

# CORRIGE SUJET E2

		Critères et indicateurs d'évaluation	Descripteurs des différents profils			
			1. Novice	2. Débrouillé	3. Averti	4. Expert
<b>COMPETENCES</b>	Rendre l'unité commerciale attractive et fonctionnelle	<b>1.1. Analyse des performances commerciales annuelles des chaudières à gaz :</b> - Calcul du chiffre d'affaires H.T. et de la marge	Le calcul des chiffre d'affaires H.T. et de la marge annuelle des produits n'est pas maîtrisé	Les calculs de Chiffre d'affaires et de marge sont partiellement maîtrisés	Les calculs de chiffre d'affaires et de marge sont globalement maîtrisés et globalement pertinents	Les calculs de chiffre d'affaires et de marge sont parfaitement maîtrisés et permettent une prise de décision pertinente
		<b>1.2. choix de la chaudière qui sortira de l'assortiment :</b> - identification du produit en fonction des consignes	Aucun choix n'est fait	Le choix est le plus éloigné des consignes de la responsable de rayon	Le choix n'est pas pertinent mais s'approche des consignes de la responsable	Le choix est totalement pertinent au regard des consignes de la responsable
		<b>1.3. Détermination du prix en promotion de la chaudière sortie du stock et de son installation :</b> - Calculer un prix de vente pour la chaudière et la pose - Appliquer une réduction	Le prix TTC initial, en promotion, de la chaudière et celui de l'installation ne sont pas trouvés	La démarche pour retrouver les prix demandés est incomplète et ne permet pas de les établir	La démarche pour retrouver les prix demandés est globalement maîtrisée mais il y a quelques erreurs	Le prix TTC initial, en promotion, de la chaudière et celui de l'installation sont déterminés
		<b>1.4. Conception d'un message publicitaire publié en vignette sur la page d'accueil du site</b>	Message absent ou totalement inadapté aux consignes de	Message partiellement inadapté aux consignes de	Message adapté aux consignes de valorisation de l'opération mais	Message adapté et complet qui valorise l'opération (plus de 75 % des

		- Proposer un message promotionnel Internet adapté et attractif Proposé un message promotionnel respectueux de la législation	valorisation de l'opération	valorisation de l'opération	incomplet (0 à 75 % des informations nécessaires)	informations nécessaires)
Assurer les opérations préalables à la vente	<b>1.5. Calcul de l'évolution des ventes des 4 chaudières :</b>	- Calculer les taux d'évolution des ventes de chaque produit	Les taux d'évolution sont absents ou la démarche n'est pas du tout maîtrisée	La technique de calcul des taux d'évolution est partiellement maîtrisée	La technique de calcul des taux d'évolution est globalement maîtrisée mais il y a quelques erreurs	La technique de calcul des taux d'évolution est parfaitement maîtrisée et permet la prise de décision
	<b>1.6. Choix argumenté du produit à inclure dans l'assortiment :</b>	- Effectuer un choix en fonction des consignes - Argumenter ce choix et le rejet des autres produits	Le choix réalisé ne correspond pas aux consignes et les évictions ne sont pas expliquées	Le choix réalisé ne correspond pas aux consignes. Les évictions sont partiellement expliquées	Le choix réalisé correspond aux consignes. Les évictions sont partiellement expliquées.	Le choix réalisé correspond aux consignes. Les évictions sont parfaitement expliquées.
	<b>1.7. Présentation des éléments du prix de la chaudière sélectionnée :</b>	- Calculer les éléments du prix (marge, PVHT, PVTT, Montant TVA)	Les éléments du prix sont absents ou leur technique calculatoire n'est pas maîtrisée	L'utilisation des techniques calculatoires des éléments du prix est partiellement maîtrisée (0 à 50%)	L'utilisation des techniques calculatoires des éléments du prix est suffisamment maîtrisée ( + de 50% des calculs)	L'utilisation des techniques calculatoires des éléments du prix est parfaitement maîtrisée
	<b>1.8. Rédaction d'une newsletter à publier sur la page Facebook du magasin</b>		Les codes de la newsletter ne sont pas du tout respectés. Les	Les codes de la newsletter sont partiellement respectés. Les	Les codes de la newsletter sont globalement respectés. Les	Les codes de la newsletter sont globalement respectés. Les

