ISGMI | Institut Supérieur de Gestion et de Management de l'Information

LIVRET DU CANDIDAT

Chargé de gestion commerciale
Titre certifié de niveau 6
Codes NSF : 312m 313
N° de fiche RNCP 34465
Certificateur : FORMATIVES

SOMMAIRE

1. INTRODUCTION 3
2. LE CONTENU DE LA FORMATION 4
a) Les unités d'enseignements dispensées 4
b) Les examens obligatoires en cours de formation 4
3. LES TRAVAUX DE COMPÉTENCES 7
a) Présentation des travaux réalisés pendant la formation 7
b) Les thèmes des travaux de compétences 8
4. LE DOSSIER RAPPORT D'ACTIVITÉS 12
5. LE DOSSIER PROJET 12
6. LES GRILLES DE COMPÉTENCES 12
7. LE LIVRET D'EMPLOYABILITÉ 13
a) Objectifs 13
b) Méthode de travail 13
c) Conseils 13
8. LES EXAMENS NATIONAUX 14
9. LE GRAND ORAL 17
a) Objectifs du grand oral 17
b)Documents à produire lors du grand oral 17
c) Découpage de l'oral 17
d) Grilles remises au jury pour évaluer vos compétences 22
10. RÉCÉPISSÉ DES INFORMATIONS 26

1. INTRODUCTION

Présentation de l'ISGMI :

L'Institut Supérieur de Gestion et de Management de l'Information (ISGMI), est une institution éducative globale dotée de programmes innovants.

Grâce au déploiement interactif de quatre plate-formes additionnelles en Education, Recherche, Think Tank et Forum, ISGMI s'est engagée à développer des talents interculturels dont la mission est d'accompagner le développement global des entreprises internationales et digitales.

L'ISGMI favorise la convergence des talents en servant les entreprises et les pouvoirs publics. Elle promeut la coopération interrégionale et Interculturelle et facilite ainsi la communication des différentes industries entre elles.

En partenariat avec le Certificateur Formatives, l'ISGMI respecte les valeurs pédagogiques et engagements communs :

- ✓ Proposer des parcours pédagogiques performants et professionnalisants, en employant des méthodologies d'apprentissage variées,
- ✓ Accueillir les étudiants avec bienveillance, mettre des moyens en œuvre pour favoriser leur montée en compétences et leur insertion professionnelle.
- ✓ Confier l'apprentissage des candidats à des équipes de formateurs compétents et engagés dans le suivi et la progression pédagogique,
- ✓ Analyser les évolutions du marché et les attentes des entreprises afin de proposer des formations qui seront en phase avec les transformations dans le monde du travail.

« Bien formés et guidés, sachant valoriser leur dynamisme et leurs compétences dans un vivier favorable, nos titrés ont les meilleures chances de réussir le démarrage de leur vie professionnelle ! »

2. LE CONTENU DE LA FORMATION

a) Les unités d'enseignements dispensées

- ➔ UE 1 : GESTION D'ENTREPRISE (10 crédits)
- ➔ UE 2 : MARKETING (6 crédits)
- ➔ UE 3 : MANAGEMENT ET RESSOURCES HUMAINES (4 crédits)
- ➔ UE 4 : OUTILS ET SUPPORTS (10 crédits)
- ➔ UE 5 : TECHNIQUES ET STRATÉGIES COMMERCIALES (10 crédits)
- ➔ UE 6 : GESTION COMMERCIALE (10 crédits)
- ➔ UE 7 : VALORISATION DES COMPÉTENCES PROFESSIONNELLES (10 crédits)

