

GRILLE DE DEGRE DE MAITRISE DES COMPETENCES EVALUEES – BLOC DE COMPETENCES 4B

Compétences	Critères et indicateurs d'évaluation	Degrés de maîtrise des compétences évaluées			
		1 : Novice	2 : Débrouillé	3 : Averti	4 : Expert
RECHERCHER ET ANALYSER DES INFORMATIONS À DES FINS D'EXPLOITATION	<p>Pertinence de l'utilisation du système d'information commercial Clarté de l'information interne (SIC) et externe collectée (fiabilité, récence, utilité), pertinence du traitement/exploitation et de l'analyse des informations synthétisées.</p>	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
PARTICIPER À L'OPÉRATION DE PROSPECTION	<p>Cohérence du choix de la cible avec le contexte Pertinence de l'identification de la cible en fonction de la stratégie de l'organisation, des moyens alloués et des contraintes imposées</p>	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
	<p>Adéquation de l'action de prospection avec les moyens humains, financiers et matériels disponibles 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</p>	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

METTRE EN ŒUVRE UNE OPÉRATION DE PROSPECTION	Adaptation des techniques et des outils de prospection mis en œuvre 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
	Efficacité de la communication commerciale à distance et en face-à-face 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.
SUIVRE ET ÉVALUER L' ACTION DE PROSPECTION	Qualité de la mise à jour et de l'exploitation des données obtenues lors des contacts 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
	Pertinence de l'analyse des résultats de l'opération 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
	Réalisme des actions correctives proposées 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.

	Qualité du compte rendu professionnel 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
VALORISER LES PRODUITS ET/OU LES SERVICES	Attractivité de la présentation de l'offre commerciale 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