

## Aide au positionnement des compétences en baccalauréat professionnel Métiers du Commerce et de la Vente

### Groupe de compétences 1 : CONSEILLER ET VENDRE

Compétences travaillées	Critères et indicateurs	MI	MF	MS	TBM
<b>Assurer la veille commerciale</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>Rechercher, hiérarchiser, exploiter et actualiser en continu les informations sur l'entreprise et son marché</li> <li>Maîtriser la technologie des produits</li> <li>Sélectionner les outils de recherche d'information les plus adaptés</li> </ul>	<p><b>Qualité, maîtrise et utilisation pertinente des informations relevées et sélectionnées sur le marché, l'entreprise et ses produits</b> (Fiabilité, récence, utilité des informations collectées, hiérarchisées)</p>	<p>Ne collecte pas les informations issues du marché, de l'entreprise et de ses produits</p>	<p>Collecte des informations partielles et/ou imprécises</p>	<p>Collecte, hiérarchise et sélectionne correctement les informations</p>	<p>Collecte, hiérarchise, sélectionne correctement les informations et les exploite de façon pertinente</p>
<b>Réaliser la vente</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>Intégrer l'omnicanal dans le processus de vente</li> <li>Prendre contact avec le client</li> <li>S'adapter au contexte commercial et au comportement du client</li> <li>Découvrir, analyser et identifier le(s) besoin(s) du client, sa (ses) motivation(s) et ses freins éventuels</li> <li>Découvrir, analyser et reformuler les besoins du client</li> <li>Présenter l'entreprise et/ou ses produits et/ou ses services</li> <li>Conseiller le client en proposant la solution adaptée</li> <li>Argumenter</li> <li>Réaliser une démonstration le cas échéant</li> <li>Répondre aux objections du client</li> <li>Proposer les produits et/ou les services associés</li> <li>Détecter les opportunités de vente(s) additionnelle(s) et les concrétiser</li> <li>S'assurer de la disponibilité du produit</li> <li>Formaliser l'accord du Client</li> </ul>	<p><b>Qualité du questionnement, de l'écoute et de la reformulation des besoins du client</b> (Justesse et pertinence du questionnement et de la reformulation des besoins en faisant preuve d'écoute active).</p>	<p>Ne questionne pas et n'est pas à l'écoute des besoins du client</p>	<p>Réalise un questionnement imprécis et pratique une écoute superficielle</p>	<p>Procède à un questionnement permettant de cerner les principaux besoins / attentes. Ecoute le client et reformule les principaux apports du questionnement.</p>	<p>Réalise un questionnement de nature à identifier l'ensemble des besoins et attentes du client en appliquant les principes de l'écoute active (empathie, reformulation, assertivité)</p>
	<p><b>Proposition d'une offre de produits et/ou de services adaptée et cohérente</b> (Analyse pertinente des attentes et proposition d'une solution adéquate ou conforme aux attentes du client).</p>	<p>Ne propose pas d'offre de produits et/ou services</p>	<p>Propose une offre de produits et/ou de services peu adaptée qui répond partiellement aux attentes du client</p>	<p>Propose une offre de produits et/ou de services qui répond aux principaux besoins et attentes du client</p>	<p>Propose une offre de produits et/ou de services répondant aux principaux besoins et attentes du client et s'assure de son adhésion</p>
	<p><b>Mise en œuvre d'une argumentation convaincante et efficace</b> (Maîtrise et adaptation de l'argumentaire aux attentes du client)</p>	<p>Ne réalise pas d'argumentation</p>	<p>Réalise une argumentation peu cohérente</p>	<p>Réalise une argumentation adaptée</p>	<p>Réalise une argumentation adaptée dont l'efficacité est renforcée par une communication verbale et non-verbale convaincantes.</p>
<b>Assurer l'exécution de la vente</b>					