b) Les examens obligatoires en cours de formation

Compétences	Modalités d'évaluation	Critères d'évaluation
3.2 Mobiliser les savoirs et techniques de droit pour mettre en place des contrats commerciaux. Élaborer une proposition commerciale et financière à l'attention d'un client.	**UE 2 : Marketing** **Contrôle continu écrit** **Droit des contrats** **Durée préconisée : 2H** Le candidat devra analyser différents contrats commerciaux et rédiger ses préconisations. Il lui est également demandé de soumettre une proposition commerciale.	La collecte d'informations juridiques est qualitative. Les principaux des éléments des contrats sont définis et correctement analysés. Le candidat propose des actions correctives
2.10 Analyser l'identité de la marque pour assurer la cohérence des décisions et des actions pouvant influencer la perception de cette marque. Formaliser la politique RSE de l'organisation et mettre en place une stratégie de réputation numérique dans le cadre d'une gestion de crise ou pour parer toute difficulté. Utiliser les outils numériques pour la diffusion d'information.	**UE 2 : Marketing digital, e-réputation** **Contrôle continu écrit** **Notoriété et e-réputation** **Durée préconisée : 2H** À partir des études réalisées précédemment et de son analyse de l'environnement interne, le candidat doit préciser le contexte et les enjeux, puis proposer une stratégie de protection de l'entreprise ou d'un produit / service sur internet qui prend en compte les engagements de l'organisation en termes d'éthique, de RSE, de développement durable.	Le candidat présente une analyse approfondie de la stratégie de présence en ligne de l'organisation, à l'aide d'un outil approprié (QQOQCCP). Il décrit l'identité numérique : médias sociaux et buts recherchés, en lien avec la stratégie. La stratégie « web social » proposée et les mots clés sont pertinents. Il propose un plan d'actions pour entretenir les contenus présents sur le web : circulation des informations, référencement, contenus ou actualités mis à jour, relations avec les internautes. La stratégie comprend une veille permettant de contrôler son image en ligne et des outils de veille adaptés. Connaissance des process de la RSE (niveau 2 / 5 minimum).
Compétence complémentaire : Maîtriser les moyens utilisés pour remplir les objectifs définis par le marketing stratégique	**UE 2 : Marketing opérationnel** **Contrôle continu écrit** **Marketing opérationnel** **Durée préconisée : 2H** Le candidat effectue une analyse du marché et étudie la stratégie marketing. Son marketing mix lui permet de rendre ses préconisations.	L'analyse du marché est circonstanciée La segmentation est satisfaisante et permet de proposer des actions concrètes et réalisables La stratégie est correctement définie Le candidat détaille le mix produit, prix, distribution, promotion Les préconisations sont variées : communication, promotion, publicité, marketing direct...
3.7 Mobiliser ses connaissances des différentes cultures et usages locaux afin de mieux comprendre les différentes cultures, et d'adapter les offres à la clientèle.	**UE 3 : Management interculturel** **Contrôle continu - Mise en situation** **Management interculturel** **Travail de groupe** : Il est demandé aux candidats de proposer des solutions sur un sujet de management interculturel qu'ils auront choisi de traiter (sujet validé en amont par le référent pédagogique).	L'analyse du contexte est pertinente. Le candidat est capable d'observation, d'objectivité dans l'analyse des problématiques relationnelles. Maîtrise confirmée du management interculturel (minimum 3 / 5). Le candidat démontre des qualités managériales
4.5 S'exprimer et se faire comprendre en langue anglaise dans son environnement professionnel afin de réaliser des ventes en face à face, par téléphone, sur internet... Viser le niveau requis pour le TOEIC	**UE 6 : Anglais professionnel** **Contrôle continu oral en anglais** **Vente** **Mise en situation professionnelle** **Durée : 15 minutes** (5 minutes de préparation, 5 minutes de présentation, 5 minutes d'échanges avec le jury) Le candidat réalise un acte de vente	L'analyse du contexte et de l'environnement est pertinente Le candidat adapte sa communication en fonction de l'interlocuteur Sa culture métier lui permet de proposer une argumentation afin de traiter les objections. Il fait preuve d'assertivité, de perspicacité Le vocabulaire spécifique / technique est maîtrisé (niveau 3 minimum) Le candidat exprime ses idées de façon fluide