		<b>pour promouvoir le lancement de produit :</b> - Rédiger une newsletter attractive et adaptée - Mettre en avant la promotion	éléments promotionnels sont absents ou inexacts	éléments promotionnels sont incomplets ou inexacts	éléments promotionnels sont quasi complets (+ de 50%)	éléments promotionnels sont présents.
	<b>Rendre l'unité attractive et fonctionnelle</b>	<b>1.9. Proposition d'un moyen de valorisation du lancement en magasin et par un outil omnicanal:</b> - Proposer une action attractive et cohérente à conduire en magasin - Proposer un outil omnicanal adapté à l'action	La proposition ne correspond pas aux consignes, n'est pas argumentée et ne permet pas de valoriser le lancement	La proposition est assez pertinente mais n'est pas argumentée	La proposition est globalement pertinente mais les modalités de mise en œuvre restent un peu floues pour assurer la valorisation du lancement.	La proposition est pertinente. Les arguments donnés montrent que le lancement sera valorisé en magasin.
		<b>1.10. Proposition de vente au rebond :</b> - Identifier un produit à proposer en vente au rebond dans l'assortiment - Justifier le choix	Le produit proposé ne constitue pas du tout une vente au rebond possible	Le produit proposé peut être considéré pour une vente au rebond mais n'est pas forcément le plus pertinent ou l'argumentation n'est pas pertinente	Le produit proposé peut être considéré pour une vente au rebond, l'argumentation est globalement satisfaisante	Le produit proposé est adapté pour une vente au rebond, la justification du choix pertinente.
	<b>Assurer les opérations opérationnelles</b>	<b>2.1. Justifier de l'intégration d'un produit à l'assortiment :</b> - Retrouver les 3 arguments dans le texte - Argumenter	La justification proposée est absente ou ne tient pas compte des éléments du texte	Les arguments proposés sont incomplets	La justification est adaptée mais il manque un argument	La justification est complète et bien argumentée

	<p><b>2.2. Déterminer le linéaire développé accordé au produit :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Calculer les mld accordés</li> <li>- Bien convertir en mètres</li> </ul>	<p>La notion de mld n'est pas maîtrisée, le calcul absent ou inadapté</p>	<p>La notion de mld est connue mais le calcul réalisé est inadapté</p>	<p>La notion de mld est maîtrisée mais il y a une erreur de calcul ou un problème de conversion</p>	<p>La notion de mld est maîtrisée, le calcul est la conversion sont pertinents</p>
	<p><b>2.3. Déterminer la capacité linéaire accordée au produit :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Calculer la capacité linéaire sur un niveau</li> <li>- Calculer la capacité linéaire sur les deux niveaux</li> <li>- Présenter les calculs détaillés</li> </ul>	<p>L'utilisation des calculs de capacité linéaire n'est pas maîtrisée et les propositions ne sont pas pertinentes</p>	<p>L'utilisation des calculs de capacité linéaire est partiellement maîtrisée et les propositions sont partiellement pertinentes – Les calculs ne sont pas posés</p>	<p>L'utilisation des calculs de capacité linéaire est globalement maîtrisée et les propositions sont plutôt pertinentes mais le total est imparfait. Les calculs ne sont pas ou partiellement présentés</p>	<p>L'utilisation des calculs de capacité linéaire est maîtrisée et les propositions sont pertinentes – Les calculs sont posés</p>
	<p><b>2.4. Déterminer le nombre de cartons à commander :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Convertir la capacité linéaire en nombre de cartons à commander</li> </ul>	<p>La conversion en nombre de cartons n'est pas faite ou pas pertinente</p>	<p>La conversion en nombre de cartons est partiellement faite mais pas pertinente</p>	<p>La conversion en nombre de cartons est faite mais le résultat n'est pas approprié</p>	<p>La conversion en nombre de cartons est faite, le résultat est pertinent</p>
	<p><b>2.5. Description du processus de réception des marchandises :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Découper en 5 étapes minimum un processus de livraison à partir d'un document</li> <li>- Ordonner les étapes</li> </ul>	<p>Le processus décrit n'est pas pertinent, pas ordonné, ne correspond pas aux explications du document. Les 5</p>	<p>Le processus décrit n'est pas ordonné ou incomplet, correspond partiellement aux explications du document. Les 5</p>	<p>Le processus décrit est ordonné mais incomplet, incomplet mais en désordre et correspond aux explications du document. Les 5</p>	<p>Le processus décrit est ordonné, complet, et correspond aux explications du document. Les 5 étapes sont présentes</p>

