

Baccalauréat professionnel Métiers du commerce et de la vente

Option : 4B Prospection Client et Valorisation de l'offre commerciale

Épreuve E2 : Analyse et résolution de situations professionnelles

Repérage des compétences en fonction des critères d'évaluation

Méta compétences et compétences détaillées	Critères d'évaluation et indicateurs
1. RECHERCHER ET ANALYSER DES 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	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
✓ Collecter, traiter et analyser les informations externes	
✓ Mettre à jour le système d'information commercial	
2. PARTICIPER À L'OPÉRATION DE PROSPECTION	
✓ Définir la cible en cohérence avec la stratégie de l'organisation et des moyens alloués	Cohérence du choix de la cible avec le contexte Pertinence de la sélection de la cible en fonction de la stratégie de l'organisation, des moyens alloués et des contraintes imposées 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
✓ Fixer les objectifs quantitatifs et qualitatifs de l'opération en fonction des moyens alloués	
✓ Déterminer la durée de l'opération en fonction des moyens alloués	
✓ Déterminer la ou les techniques de prospection adaptées aux objectifs du projet et aux moyens alloués	
3. METTRE EN ŒUVRE UNE OPÉRATION DE PROSPECTION	
✓ Élaborer le plan de prospection et le plan de tournée	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
✓ Construire et/ou mettre à jour le fichier prospects	

<ul style="list-style-type: none"> ✓ Sélectionner et/ou concevoir des outils d'aide à la prospection et des supports de communication 	<p>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</p>
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Établir le contact avec le prospect dans des situations de prospection physique et/ou à distance ✓ Identifier les besoins du prospect 	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Argumenter 	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Traiter les objections 	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Conclure 	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Prendre congé 	
<p>4. SUIVRE ET ÉVALUER L'ACTION DE PROSPECTION</p>	<p>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</p> <p>Pertinence de l'analyse des résultats de l'opération Qualité de l'analyse du tableau de bord (en fonction des objectifs fixés/prévus)</p> <p>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</p> <p>Réalisme des actions correctives proposées Précision dans les propositions/axes d'amélioration/de remédiations de l'opération de prospection</p>
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Traiter et exploiter les contacts obtenus lors d'une opération de prospection 	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Mettre à jour le fichier prospect et le système d'information mercatique 	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Qualifier les contacts 	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Définir les actions à mener auprès des contacts 	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Mesurer et analyser les résultats de l'opération de prospection et les écarts par rapport aux objectifs 	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Déterminer les causes des écarts 	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Rendre compte de l'opération de prospection 	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Proposer les actions correctives 	
<p>5. VALORISER LES PRODUITS ET/OU LES SERVICES</p>	<p>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</p>
<ul style="list-style-type: none"> ✓ 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 	