cette communication (réseaux sociaux, emailing, blogs...). Il a ensuite analysé les répercussions et a proposé des axes d'améliorations pertinents. Le candidat a été force de proposition.
<b>Bonne maîtrise</b>	Le candidat a choisi et mis en place des outils de communication (interne et externe) adaptés en cohérence avec son enseigne. Il a également su utiliser les outils digitaux au service de cette communication (réseaux sociaux, emailing, blogs...). Il a su analyser les retombées de celle-ci en argumentant ses propositions.
<b>Maîtrise partielle</b>	Le candidat a mobilisé quelques outils de communication (interne et externe) parfois incomplets ou partiellement maîtrisés car les contraintes de l'enseigne ne sont pas intégralement prises en compte. Il a analysé les retombées de celle-ci de manière incomplète ce qui ne lui permet pas d'atteindre les objectifs fixés au départ.
<b>Non maîtrisé</b>	Le candidat n'a mobilisé aucun outil de communication (interne et externe) ou ne les maîtrise pas ; La communication est inappropriée ou non cohérente avec la politique de l'enseigne et les objectifs fixés. Aucune retombée de cette communication n'est analysée.
<b>Non évaluable</b>	Le candidat ne peut être évalué sur cette compétence car celle-ci n'a pas été mise en œuvre, aucun outil de communication n'est énoncé ni argumenté.
<b>Compétence ÉVALUER L'ACTION COMMERCIALE</b>	
<b>Excellente maîtrise</b>	Le candidat a su analyser les performances d'implantation de son UC de manière pertinente avec des indicateurs adaptés. Ainsi il a pu proposer, argumenter et justifier des axes d'amélioration en tenant compte des réalités de terrain.
<b>Bonne maîtrise</b>	Le candidat a su évaluer et analyser l'ensemble de ses actions commerciales (performances de son UC) de manière cohérente et pertinente avec des indicateurs commerciaux, financiers en établissant des tableaux de bord complets afin de mesurer l'impact de ces actions sur la performance de l'unité commerciale. Ainsi il a pu proposer des mesures correctives et des axes d'amélioration en fonction des réalités de terrain pour y remédier. Le candidat a été force de proposition dans toutes les actions menées.
<b>Maîtrise partielle</b>	Le candidat a analysé de manière incomplète les performances d'implantation de son UC (manque d'indicateurs, ou incohérents) Il a formulé quelques propositions d'amélioration mais n'argumente pas suffisamment.
<b>Non maîtrisé</b>	Le candidat n'analyse pas les performances d'implantation de son UC (il n'utilise et analyse aucun indicateur). Il ne formule aucune proposition ou celles-ci sont incohérentes ;
<b>Non évaluable</b>	Le candidat ne peut être évalué sur cette compétence car celle-ci n'a pas été mise en œuvre, aucun indicateur, ni analyse des performances de l'unité commerciale n'a été réalisée.