**B.T.S. Management Commercial Opérationnel -** Session 2022

**éPREUVE D’ANIMATION ET DYNAMISATION DE L’OFFRE COMMERCIALE (E42)**

GRILLE D’ÉVALUATION

**Forme Ponctuelle - Durée : 30 minutes**

|  |  |
| --- | --- |
| **CANDIDAT(E)** | **MEMBRES DE LA COMMISSION N° …….** |
| **Nom :**  **Prénom(s) :**  **Matricule :** | **Noms :**  -  **-**  **Date :**  **Signatures :** |
| **Partie 1 : Présentation du ou des contexte(s) des activités professionnelles et des compétences mobilisées (10 minutes maximum sans interruption du jury)** | |
| **Observations de la commission sur la partie 1**  **En cas d’absence de présentation numérique, le préciser.** | |
| **Partie 2 : Entretien sur les compétences du bloc n°2 (20 minutes maximum)** | |
| **Observations de la commission sur l’acquisition des compétences à partir du dossier numérique du candidat et des éléments apportés par le candidat** | |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Non évaluable** | **Non maitrisé** | **Maitrise partielle** | **Bonne maitrise** | **Excellente maitrise** |
| 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 maitrise 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 |

Annexe 12 (recto)

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Compétences** | **NIVEAUX DE MAITRISE DES COMPETENCES** | | | | | **Critères d’évaluation** |
| **Non évaluable** | **Non maitrisé** | **Maitrise partielle** | **Bonne maitrise** | **Excellente maitrise** |
| **Élaborer et adapter en continu l’offre de produits et de services**  Analyser la demande  Analyser l’offre existante  Construire et/ou adapter l’offre de l’unité commerciale |  |  |  |  |  | *- 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.* |
| **Organiser l’espace commercial**  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 |  |  |  |  |  | *- 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.* |
| **Développer les performances de l’espace commercial**  Mettre en valeur les produits  Optimiser l’implantation de l’offre  Proposer et organiser des animations commerciales  Proposer et organiser des opérations promotionnelles |  |  |  |  |  | *- 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.* |
| **Concevoir et mettre en place la communication commerciale**  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 |  |  |  |  |  | *- Le choix des outils et des messages de communication est approprié.*  *- Les retombées de la communication commerciale sont analysées.* |
| **Évaluer l’action commerciale**  Analyser l’impact des actions mises en œuvre  Proposer des axes d’amélioration ou de développement |  |  |  |  |  | *- 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 COMPETENCES (justification de la note)** | **NOTE SUR 20** |
|  | Annexe 12 (verso) |