

| Meta compétences, compétences critères d'évaluation associés | Activités du candidat | Indicateurs | | Degré de maîtrise des compétences | | | |
|--|--|---|----|---|--|---|---|
| MISSION 1. ORGANISER UNE OPÉRATION DE PROSPECTION | | | NT | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Activité 1. Se positionner par rapport à la concurrence | | | | | | | |
| Rechercher et analyser les informations à des fins d'exploitation Identifier, au sein du SIC (système d'information commercial), les informations internes utiles à l'opération de prospection, les extraire et les analyser Collecter, traiter et analyser les informations externes | 1.1 Relever en les présentant dans 'un tableau, trois forces et trois faiblesses pour chacun des concurrents de Pyeta. | 3 forces et 3 faiblesses dans un tableau | | Moins de 2 forces et 2 faiblesses | - 2 forces correctes - 2 faiblesses correctes | - 3 forces correctes - 3 faiblesses correctes Sans tableau | - 3 forces correctes - 3 faiblesses correctes - tableau |
| | 1.2 Identifier trois avantages concurrentiels pertinents de Pyeta que vous pourrez mettre en valeur lors de votre prospection future auprès de vos clients. | 3 avantages concurrentiels pertinents. | | Avantage concurrentiel non pertinent (hors corrigé) | 1 avantage concurrentiel pertinent | 2 avantages concurrentiels pertinents. | 3 avantages concurrentiels pertinents. |
| Activité 2. Identifier et cibler la clientèle à prospecter | | | | | | | |
| Participer à la conception d'une opération de prospection Définir la cible en cohérence avec la stratégie de l'organisation et des moyens alloués | 1.3 1^{er} partie de la réponse Déterminer la catégorie de clients vers laquelle l'entreprise devra cibler sa prospection | Les 4 éléments sont corrects : Taux d'évolution présenté Part de marché présentée Récurrence (synonyme) Choix de la cible correct | | Moins de 2 éléments sur 4 sont corrects | 2 éléments sur 4 sont corrects | 3 éléments sur 4 sont corrects | 4 éléments corrects : Taux d'évolution Part de marche Récurrence Choix de la cible |
| | 1.3 2^{ème} partie de la réponse Justifier le choix retenu avec 3 arguments pertinents. | 3 arguments pertinents | | Argument inadapté | 1 argument pertinent | 2 arguments pertinents | 3 arguments pertinents |
| Activité 3. Prospecter la clientèle | | | | | | | |
| Participer à la conception d'une opération de prospection Définir la cible en cohérence avec la stratégie de l'organisation et des moyens alloués | 1.4 Lister les entreprises que vous allez démarcher en prospection téléphonique en justifiant votre choix. | Les 7 entreprises à retenir sont identifiées et ce choix est justifié | | Moins de 4 entreprises identifiées. Sans justification | Moins de 4 entreprises identifiées. Et choix justifié OU Les 4 à 7 entreprises identifiées SANS justification | 4 à 6 entreprises identifiées. Et choix justifié | Les 7 entreprises à retenir sont identifiées et ce choix justifié |
| Mettre en œuvre une opération de prospection Sélectionner et/ou concevoir des outils d'aide à la prospection et des supports de communication. Établir le contact avec le prospect dans des situations de prospection physique et/ou à distance | 1.5 Réaliser votre plan d'appel structuré afin de contacter les prospects sélectionnés pour leur proposer un rendez-vous. | Plan d'appel structuré, éléments complets et communication professionnelle | | Plan d'appel non structuré, éléments incomplets, communication non professionnelle | Plan d'appel non structuré ou éléments incomplets et communication non professionnelle | Plan d'appel structuré, éléments complets, mais communication peu professionnelle | Plan d'appel structuré, éléments complets et communication professionnelle |
| Suivre et évaluer l'action de prospection Mesurer et analyser les résultats de l'opération de prospection et les écarts par rapports aux objectifs. Proposer des actions correctives | 1.6 Présenter l'analyse de la performance de votre prospection téléphonique. Citer trois autres moyens pour vous faire connaître auprès de votre nouvelle cible. | Les 5 éléments demandés sont corrects : - Taux de transformation - Analyse - 3 moyens pertinents de communication sont proposés | | Analyse de la performance fautive. Informations sur les moyens de communication très incomplètes | 1 ou 2 éléments sur 5 corrects Dont l'analyse | 3 ou 4 éléments sur 5 corrects Dont l'analyse | 5 éléments demandés corrects : - Taux de transformation - Analyse - 3 moyens pertinents de communication |

