

B.T.S. Management commercial opérationnel – Session 2021
ÉPREUVE DE D'ANIMATION ET DYNAMISATION DE L'OFFRE COMMERCIALE (E42)
GRILLE D'ÉVALUATION FINALE

Contrôle en cours de formation (CCF)

CANDIDAT(E)	MEMBRES DE LA COMMISSION
Nom : MARIE Prénom(s) : DUPONT Matricule : /	Noms : - PROF 1 - PROF 2 Date : 22/03/2021 Signatures :

Observations des formateurs sur le parcours de formation

Stage 1 : KIABI (du 18/05/20 au 26/06/20)

Stage 2 : JULES (du 02/11/20 au 11/12/20 et du 11/01/21 au 29/01/21)

La candidate a fait preuve de motivation et d'implication dans la majorité des activités réalisées et vécues en entreprise. Ses compétences ont pu être appréciées par ses tuteurs lors des différentes périodes de stage.

En classe, certaines activités ont été proposées afin de valider une partie des compétences sur l'étude de marché et la mise en place d'outils de communication externe (création d'un focus group et d'un blog par exemple). La candidate a été force de proposition et s'est investie lors de ces activités qu'elle a réalisées avec méthode. Elle argumente ses choix sans difficultés, adapte et élabore des outils opérationnels pertinents.

Lors des différentes évaluations formatives et sommatives, la candidate a eu certaines difficultés à mobiliser les savoirs sur l'analyse quantitative. Les indicateurs commerciaux et financiers ne sont pas suffisamment maîtrisés et la gestion du tableau de bord est problématique. Elle atteint en partie les objectifs au niveau de la performance de l'espace commercial.

Compétences comportementales mobilisées : La candidate a eu un comportement exemplaire en entreprise et a fait preuve d'écoute à l'égard des clients de l'UC. Elle est investie dans les activités et a le sens des responsabilités. Sa capacité d'adaptation et son esprit d'équipe sont remarquables.

Non évaluable	Non maîtrisé	Maîtrise partielle	Bonne maîtrise	Excellente maîtrise
Compétence non mise en œuvre	Agit sans méthodologie ou avec une méthodologie inadaptée	Met en œuvre une méthodologie incomplète	Comprend et met en œuvre une méthodologie rigoureuse	Propose une méthodologie pertinente
	N'utilise pas d'outils ou ne les maîtrise pas	Mobilise correctement quelques outils	Choisit les outils adaptés	Adapte et/ou élabore des outils opérationnels
	N'analyse pas	Analyse de manière incomplète	Analyse de manière pertinente	Analyse et remédie
	Communique de façon non appropriée	Rend compte sans argumentation	Argumente et fait comprendre	Fait adhérer
	N'utilise pas d'information	Utilise partiellement les informations	Recherche et mobilise l'information	Produit des informations pertinentes et exploitables
	N'atteint pas les objectifs	Atteint en partie les objectifs	Atteint les objectifs	Dépasse les objectifs
	Ne formule aucune proposition ou des propositions incohérentes	Formule quelques propositions	Justifie et argumente ses propositions	Est force de proposition
	Ne prend pas en compte les contraintes	Prend en compte partiellement les contraintes	Intègre l'ensemble des contraintes	Anticipe les contraintes

Compétences	NIVEAUX DE MAITRISE DES COMPÉTENCES					Critères d'évaluation
	Non évaluable	Non maîtrisé	Maitrise partielle	Bonne maitrise	Excellente maitrise	
<u>Élaborer et adapter en continu l'offre de produits et de services</u> Analyser la demande Analyser l'offre existante Construire et/ou adapter l'offre de l'unité commerciale					X	- L'analyse de la demande et de l'offre est pertinente. - L'offre proposée est adaptée aux caractéristiques locales et est cohérente avec la politique commerciale de l'enseigne.
<u>Organiser l'espace commercial</u> Agencer l'espace commercial Garantir la disponibilité de l'offre Maintenir un espace commercial opérationnel et attractif Respecter les préconisations de l'enseigne, la réglementation, les règles d'hygiène et de sécurité				X		- Les achats des clients sont facilités par des linéaires bien approvisionnés et vendeurs. - L'agencement de l'espace commercial facilite le travail du personnel et contribue au confort d'achat des clients. - La réglementation, les règles d'hygiène et de sécurité sont respectées. - Les principes d'agencement de l'enseigne sont mis en œuvre.
<u>Développer les performances de l'espace commercial</u> Mettre en valeur les produits Optimiser l'implantation de l'offre Proposer et organiser des animations commerciales Proposer et organiser des opérations promotionnelles			X			- Les achats des clients sont facilités par des linéaires bien approvisionnés et vendeurs. - L'agencement de l'espace commercial facilite le travail du personnel et contribue au confort d'achat des clients. - Les principes d'agencement de l'enseigne sont mis en œuvre - Les propositions d'animations et d'opérations promotionnelles sont cohérentes avec le contexte local et avec la politique commerciale de l'enseigne.
<u>Concevoir et mettre en place la communication commerciale</u> Concevoir et mettre en œuvre la communication sur le lieu de vente Concevoir et mettre en œuvre la communication commerciale externe Exploiter les réseaux sociaux, les applications et tout autre outil numérique au service de la communication commerciale				X		- Le choix des outils et des messages de communication est approprié. - Les retombées de la communication commerciale sont analysées.
<u>Évaluer l'action commerciale</u> Analyser l'impact des actions mises en œuvre Proposer des axes d'amélioration ou de développement		X				- Les performances d'implantation sont analysées. - Les propositions d'axes d'amélioration ou de développement tiennent compte des réalités locales et, le cas échéant, nationales

COMMENTAIRES DE LA COMMISSION SUR LES NIVEAUX DE MAITRISE DES COMPÉTENCES (justification de la note)	NOTE SUR 20
<p>Les numéros des compétences respectent l'ordre d'apparition de la grille du dessus.</p> <p>C1 : La candidate 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.</p> <p>C2 : La candidate a choisi des techniques adaptées afin de faciliter le parcours d'achat de client (linéaire approvisionné, signalétique...) et le travail du personnel. Elle a proposé des outils pour garantir la disponibilité de l'offre tout en respectant la réglementation et préconisation de l'enseigne. La candidate sait argumenter ses propositions.</p> <p>C3 : La candidate a mis en place quelques techniques permettant de faciliter les achats des clients et l'agencement de l'espace commercial mais n'argumente pas assez. Elle ne prend pas en compte les réglementations et préconisations de l'enseigne ou contraintes de celle-ci ; Elle a formulé quelques propositions d'animations (ou offres) promotionnelles mais qui restent incomplètes par rapport à la politique commerciale de l'enseigne.</p> <p>C4 : La candidate a choisi et mis en place des outils de communication (interne et externe) adaptés en cohérence avec son enseigne. Elle a également su utiliser les outils digitaux au service de cette communication (réseaux sociaux) et a su analyser les retombées de celle-ci en argumentant ses propositions.</p> <p>C5 : La candidate n'analyse pas les performances d'implantation de son UC. Ses propositions sont incohérentes.</p>	<h1>13</h1>