	dans le cadre défini par le formateur.	L'exposé est structuré
4.3 Développer une méthode d'analyse des informations collectées et de recherche d'éléments complémentaires afin de réaliser un budget prévisionnel. Proposer des outils et moyens de contrôle pour le suivi du budget au fil du temps.	**UE 6 : Budget d'un service** **Contrôle continu écrit** **Gestion d'un budget** **Durée préconisée : 2H** A partir d'éléments concrets, le candidat détermine le budget d'un service et construit un plan d'actions.	La collecte d'informations budgétaires est qualitative : toutes les charges et dépenses sont prises en compte et bien regroupées par catégorie. Maîtrise confirmée de la comptabilité générale (niveau 3 / 5 au moins). Tous les éléments constitutifs sont présents. Les charges et produits sont bien identifiés. La présentation du budget est satisfaisante
4.2 Mobiliser les procédures administratives de traitement afin d'assurer le suivi des commandes. - Mettre en place un tableau de bord de suivi de l'activité et des résultats permettant d'analyser les écarts et de proposer des actions correctives. - Utiliser les outils de gestion pour optimiser le pilotage de son service. - Mobiliser les éléments de la comptabilité générale et de la comptabilité analytique afin de déterminer des coûts de revient par produit / service	**UE 6 : Management d'un service commercial** **Contrôle continu écrit** **Performance d'un service** **Durée préconisée : 2H** Le candidat détermine pour un service les indicateurs de suivi de l'activité, propose un tableau de bord de suivi opérationnel. Il réalise un diagnostic et une analyse du budget du service commercial et propose des outils pour en mesurer les performances. Il termine par des préconisations pour doper la rentabilité du service.	Les charges et produits sont bien identifiés. Le budget de trésorerie est correct, le candidat propose des choix de placement ou de gestion de découvert judicieux. Il propose un tableau de bord de suivi de l'activité et des résultats du service. Les écarts de performance et de rentabilités sont analysés, des actions correctives sont proposées. Des axes d'amélioration sont proposés pour doper la rentabilité (meilleurs taux de conversion, fidélisation accrue et coûts mieux maîtrisés).
	UE 6 : Gestion commerciale **Contrôle continu écrit** **Analyse de gestion commerciale** **Durée préconisée : 2H** À partir d'éléments fournis, le candidat analyse des indicateurs de suivi de l'activité (commandes ou réservations, évolution du CA...) Il détermine des taux de marge et des ratios afin de produire un diagnostic de rentabilité commerciale de produits ou services.	Maîtrise confirmée de la comptabilité générale et de la comptabilité analytique (niveau 3 / 5 au moins). Tous les éléments constitutifs sont présents. L'analyse de l'activité commerciale est objective et justifiée. Les taux et ratios sont correctement calculés. Les résultats sont analysés, interprétés et commentés et permettent d'établir un diagnostic de rentabilité fiable. Des recommandations réalistes sont formulées.
4.4 Mobiliser les outils et techniques de négociation permettant de développer un argumentaire et de mener à bien une négociation.	**UE 6 : Négociation commerciale** **Contrôle continu Challenge** **Négociation commerciale** À partir d'une situation concrète, le candidat propose une stratégie de négociation en précisant comment il contacte le client, quelles techniques il met en place... Une grille d'évaluation est élaborée avec l'ensemble des participants avant le début du challenge Le formateur propose un jeu de rôle. Il précise les conditions de l'exercice : durée, objectifs, présentation avec ou sans support, face à une personne ou un groupe.	L'analyse de la situation prend en compte tous les éléments constitutifs : contexte, client, concurrence... Le candidat démontre une méthodologie et une bonne maîtrise des différentes étapes de la négociation. Il propose un argumentaire permettant de lever les objections et de convaincre son interlocuteur, il fait preuve de capacités de conviction. Ses préconisations sont judicieuses.

Savoirs Savoir-faire

Savoir-être

Contrôle continu	Missions	Projet	Visites entreprise, carnet de suivi
Évaluation par les formateurs :	Évaluation par les tuteurs :	Évaluation par les tuteurs	Évaluation par les tuteurs
•de 7 compétences **•des performances**	**•de 5 compétences**	**•de 6 compétences**	**•des compétences transversales**

Conditions de présentation aux épreuves nationales :

Chaque UE ≥ 10 Rapport d'activité d'employabilité Dossier projet Livret

validés par le référent compétences

Épreuves nationales (écrits individuels) sur 2 jours

Sujet, grilles, barème transmis par le certificateur- Correction par les formateurs

Double correction aléatoire par le certificateur.