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE

OPTION B Prospection clientèle et valorisation de l'offre commerciale

E2 Analyse et résolution des situations professionnelles

Durée : 3 heures

Coefficient : 4

SESSION 2023

GRILLE D'ÉVALUATION

2306-MCVB-2 2

Page 1 sur 2

| Méta compétences, compétences et critères d'évaluation associés | Activités du candidat | Indicateurs | | Degré de maîtrise des compétences | | | |
|--|--|---|----|--|--|--|--|
| MISSION 2. PARTICIPER A UN SALON PROFESSIONNEL | | | NT | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Activité 1. Justifier la participation à un salon professionnel | | | | | | | |
| Participer à la conception d'une opération de prospection Déterminer la ou les techniques de prospection adaptées aux objectifs du projet et aux moyens alloués | 2.1 Présenter à votre responsable quatre bonnes raisons de participer à un salon. | 4 raisons pertinentes sont identifiées | | 1 bonne raison pertinente | 2 raisons pertinentes | 3 raisons pertinentes | 4 raisons pertinentes |
| | 2.2 Sélectionner le salon le plus approprié en justifiant votre choix par trois éléments. | Le salon choisi est approprié avec 3 éléments de justification | | Le salon choisi n'est pas approprié | 1 élément de justification correct avec le bon salon | 2 éléments de justification corrects, avec le bon salon | 3 éléments de justification corrects, avec le bon salon |
| Activité 2. Préparer un salon | | | | | | | |
| Mettre en œuvre une opération de prospection Sélectionner et/ou concevoir des outils d'aide à la prospection | 2.3 Concevoir la fiche contact qui vous servira à collecter les informations commerciales auprès des prospects. | La fiche contact est complète et structurée et le vocabulaire est professionnel | | Fiche contact très incomplète, non structurée, non professionnelle | - Fiche contact superficielle et/ou peu structurée - vocabulaire peu professionnel | - Fiche contact complète et structurée - vocabulaire peu professionnel (ou l'inverse) | - La fiche contact complète et structurée - vocabulaire est professionnel |
| Mettre en œuvre une opération de prospection Argumenter | 2.4 Présenter sous forme d'un tableau trois arguments de vente structurés pour le modèle Mikado en fonction des mobiles d'achat possibles pour la clientèle. | 3 arguments de vente structurés adaptés aux mobiles d'achat choisis | | 1 argument de vente structuré OU Plusieurs arguments non structurés | 2 arguments de vente structurés Sans mobile | 3 arguments de vente structurés mais non adaptés aux mobiles d'achat choisis OU élément du CAB manquant Sans tableau | 3 arguments de vente structurés adaptés aux mobiles d'achat choisis Dans un tableau |
| Mettre en œuvre une opération de prospection Sélectionner et/ou concevoir des outils d'aide à la prospection et des supports de communication | 2.5 Sélectionner le réseau social le plus adapté à votre cible et à votre message en justifiant votre choix. | 3 éléments corrects : - Réseau social adapté à la cible - 2 éléments de justification corrects | | Le réseau social n'est pas adapté à la cible. Le choix n'est pas justifié. | 1 élément correct sur 3 | 2 éléments corrects sur 3 | 3 éléments corrects : - Réseau social adapté à la cible - 2 argumentations de justifications correctes |
| Mettre en œuvre une opération de prospection Établir le contact avec le prospect dans des situations de prospection physique et/ou à distance | 2.6 Rédiger la publication qui apparaîtra sur le réseau social que vous avez choisi. | La publication est complète et structurée, les 6 critères de forme sont respectés et les 4 critères de fond sont présents, le vocabulaire est professionnel | | - publication incomplète, - Moins de 2 ou 3 critères respectés (fond, forme) - vocabulaire non professionnel | - publication structurée - 3 ou 4 critères respectés (fond, forme) - vocabulaire peu professionnel | - publication structurée - 5 ou 7 critères respectés (fond, forme) - vocabulaire professionnel | - publication structurée - 8 à 10 critères respectés - Vocabulaire professionnel |
| Activité 3. Analyser les résultats du salon | | | | | | | |
| Suivre et évaluer l'action de prospection Mesurer et analyser les résultats de l'opération de prospection et les écarts par rapport aux objectifs Proposer les actions correctives Rendre compte de l'opération de prospection | 2.7 Evaluer la rentabilité financière de la participation de l'entreprise PYETA au salon. | Tous les calculs sont corrects : - Coûts du salon - Marge - Rentabilité | | Résultats faux et raisonnements incohérents | Tous les raisonnements sont cohérents, mais plus de deux erreurs de calcul | Tous les raisonnements sont cohérents, mais deux erreurs de calcul Calcul à partir du CA accepté | Raisonnements et résultats corrects pour : - Coûts du salon - Marge - Rentabilité |
| | 2.8 Préciser si les objectifs fixés ont été atteints en justifiant votre réponse, et proposer trois axes d'amélioration pour les salons futurs. | Les 6 éléments sont corrects : - 3 objectifs identifiés et justifiés - 3 axes d'améliorations | | - Objectifs non identifiés - Axes d'améliorations incohérents ou peu réalisables | 2 ou 3 éléments corrects | 4 ou 5 éléments corrects | 6 éléments corrects : - 3 objectifs identifiés et justifiés - 3 axes d'améliorations |

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE

OPTION B Prospection clientèle et valorisation de l'offre commerciale

E2 Analyse et résolution des situations professionnelles

| | | |
|---------------------|-----------------|--------------|
| Durée : 3 heures | Coefficient : 4 | SESSION 2023 |
| GRILLE D'ÉVALUATION | 2306-MCVB-2 2 | Page 2 sur 2 |