

DOCUMENT ÉVALUATEUR – Bloc Compétences 4B

Méta compétences, compétences Critères d'évaluation associés	Activités du candidat	Indicateurs	Degré de maîtrise des compétences				
PROSPECTER DE NOUVEAUX CHEFS D'ESCALE POUR ACCUEILLIR DES «ESCALES » A LEUR DOMICILE			NT	1	2	3	4
Activité 1. Assurer la veille commerciale							
Rechercher et analyser les informations à des fins d'exploitation Identifier les informations internes utiles à l'opération de prospection, les extraire et les analyser Collecter, traiter et analyser les informations externes Pertinence de l'utilisation du SIC	1.1. Identifier cinq forces d'Asthéya pour construire l'argumentation	Justesse du repérage de cinq forces d'Asthéya					
	1.2. Repérer cinq opportunités du marché français du thé que vous utiliserez dans votre argumentation	Justesse du repérage de cinq opportunités du marché					
Activité 2. Réaliser et évaluer la prospection auprès des futurs « chefs d'escale »							
Mettre en œuvre une opération de prospection Sélectionner et/ou concevoir des outils d'aide à la prospection et des supports de communication Adaptation des techniques et outils de prospection Argumenter Traiter les objections Suivre et évaluer l'action de prospection Mesurer et analyser les résultats de l'opération de prospection et les écarts par rapports aux objectifs Pertinence de l'analyse des résultats de l'opération Proposer des actions correctives Réalisme des actions correctives proposées	2.1. Elaborer un plan d'appel téléphonique pour contacter les prospects, futurs « chefs d'escale »	Clarté de la prise de contact, raison de l'appel, objectif, prise de rdv et la conclusion					
	2.2. Rédiger un argumentaire structuré, adapté à 5 mobiles pour convaincre les futurs « chefs d'escale » d'accueillir une « escale » à leur domicile	Pertinence des cinq éléments rédigés et qualité de la rédaction					
	2.3. Proposer les réponses adaptées à trois objections que les prospects « chefs d'escale » pourraient formuler.	Pertinence des réponses apportées aux trois objections					
	2.4. Mesurer et analyser la performance de cette opération de prospection et si nécessaire proposer un axe d'amélioration.	Pertinence de la mesure des performances, de l'analyse, du commentaire et de l'axe d'amélioration					
MISSION 2. EXPOSER DANS UN SALON POUR DEVELOPPER LA GAMME DE PRODUITS COSMETIQUES A BASE DE THE			NT	1	2	3	4
Activité 1. Analyser les informations sur le salon Zen&Bio							
Participer à l'action de prospection Déterminer la ou les techniques de prospection adaptées aux objectifs du projet et aux moyens alloués Fixer les objectifs quantitatifs et qualitatifs de l'opération en fonction des moyens alloués Adéquation de l'action de prospection avec les moyens humains, financiers et matériels disponibles Suivre et évaluer l'action de prospection Mesurer et analyser les résultats de l'opération de prospection et les écarts par rapport aux objectifs Pertinence de l'analyse des résultats de l'opération	1.1. Exposer, par mail à votre responsable (luciedufresne@astheya.fr), les raisons de l'adéquation des cosmétiques Asthéya aux critères demandés pour exposer sur ce salon, puis préciser cinq avantages pour Asthéya d'y participer.	Justesse du repérage des critères et de la justification Présence de cinq avantages à participer au salon Présence des mentions obligatoires du courriel Qualité de la communication écrite et structure du courriel					
	1.2. Évaluer les coûts que génèrerait la participation d'Asthéya au salon Zen&Bio.	Justesse des éléments sélectionnés et calculés Justesse des résultats					
	1.3. Mesurer la rentabilité prévisionnelle de cette participation.	Justesse des éléments sélectionnés et des résultats					
	1.4. Commenter ces résultats d'un point de vue quantitatif et qualitatif et, si nécessaire, proposer un axe d'amélioration.	Pertinence et qualité de l'analyse quantitative et qualitative					

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 2022

GRILLE D'ÉVALUATION

2209-MCVB-2 3

Page 1 sur 2

Activité 2. Mettre en œuvre la prospection sur le salon Zen&Bio

Mettre en œuvre une opération de prospection Sélectionner et/ou concevoir des outils d'aide à la prospection et des supports de communication Adaptation des techniques et outils de prospection mis en œuvre Suivre et évaluer l'action de prospection Mesurer et analyser les résultats de l'opération de prospection et les écarts par rapport aux objectifs Pertinence de l'analyse des résultats de l'opération	2.1. Rédiger une publication Facebook pour informer les abonnés d'Asthéya que l'entreprise lance sa gamme de soins cosmétiques naturels et qu'elle les invite au salon Zen&Bio afin de la découvrir.	Justesse des informations Pertinence de la communication commerciale Qualité de la communication écrite et de la présentation					
	2.2. Mesurer et commenter la performance des retombées du « post » Facebook	Justesse des éléments de calculs Pertinence des commentaires					

		NOTE FINALE	
		/ 80	
Observations, commentaires (justification de la note) :			
	Nom et signature du correcteur	NOTE SUR 20 (arrondir au ½ point supérieur)	
		/20	

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 2022
GRILLE D'ÉVALUATION	2209-MCVB-2 3	Page 2 sur 2