			étapes ne sont pas présentes	étapes ne sont pas toujours présentes	étapes sont présentes	
	<b>Prospecter et valoriser l'offre commerciale</b>	<b>2.6. Contacter la cible :</b> - Proposer une action physique ou digitalisée cohérente pour informer la cible - Citer 4 structures collectives qui correspondent à la cible	L'action proposée n'est pas pertinente et les cibles citées ne sont pas cohérentes avec l'objectif donné par la responsable	L'action proposée n'est que partiellement adaptée et les cibles citées ne sont pas toujours cohérentes avec l'objectif donné par la responsable ou il n'y en a pas 4	L'action proposée est plutôt adaptée et les 4 cibles citées sont globalement cohérentes avec l'objectif donné par la responsable. Il y en a 4 ou presque 4	L'action proposée est plutôt adaptée et les 4 cibles citées sont globalement cohérentes avec l'objectif donné par la responsable
	<b>Développer la clientèle</b>	<b>3.1. Trouver 2 arguments qui justifient la mise en place d'un partenariat avec un influenceur :</b> - Analyser un texte - Retrouver 2 arguments qui justifient de la décision	Les arguments proposés sont inadaptés et ne correspondent pas à ceux du document	Les arguments proposés sont adaptés mais ne correspondent pas à ceux du document	Les arguments proposés sont partiellement adaptés et correspondent aux éléments donnés dans le document	Les arguments proposés sont adaptés et correspondent aux éléments donnés dans le document
<b>3.2. Identification des contraintes liées à ce type de partenariat :</b> - Analyser un texte - Retrouver 4 contraintes liées à la mise en place de ce type d'opération		Les contraintes données sont inadaptées et ne correspondent pas au document	Les contraintes données sont partiellement adaptées et correspondent partiellement au document	Les contraintes données sont adaptées et correspondent globalement au document mais de façon incomplète	Les contraintes données sont adaptées et correspondent au document	
<b>3.3. Choix d'un partenaire influenceur pour l'opération :</b> - Choisir un partenaire adapté pour l'opération		Le choix réalisé est inadapté et la justification n'est pas pertinente	Le choix réalisé n'est pas le plus pertinent et la justification	Le choix réalisé est pertinent mais mal justifié ou pas forcément le plus	Le choix réalisé est pertinent et bien justifié	

		- Justifier du choix accompli		partielle ou inappropriée	pertinent mais bien justifié	
		<b>3.4. Dresser le bilan de l'opération commerciale :</b> - Analyser et calculer les chiffres concernant les visites en ligne et les performances commerciales (CA, ventes en volume, panier moyen ...) - Comparer les résultats en ligne et sur le lieu de vente - Traduire ces chiffres à travers un bilan rédigé et structuré	Dresse un compte rendu erroné ou analyse sommairement les résultats de l'opération commerciale, n'établit pas de comparatif en ligne/magasin	Analyse, mais de façon incomplète les résultats de l'opération commerciale, établit même sommairement comparatif en ligne/magasin	Analyse rédigée et plutôt complète des résultats de l'opération commerciale, établit un comparatif en ligne/magasin	Analyse rédigée et complète des résultats de l'opération commerciale, établit un comparatif en ligne/magasin
		<b>3.5. Avis sur la rentabilité et l'utilité de reconduire l'opération avec préconisation :</b> - juger de la rentabilité en comparant coût et marge réalisée - juger de l'intérêt de la reconduite d'une opération - Emettre une préconisation	Ne maîtrise pas le principe de rentabilité, ne parvient donc pas à argumenter de façon cohérente sur la reconduite de l'opération et émet une préconisation inadaptée.	Juge de façon aléatoire la rentabilité de l'opération, parvient partiellement à juger de la nécessaire reconduite de l'opération et émet une préconisation partiellement adaptée.	Sait vérifier la rentabilité de l'opération, parvient à juger de la nécessaire reconduite de l'opération et émet une préconisation plutôt adaptée.	Sait vérifier la rentabilité de l'opération, parvient à juger de la nécessaire reconduite de l'opération et émet une préconisation plutôt adaptée.