Évaluation de 9 compétences

Conditions de validation et de présentation au grand oral :

Note ≥ 12/20

Présence d'un représentant du certificateur

Déroulé, grilles, barème transmis par le certificateur - Évaluation par le jury du grand oral :

* des blocs de compétences par le jury (cf **27évalutions de compétences** réalisées au préalable),

* des **compétences transversales**,

performances du

Conditions de validation de la certification :

* 3 blocs de compétences validés

* 9 compétences transversales minimum validées

* 36/60 en performance au minimum

3. LES TRAVAUX DE COMPÉTENCES

a) Présentation des travaux réalisés pendant la formation

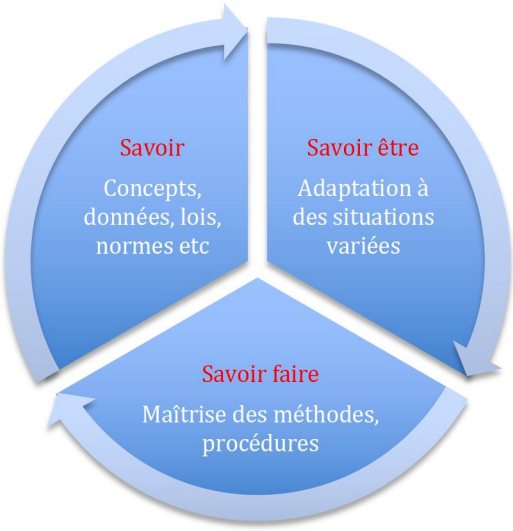
La liste des travaux de compétences imposés pour la certification doit être respectée par le candidat
Pour obtenir la certification, le candidat doit présenter en fin de formation ses compétences attestées (par le tuteur d'entreprise, les formateurs et le référent compétences).

Pour chaque travail demandé ci-après, le candidat :

- Doit démontrer le niveau 6 : On attend une prise de hauteur, il ne s'agit pas de présenter des constats uniquement. Les travaux réalisés par le stagiaire doivent permettre de convaincre les interlocuteurs (employeur, collaborateurs, financiers...) qu'une réflexion personnelle a été menée et que le candidat apporte une réelle plus-value à l'organisation.
- A toujours le **choix du contexte** :
  - Son entreprise actuelle ou passée, un projet terminé ou en cours, l'actualité.
  - Selon le cas, il peut baser son expertise sur l'entreprise dans sa globalité ou faire un focus sur un service, un process en particulier.
- Doit **respecter le fond** :
  - Les 11 thèmes sont imposés par le certificateur qui les a déposés dans son dossier de certification
  - En respectant ces thèmes, le candidat est certain de ne jamais avoir d'évaluation à zéro dans la grille de compétences en fin de formation
  - Doit **respecter la forme** : un compte rendu de 5 pages + d'éventuelles annexes
    Le candidat présente le contexte, un diagnostic, une analyse puis propose quelques pistes d'amélioration.

➢ Les objectifs sont :

- D'impliquer et de motiver davantage le stagiaire dans les activités de l'entreprise,
- D'amener le tuteur et les managers à s'impliquer (idéalement l'évaluation est faite en entreprise, à défaut par un formateur compétent),
- D'impliquer les formateurs dans les acquis de compétences,
- D'inciter **l'auto apprentissage**,
- De créer une synergie entre formateurs, tuteurs et stagiaires.
- De **dépasser le stade des connaissances (savoir)** dans tous les domaines de la certification grâce à des travaux de recherche (**adaptabilité** à différentes situations, mise en pratique de méthodes...) et une implication personnelle permettant d'acquérir du **savoir-être** et un peu de **savoir-faire**, y compris dans les domaines éloignés des missions en entreprise.