<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Mettre en place les modalités de règlement et de livraison</i></li> <li>• <i>Rassurer le client sur son choix</i></li> <li>• <i>Prendre congé</i></li> </ul>	<p><b>Mise en place des modalités de règlement et de livraison conformes aux engagements pris vis-à-vis du client, aux intérêts de l'entreprise ainsi qu'à la législation et à la réglementation en vigueur</b> (Pertinence des modes de règlement et de livraison dans le respect de la stratégie commerciale et en adéquation avec la législation et la réglementation).</p>	<p>Ne met pas en place des modalités de règlement, ni de livraison</p>	<p>Met approximativement en place des modalités de règlement et de livraison</p>	<p>Met correctement en place des modalités de règlement et de livraison</p>	<p>Met correctement en place des modalités de règlement et de livraison et se montre capable d'orienter le client vers le choix qui concilie au mieux ses intérêts et ceux de l'entreprise</p>
<b>Communication</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Communication verbale et non verbale</i></li> </ul>	<p><b>Adaptation de la communication verbale et non verbale au contexte de la vente.</b> (Adéquation des réponses et du paralangage au contexte de la vente )</p>	<p>S'exprime avec difficulté en n'adaptant pas sa communication non verbale</p>	<p>S'exprime avec des approximations concernant la clarté de ses propos et sa communication non verbale</p>	<p>S'exprime clairement et met en œuvre une communication non verbale adaptée</p>	<p>S'exprime clairement et met en œuvre un vocabulaire et une communication non verbale professionnels et adaptés au contexte de la vente</p>

## Groupe de compétences 2 : SUIVRE LES VENTES

Compétences travaillées	Critères et indicateurs	MI	MF	MS	TBM
<b>Assurer le suivi de la commande du produit et/ou du service</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>Suivre l'évolution de la commande et éventuellement du règlement</li> <li>Informer le client des délais et des modalités de mise à disposition</li> </ul>	<b>Efficacité du suivi de la commande</b> (Suivi de l'évolution de la commande et éventuellement du règlement, conformité des informations sur les délais et les modalités de mise à disposition)	N'assure aucun suivi de la commande	Réalise de façon partielle le suivi de la commande	Traite correctement le suivi de la commande	Traite correctement le suivi de la commande et informe le client des délais et des modalités de mise à disposition
<b>Mettre en œuvre le ou les services associés</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>Sélectionner le cas échéant le prestataire le plus adapté</li> <li>Collecter et transmettre les informations au service de l'entreprise ou aux prestataires concernés</li> <li>Suivre l'exécution du ou des service(s) associé(s) et en rendre compte</li> <li>Effectuer le cas échéant les relances</li> </ul>	<b>Qualité de la mise en œuvre du ou des services associés</b> (Sélection adaptée des prestataires, respect des procédures, suivi de l'exécution du ou des services associés, efficacité des relances éventuelles)	Ne met pas en œuvre le ou les services associés	Met en œuvre avec des omissions ou des erreurs le ou les services associés	Met en œuvre correctement le ou les services associés	Met en œuvre correctement le ou les services associés et en assure le suivi
<b>Traiter les retours et les réclamations des clients</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>Identifier le(s) problème(s) rencontré(s) par le client</li> <li>Proposer une solution adaptée en tenant compte des procédures de l'entreprise et de la réglementation</li> </ul>	<b>Pertinence du questionnement pour identifier le(s) problème(s) rencontrés par le client</b> (Clarté dans le questionnement et la reformulation)	Ne questionne pas le client	Questionne sommairement le client	Questionne de façon pertinente le client pour identifier le ou les problèmes rencontrés	Questionne de façon pertinente le client pour identifier le ou les problèmes rencontrés et reformule le ou les problèmes rencontrés par celui-ci
	<b>Qualité de la solution proposée</b> (Pertinence de la solution proposée avec les procédures de l'entreprise et la réglementation et réactivité de la proposition)	Ne propose pas de solution	Propose une solution partiellement adaptée au(x) problème(s) du client	Propose une solution adaptée au(x) problème(s) rencontré(s) par le client	Propose une solution adaptée au(x) problème(s) rencontré(s) par le client et s'assure de son adhésion
<b>S'assurer de la satisfaction du client</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>Collecter les informations de satisfaction auprès des clients</li> <li>Mesurer et analyser la satisfaction du client</li> <li>Transmettre les informations sur la satisfaction du client</li> <li>Exploiter les informations recueillies à des fins d'amélioration</li> <li>Proposer des éléments de nature à améliorer la satisfaction client</li> </ul>	<b>Qualité de l'information collectée, saisie et transmise sur la satisfaction client</b> (Fiabilité, récence et utilité de l'information collectée, exploitée et diffusée)	Ne collecte pas d'informations sur la satisfaction client	Recherche et saisit des informations incomplètes sur la satisfaction client	Transmet une information exploitable sur la satisfaction client	Transmet une information exploitable sur la satisfaction client et en fait une analyse
	<b>Pertinence des propositions d'amélioration de la satisfaction client</b> (Pertinence et efficacité des actions d'amélioration)	Ne préconise pas d'action d'amélioration de la satisfaction client	Préconise des actions d'amélioration inadaptées aux attentes du client	Préconise des actions d'amélioration adaptées aux attentes du client	Préconise des actions d'amélioration adaptées aux attentes du client et au contexte de l'entreprise
<b>Communication</b>					