b) Les thèmes des travaux de compétences

DOSSIER RAPPORT D'ACTIVITÉ			
Les comptes rendus	Compétences évaluées	Modalités	Critères d'évaluation
Actions commerciales UE 5 : Techniques commerciales	1.3 Choisir des actions commerciales à mener et préciser le budget alloué pour répondre au cahier des charges fourni par une organisation. Mobiliser les outils afin de capter et / ou fidéliser la clientèle. Programmer des actions ciblées permettant de proposer des réponses individualisées. Analyser le déroulé d'actions de marketing direct afin de proposer des pistes d'amélioration lors d'une prochaine campagne.	Pour répondre au besoin d'une organisation, les candidats mettent en place des actions commerciales. En fin de campagne, chaque candidat rédige un compte-rendu des missions réalisées et émet des recommandations afin de mieux cibler les actions ultérieurement.	Les objectifs sont bien identifiés. Les candidats préparent leurs actions de façon cohérente : planning et budget validés par l'organisation. L'inbound marketing est favorisé (hyperpersonnalisation des messages apportant des réponses individualisées). Les résultats attendus sont précisés, un ROAS (Rentabilité avérée ou potentielle) de la campagne est établi.
Plan d'actions promotionnelles et publicitaires UE 5 : Actions promotionnelles et publicitaires	1.2 Définir les besoins et les objectifs de la campagne puis sélectionner les moyens et ressources nécessaires à cette campagne afin de construire un plan d'actions détaillant les contenus et les phases d'opérations. Mobiliser les procédures multimédia pour proposer un plan d'actions omni canal. Présenter un plan d'actions promotionnelles à son équipe ou à la direction de l'établissement.	Après avoir défini les ressources nécessaires et les objectifs d'une campagne promotionnelle, les candidats proposent un brief clair et applicable ainsi qu'un plan de campagne qui doit être validé par l'organisation. En fin de campagne, chaque candidat rédige un compte-rendu, il émet des recommandations afin de mieux cibler les actions ultérieurement	Les ressources et objectifs de la campagne sont clairement définis. La présentation des faits nécessaires est satisfaisante. Cohérence entre le plan de communication et la stratégie adoptée (cibles, coût, choix des supports média et hors média, communication institutionnelle, Community management, promotion des ventes, foires et salons, opérations commerciales, stratégie créative). Les objectifs, le budget, les moyens sont clairement explicités. La campagne Média est correctement planifiée. Niveau confirmé en expression (écrite, orale) de niveau 6.
Actions événementielles UE 2 : Marketing événementiel	2.4 Définir les objectifs de l'événement autour de l'offre et de l'enseigne (salons, expositions...) pour proposer une planification cohérente avec les besoins exprimés par l'organisation. Anticiper les risques professionnels pour les participants à l'événement afin de parer aux divers aléas envisageables. Définir le rôle de chaque membre, exercer un contrôle et une évaluation de l'activité pour en conserver le contrôle des ressources disponibles	Pour répondre aux besoins d'une organisation, les candidats mettent en place des actions événementielles dans le cadre d'une promotion sur point de vente, d'un salon professionnel... (B to B ou B to C). En fin de campagne, chaque candidat rédige un compte-rendu émet des recommandations.	Le descriptif des objectifs est concis. La planification (organisation des taches) et les méthodes de contrôles sont décrites. L'analyse des ressources mobilisées sur ce projet est pertinente. Les risques sécuritaires répertoriés sont pertinents, la liste est exhaustive. Le diagnostic est pertinent (évaluation d'impacts). Le candidat propose des actions correctives cohérentes afin d'améliorer le KPI ou les ventes ultérieurement. Il démontre un réel sens relationnel.
Indicateurs de suivi logistique UE 1 : Gestion logistique	3.4 Mobiliser les outils permettant de suivre la disponibilité des produits (en magasin, en réserve...) afin de satisfaire au mieux le client. Le cas échéant, exploiter des solutions cross canal pour livrer rapidement les produits non disponibles ou configurés à la commande.	Le candidat détermine les indicateurs de gestion des produits ou services et propose son tableau de bord à l'organisation. Il rédige un compte-rendu et émet des recommandations à l'attention de son manager / directeur.	Le candidat justifie les indicateurs choisis, il sera jugé sur leur pertinence et leur fiabilité. Il précise les résultats (utilisation du tableau de bord, taux de remplissage, dysfonctionnements constatés, etc). Les préconisations sont présentes et judicieuses, elles permettront à l'organisation d'améliorer sa gestion logistique.
Mise en place ou développement de partenariats UE 5 : Commercial et Sponsoring Et UE 6 : Anglais professionnel	1.5 Repérer des partenaires potentiels (revendeurs, fournisseurs, bloggeurs, collectivités, agences, etc) et leur positionnement pour avoir une vision globale du marché. Effectuer une sélection de partenaires et organiser les modalités de coopération en fonction des critères définis avec la direction. Gérer un réseau de distributeurs, fournisseurs, agents dans le cadre de projets commerciaux. S'exprimer dans la langue étrangère dans son environnement professionnel.	Le candidat propose une organisation commerciale et un plan d'actions pour trouver des partenariats et des sponsors. Il rédige sa recommandation en anglais.	L'analyse de la situation prend en compte tous les éléments constitutifs : contexte, marque, produit ou service à mettre en valeur, marché... L'organisation commerciale proposée est réaliste et prend en compte l'organisation de l'entreprise, les contraintes des commerciaux.... Le candidat propose un plan d'actions pour trouver des partenariats et sponsors qui est réaliste selon le secteur. Ses préconisations sont judicieuses. Le vocabulaire spécifique / technique est maîtrisé (niveau 3 / 5 minimum).

			Le candidat exprime ses idées de façon fluide. La recommandation est structurée.

DOSSIER PROJET			
Les comptes rendus	Compétences évaluées	Modalités	Critères d'évaluation
Brief, étapes et conditions de réussite d'un projet UE 4 : Méthodologie de la gestion de projet	2.5 Déterminer les contraintes et ressources d'un projet / service commercial afin de pouvoir affecter les moyens matériels, humains et techniques nécessaires. Coordonner les fonctions supports, gérer la logistique et les approvisionnements pour optimiser le déroulement du projet ou le fonctionnement du service.	Dans son dossier Projet, le candidat définit le projet (brief), le cahier des charges et les paramètres de réussite. Il précise le processus de gestion des aléas, les moyens de contrôle mis en place, les parades utilisées, la communication, l'impact sur le budget...	Le projet est clairement présenté (speed boat par exemple). L'analyse doit être globale et tenir compte de tous les éléments constitutifs : matériels, compétences techniques, effectifs, calcul des coûts et des marges. Les outils de planification (PERT, GANTT...) sont adaptés et correctement utilisés ; les délais respectés. Les outils de communication choisis sont cohérents avec les objectifs visés. Le candidat expose son évaluation et les paramètres de réussite : de la conception, du processus, des résultats du projet (coordination, organisation, suivi logistique, gestion des aléas...).
Analyse de données UE 4 : Analyse de données	2.6 Utiliser les outils statistiques afin d'optimiser les actions commerciales et d'identifier de nouvelles opportunités. Avoir une connaissance proactive de sa clientèle et de leurs attentes en transformant le big data en smart data pour améliorer le ciblage des campagnes.	En groupe, les candidats réalisent des études quantitatives et qualitatives de l'environnement. Chaque candidat effectue ensuite une analyse des données : trafic, évolution du CA, marges, satisfaction clients, ROI... Il analyse les écarts entre prévisions et réalisations et rédige ses recommandations	La collecte d'informations est de qualité : fiabilité et stabilité des informations recueillies. Une analyse globale des données est produite. Le candidat démontre ses capacités à utiliser des outils statistiques afin de produire des résultats fiables et utilisables pour l'analyse de données. Tous les éléments sont pris en compte et la présentation est synthétique. Les choix de diffusion de l'information sont pertinents aux vues du contexte.
Plan d'actions et budget prévisionnel UE 1 : Gestion d'entreprise	3.1 Tenir compte de la zone de chalandise et mobiliser les outils de planification et de partage d'informations dans l'objectif de proposer un plan d'actions cohérent. Réaliser un budget prévisionnel afin de maîtriser les coûts et recettes lors d'une campagne puis évaluer les retombées d'une campagne commerciale. Préparer une argumentation pour défendre son plan d'actions afin d'accroître les ventes. Proposer des outils afin d'assurer un contrôle budgétaire du suivi des actions.	Dans le cadre du projet commercial mené en groupe, le candidat présente dans son Dossier Projet le plan d'actions, le budget prévisionnel et les retombées attendues.	Le plan d'actions est cohérent avec l'analyse mercatique menée. La collecte d'informations budgétaires est qualitative : toutes les charges et dépenses sont prises en compte et bien regroupées par catégorie. Maîtrise confirmée de la comptabilité générale (niveau 3 / 5 au moins). Tous les éléments constitutifs sont présents. Les charges et produits sont bien identifiés. La présentation du budget est satisfaisante
Animation d'un site commercial en ligne UE 4 : Référencement, Brand Content	2.7 Analyser le cahier des charges pour déterminer clairement les besoins d'un client. Proposer une expérience client personnalisée, riche et interactive qui développe et rassemble des communautés d'intérêt client autour de l'enseigne. Utiliser les outils numériques pour créer des contenus visuels et rédactionnels adaptés au besoin. Améliorer le référencement du site afin de le rendre plus visible et plus attractif.	En groupe, les candidats définissent le cahier des charges pour répondre aux besoins de digitalisation de la TPE / PME ou du service commercial. Ils créent et animent un site web et produisent des contenus visuels et rédactionnels. Il est demandé à chacun de rédiger un compte-rendu d'analyse du cahier des charges, des activités menées et de proposer des axes d'amélioration ou des actions correctives	Le cahier des charges est correctement analysé. L'expérience client proposée est personnalisée, interactive et permet de rassembler des communautés d'intérêt autour de l'enseigne ou du produit. Les outils numériques et bureautiques ont été correctement utilisés pour améliorer le référencement. Maîtrise confirmée des outils de création de contenus. Le candidat démontre des qualités rédactionnelles de niveau 6.