<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Communication verbale et non verbale</i></li> </ul>	<p><b>Adaptation de la communication verbale et non verbale au contexte du suivi des ventes</b> (Adéquation pertinente des réponses et du paralangage au contexte du suivi des ventes)</p>	<p>S'exprime avec difficulté et n'adopte pas une communication non verbale adaptée</p>	<p>S'exprime avec des approximations concernant la clarté de ses propos et sa communication non verbale</p>	<p>S'exprime clairement et met en œuvre une communication non verbale adaptée</p>	<p>S'exprime clairement, met en œuvre un vocabulaire et une communication non verbale professionnels et adaptés au contexte de la vente</p>
---	--	--	---	---	---

### Groupe de compétences 3

Compétences travaillées	Critères et indicateurs	MI	MF	MS	TBM
<b>Traiter et exploiter l'information ou le contact client</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Traiter les messages et/ou les demandes des clients</li> <li>• Recueillir, extraire, exploiter, synthétiser les données</li> <li>• de sources internes</li> <li>• de sources externes</li> <li>• Rendre compte des données appropriées</li> <li>• Proposer des actions de fidélisation et/ou de développement de la relation client en adéquation avec les données recueillies et l'orientation commerciale de l'entreprise</li> </ul>	<b>Pertinence du choix des sources d'information, des données recueillies et remontées</b> (Clarté des informations collectées, mobilisation des données internes (SIC) et externes, fiabilité, récence, utilité des sources sélectionnées)	Ne mobilise pas les sources d'information nécessaires pour recueillir et remonter des données	Mobilise des sources d'information permettant de recueillir et de remonter des données partielles	Mobilise des sources internes et externes significatives permettant de recueillir et de remonter des données quantitatives et qualitatives exploitables	Mobilise des sources internes et externes significatives permettant de recueillir et de remonter des données quantitatives et qualitatives utiles dans le cadre de la FDRC
	<b>Qualité du traitement des sollicitations clients</b> (Capacité à expliciter sa contribution à la FDRC dans les actions du quotidien, appréciation de l'efficacité de sa pratique)	Ne traite pas les sollicitations clients	Traite partiellement les sollicitations clients	Traite correctement les sollicitations clients et en explicite sa contribution	Traite judicieusement les sollicitations clients, en explicite sa contribution et la justifie
	<b>Pertinence de l'action proposée</b> (Faisabilité de l'action de FDRC proposée, cohérence avec le contexte et la stratégie commerciale de l'entreprise)	Ne propose pas une action de FDRC	Propose une action peu adaptée au contexte	Propose une action adaptée au contexte mais peu cohérente au regard de la stratégie commerciale	Propose une action pertinente au regard du contexte et de la stratégie commerciale