Outils RC / CRM UE 4 : Informatique, Gestion base de données	2.8 Mobiliser les outils et techniques de prospection adaptés aux marchés et cibles permettant de développement un portefeuille clients. Définir et caractériser les principaux produits ou services pour avoir une vision globale de l'offre. Mobiliser les outils et techniques de la relation commerciale (CRM) afin d'optimiser la gestion des contacts et ainsi accroître le chiffre d'affaires. Mobiliser les outils de gestion pour mesurer les écarts de performance des ressources de production et financières d'un projet	Lors de son projet commercial, le candidat met en place des outils de relation commerciale permettant de gérer et développer un portefeuille clientèle. Il termine son dossier avec une évaluation du projet mené : audit des moyens mis en œuvre et impacts, mesure des écarts de budget et préconisations.	Savoir mettre en place, développer et analyser des outils de CRM L'analyse est pertinente et complète : objectifs, planification, tableaux de suivi, système d'information. Des indicateurs pertinents sont utilisés pour mesurer les actions et résultats produits. La collecte d'informations budgétaires est qualitative : toutes les charges et dépenses sont prises en compte et bien regroupées par catégorie. L'analyse des coûts est objective et présentée avec les normes comptables. Le ROI est calculé. Le candidat parvient à mesurer et interpréter les écarts, il prouve ses capacités à générer des solutions.
Qualité, RGPD et RSE UE 4 : RGPD, Qualité, RSE	2.9 Réaliser une veille législative et mobiliser ses connaissances en droit pour assurer la mise en conformité de son entité avec la législation en vigueur. Mobiliser les outils permettant de suivre une démarche Qualité tout au long du projet. Définir la situation de la RSE (responsabilité sociale de l'entreprise) afin d'inclure une démarche responsable dans le projet.	Dans son dossier Projet, le candidat mène une réflexion pour réduire les coûts en améliorant la qualité de la prestation. Son projet tient compte de la réglementation, notamment en termes de protection des données.	Maîtrise confirmée des dernières normes et des processus RSE (niveau 2 / 5 minimum). Tous les éléments sont pris en compte et la présentation des réglementations est synthétique. Le candidat présente une analyse de la valeur. Il propose des axes d'amélioration et de développement de processus Qualité (accessibilité, conformité des locaux et des équipements, respect des règles d'hygiène et de sécurité). Une méthodologie de contrôle du processus est présentée (Roue de Deming, PDCA). Le candidat prouve sa capacité de conviction : sensibilisation et motivation des intéressés. Les choix de diffusion de l'information sont pertinents aux vues du contexte.

FICHE D'ÉVALUATION D'UN TRAVAIL DE COMPÉTENCES

Nom et prénom du candidat :

Formation suivie :

Type de travail : Compte rendu

Sujet :

Ce que ce travail m'a apporté (connaissances, savoir être, savoir faire) :

Évaluation des compétences :

- ☐ 0 (pas de connaissance, hors sujet)
- ☐ 1 (un peu de connaissance mais ne maîtrise pas – Connaissances purement théoriques)
- ☐ 2 (des connaissances, maîtrise sans autonomie)
- ☐ 3 (bonnes connaissances et compétences, maîtrise avec autonomie)
- ☐ 4 (parfaites connaissances et compétences, maîtrise experte)
- ☐ 5 (peut transmettre connaissances et compétences, former son remplaçant sur le sujet traité)

Tuteur d'entreprise ou formateur	Candidat	Validation par le référent Compétences
Date, cachet et signature	Date et signature	Date et signature