<b>Contribuer à des actions de fidélisation et de développement de la relation client</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sélectionner et mettre en œuvre les outils de fidélisation et/ou de développement de la relation client de l'entreprise</li> <li>• Concourir à la préparation et à l'organisation d'évènements et/ou d'opérations de fidélisation/ développement de la relation client</li> <li>• Participer à la mise en œuvre des évènements et/ou opérations de fidélisation/ développement de la relation client</li> <li>• Effectuer des ventes au rebond</li> <li>• Réaliser les opérations de suivi post évènement</li> <li>• Mobiliser les outils d'internet et les réseaux sociaux</li> </ul>	<b>Cohérence du choix des outils de fidélisation de la clientèle et/ou de développement de la relation client avec le contexte</b> (Choix et mobilisation d'outils de fidélisation et/ou de développement de la relation client, y compris digitaux, en adéquation avec le contexte et le profil client)	Ne sélectionne pas d'outils de FDRC	Sélectionne des outils de FDRC en cohérence partielle avec le contexte	Sélectionne des outils de FDRC cohérents avec le contexte et le profil client	Sélectionne des outils de FDRC cohérents avec le contexte et le profil client en analysant leur complémentarité
	<b>Qualité de la contribution à l'opération de FDRC</b> (Description et compréhension de la finalité du processus, participation à l'organisation de l'évènement et/ou de l'opération)	N'évoque pas sa contribution à l'action	Décrit superficiellement sa contribution à l'action	Décrit correctement sa contribution à l'action	Analyse sa contribution en explicitant son implication dans le processus
	<b>Opportunité de la proposition de ventes au rebond</b> (Repérage de situations commerciales favorables induites par l'évènement ou l'opération en face à face ou à distance)	Ne cherche pas à repérer les opportunités commerciales de ventes au rebond	Perçoit partiellement les opportunités commerciales de ventes au rebond	Repère les principales opportunités commerciales de ventes au rebond	Repère et provoque les opportunités commerciales de ventes au rebond
<b>Evaluer les actions de fidélisation et de développement de la relation client</b>					

<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Enrichir et actualiser le SIC</i></li> <li>• <i>Mesurer et analyser les résultats</i></li> <li>• <i>Rendre compte des actions et des résultats par écrit et/ou à l'oral</i></li> <li>• <i>Proposer des axes d'amélioration</i></li> </ul>	<b>Justesse de l'enrichissement et de l'actualisation du SIC</b> (Transmission des données collectées au bon interlocuteur, pertinence de l'actualisation et de l'enrichissement des fichiers)	N'enrichit pas le SIC	Préconise un enrichissement sommaire du SIC	Préconise ou réalise un enrichissement adapté du SIC	Préconise ou réalise un enrichissement adapté et continu du SIC tout au long de l'action de FDRC
	<b>Pertinence de l'analyse des résultats</b> (Analyse des performances commerciales : indicateurs quantitatifs et qualitatifs, analyse des difficultés rencontrées et surmontées, analyse des acquis)	Ne présente ni bilan des acquis ni bilan commercial	Présente un bilan partiel des acquis et des résultats de l'action de FDRC	Présente un bilan adapté des acquis et des résultats de l'action de FDRC	Présente une analyse des acquis et des résultats de l'action de FDRC en utilisant des indicateurs pertinents
	<b>Intérêt des propositions d'amélioration</b> (Adéquation des préconisations de remédiation avec le bilan de l'action de FDRC et l'orientation commerciale de l'entreprise)	Ne préconise pas d'améliorations au regard du bilan de l'action de FDRC	Préconise des améliorations inadaptées au regard du bilan de l'action de FDRC	Préconise des améliorations adaptées au regard du bilan de l'action de FDRC	Préconise des améliorations pertinentes au regard du bilan de l'action de FDRC et de l'orientation commerciale de l'entreprise

## Groupe de compétences 4B : Prospector et Valoriser l'Offre Commerciale

Compétences travaillées	Critères et indicateurs	MI	MF	MS	TBM
<b>Rechercher et analyser les informations à des fins d'exploitation</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identifier, au sein du SIC (système d'information commercial), les informations internes utiles à l'opération de prospection, les extraire et les analyser</li> <li>• Collecter, traiter et analyser les informations externes</li> <li>• Mettre à jour le système d'information commercial</li> </ul>	<b>Pertinence de l'utilisation du système d'information commercial</b> Clarté de l'information interne (SIC) et externe collectée (fiabilité, récence, utilité), pertinence du traitement/exploitation et de l'analyse des informations synthétisées.	Ne collecte pas l'information interne et externe	Collecte de façon partielle et/ou imprécise l'information interne et/ou externe	Collecte, hiérarchise et sélectionne l'information interne et externe	Analyse/Exploite de façon pertinente l'information externe et interne permettant une mise à jour du SIC
<b>Participer à la conception d'une opération de prospection</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Définir la cible en cohérence avec la stratégie de l'organisation et des moyens alloués</li> <li>• Fixer les objectifs quantitatifs et qualitatifs de l'opération en fonction des moyens alloués</li> <li>• Déterminer la durée de l'opération en fonction des moyens alloués</li> <li>• Déterminer la ou les techniques de prospection adaptées aux objectifs du projet et aux moyens alloués</li> </ul>	<b>Cohérence du choix de la cible avec le contexte</b> Pertinence de l'identification de la cible en fonction de la stratégie de l'organisation, des moyens alloués et des contraintes imposées	N'identifie pas la cible visée	Identifie de façon partielle la cible visée	Identifie la cible avec une prise en compte partielle des moyens alloués et des contraintes imposées	Identifie la cible avec pertinence en fonction des objectifs, des moyens et des contraintes fixées
<b>Mettre en œuvre une opération de prospection</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Élaborer le plan de prospection et le plan de tournée</li> <li>• Construire et/ou mettre à jour le fichier prospects</li> <li>• Sélectionner et/ou concevoir des outils d'aide à la prospection et des supports de communication</li> <li>• Établir le contact avec le prospect dans des situations de prospection physique et/ou à distance</li> <li>• Identifier les besoins du prospect</li> <li>• Argumenter</li> <li>• Traiter les objections</li> <li>• Conclure Prendre congé</li> </ul>	<b>Adéquation de l'action de prospection avec les moyens humains, financiers et matériels disponibles</b> Choix des techniques de prospection choisies en cohérence avec ressources mobilisées dans le cadre de l'action de prospection, prise en compte des contraintes dans la conduite de l'action de prospection	Organise/Prépare l'action de prospection sans cohérence avec les ressources mobilisées et sans prise en compte des contraintes/moyens alloués	Organise/Prépare l'action de prospection avec des techniques de prospection partiellement incohérentes et/ou sans prise en compte des contraintes/moyens alloués	Organise/Prépare l'action de prospection avec des techniques de prospection cohérentes, mais avec une prise en compte incomplète des contraintes/ moyens alloués	Organise/prépare judicieusement l'action de prospection avec les techniques de prospection cohérentes et une prise en compte de l'ensemble des contraintes/moyens alloués
	<b>Adaptation des techniques et des outils de prospection mis en œuvre</b> Mise en place et utilisation pertinentes des techniques et des outils de prospection mis en œuvre.	Ne met pas en œuvre de techniques de prospection et/ou n'utilise pas d'outils d'aide à la prospection	Met en œuvre de façon superficielle/inadaptée les techniques et/ou outils d'aide à la prospection	Met en œuvre de façon pertinente les techniques ou utilise avec pertinence des outils d'aide à la prospection.	Met en œuvre de façon pertinente les techniques et outils d'aide à la prospection en tenant compte de la planification de l'action de prospection
	<b>Efficacité de la communication commerciale à distance et en face-à-face</b> Justesse de la communication média et hors média, qualité de la mise en place de techniques relationnelles	Utilise une communication commerciale inadaptée à distance et en face à face	Utilise des supports de communication commerciale incomplets dans le cadre de l'opération de prospection	Utilise des supports de communication commerciale adéquats à distance et en face à face	Met en place une communication commerciale efficace en face à face et à distance en utilisant des techniques relationnelles convaincantes.
<b>Suivre et évaluer l'action de prospection</b>					

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Traiter et exploiter les contacts obtenus lors d'une opération de prospection</li> <li>• Mettre à jour le fichier prospect et le système d'information mercatique</li> <li>• Qualifier les contacts</li> <li>• Définir les actions à mener auprès des contacts</li> <li>• Mesurer et analyser les résultats de l'opération de prospection et les écarts par rapport aux objectifs</li> <li>• Déterminer les causes des écarts</li> <li>• Proposer les actions correctives</li> <li>• Rendre compte de l'opération de prospection</li> </ul>	<b>Qualité de la mise à jour et de l'exploitation des données obtenues lors des contacts</b> Justesse de l'actualisation des informations remontées/recueillies dans le SIC, pertinence de l'exploitation des contacts obtenus lors de l'action de prospection	N'actualise pas ou n'exploite pas les données collectées dans le SIC	Actualise ou exploite les données remontées de façon inadaptée/superficielle	Actualise ou exploite des données justes et pertinentes obtenues lors des contacts	Actualise et exploite les données justes et pertinentes obtenues lors des contacts
	<b>Pertinence de l'analyse des résultats de l'opération</b> Qualité de l'analyse du tableau de bord (en fonction des objectifs fixés/prévus)	Ne mesure pas et n'analyse pas les résultats obtenus par l'opération de prospection	Mesure ou analyse sommairement les résultats obtenus par l'opération de prospection	Mesure ou analyse correctement les résultats de l'opération en fonction des objectifs prévus	Mesure et analyse de façon pertinente les résultats obtenus en fonction des objectifs prévus et en explicite les causes des écarts
	<b>Réalisme des actions correctives proposées</b> Précision dans les propositions/axes d'amélioration/de remédiations de l'opération de prospection	Ne propose pas d'action(s) corrective(s).	Propose des actions correctives inadaptées au suivi de l'opération de prospection.	Propose des actions correctives cohérentes/adaptées par rapport au suivi de l'opération de prospection	Propose des actions correctives pertinentes permettant de pérenniser l'opération de prospection avec des remédiations adaptées.
	<b>Qualité du compte rendu professionnel</b> Clarté et objectivité du compte rendu professionnel réalisé dans le cadre de l'action de prospection à distance ou en face à face, structuration de la présentation écrite	Ne réalise pas de compte rendu professionnel	Réalise un compte rendu professionnel partiellement clair ou objectif, sans structuration rigoureuse de la présentation écrite	Réalise un compte rendu professionnel structuré, clair et objectif, mais avec une analyse partielle	Réalise un compte rendu professionnel clair et objectif de l'action de prospection à distance ou en face à face et en fait une analyse approfondie
<b>Valoriser les produits et/ou les services</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mettre en valeur l'offre dans un salon, show-room, un espace de vente éphémère, chez le client, sur les sites marchands et sur les réseaux sociaux</li> </ul>	<b>Attractivité de la présentation de l'offre commerciale</b> Efficacité de la mise en valeur de l'offre commerciale à distance et en face à face	Ne met pas en valeur l'offre commerciale à distance et en face à face	Met en valeur l'offre commerciale à distance et en face à face de façon inadaptée	Met en valeur l'offre commerciale correctement à distance et en face à face	Met en valeur efficacement l'offre commerciale à distance et en face à face et analyse sa démarche