4. LE DOSSIER RAPPORT D'ACTIVITÉS

Ce document doit permettre aux membres du Jury d'avoir une vision globale du candidat (formations, expériences professionnelles) et surtout de ses compétences.
Il est donc indispensable de respecter les dispositions du certificateur qui en contrôle la conformité avant de vous octroyer les crédits associés.
Il comporte :

- Une présentation personnelle qui explique **quand et comment** vous avez acquis des compétences (savoir, savoir-être, savoir-faire) en précisant votre **cursus scolaire et universitaire** ainsi que **toutes les missions** qui vous ont été confiées (avec résultats, performance), **vos principales activités** réalisées dans l'entreprise. Vous pouvez présenter plusieurs expériences professionnelles significatives sous forme de schéma, graphique, tableau... Pensez qu'un document synthétique est plus rapidement compris par les membres du jury.
- Tous les travaux de compétences et leur évaluation, validés par votre référent Compétences
  Vous pouvez en effet profiter d'expériences précédentes (stages, contrats de professionnalisation...) mais également d'activités non professionnelles (encadrement d'une équipe sportive, coaching théâtral...) qui vous ont apporté des compétences utilisables dans votre domaine.

Remarques :

- Le rapport final d'activités est **présenté lors du grand oral**. Il permet au Jury d'avoir une vue complète sur le contexte de travail et l'intensité d'activités professionnelles du candidat. Le titré en conserve l'original, une copie est faite pour le centre de formation, pour le tuteur et pour le certificateur (format pdf : **NOM Prénom Rapport d'activité Date**).

- **Le rapport d'activités n'est pas évalué par le Jury, ses membres vérifient le bien fondé des travaux déjà évalués** par le tuteur et / ou un formateur. Si les travaux sont conformes et correctement évalués, les crédits sont affectés par le certificateur. Dans le cas contraire, les membres du jury signalent l'anomalie et les crédits ne sont pas affectés à l'UE 7.

5. LE DOSSIER PROJET

Les candidats réalisent seuls ou en groupe un projet (ou plusieurs petits projets) en cours de formation.
Chacun rédige ensuite 6 comptes rendus correspondant aux 6 jalons obligatoires présentés précédemment.
Le dossier projet comporte :

- Une présentation du projet (Compte-rendu 1)
- 4 comptes rendus correspondant aux 4 jalons intermédiaires
- 1 bilan du projet (Compte-rendu 6)

En cours de formation, deux oraux de groupe sont organisés pour la présentation et le bilan du projet.

En fin de formation, chaque candidat se présente individuellement devant les membres du jury du grand oral avec son dossier projet.

6. LES GRILLES DE COMPÉTENCES

Les grilles de compétences ont été déposées auprès de France Compétences, le certificateur s'est engagé à proposer une formation permettant à chaque candidat d'acquérir et d'évaluer l'ensemble de ces compétences.
C'est pourquoi la grille d'évaluation des compétences complétée par le candidat et son tuteur est **OBLIGATOIRE**.

➔ Cette grille est un outil qui vous permettra ensuite de réaliser votre bilan de compétences (Voir partie 7, le livret d'employabilité). Elle doit être transmise au certificateur : **NOM Prénom Grille de compétences**

7. LE LIVRET D'EMPLOYABILITÉ

L'objectif est que vous puissiez faire un bilan des compétences acquises pendant votre formation et lors de vos stages ou missions en entreprise(s) afin d'être performant lors de votre recherche d'emploi.
C'est un outil de valorisation de ses expériences personnelles, professionnelles et de ses compétences.
Son contenu doit être constamment mis à jour et communicable aisément.

a) Objectifs

- C'est votre vitrine : l'auto-évaluation des compétences permet de construire votre portfolio
- Il doit vous permettre de comprendre les liens qui existent entre les savoirs (connaissances, savoir-être, savoir-faire) et les enjeux professionnels auxquels vous serez confrontés ➔ Il a donc pour but de favoriser votre employabilité.
- Il permet de mieux identifier les valeurs qui comptent pour vous
- Il donne une cohérence à des parcours variés, notamment lorsqu'ils sont atypiques
- Mémoire vive de votre parcours de formation et de votre vie active, le livret d'employabilité vous accompagnera dans vos démarches de recherche d'emploi, de mobilité professionnelle, de reconnaissance de VAE (validation des acquis par l'expérience). Il vous aidera également à préparer un entretien, à rédiger une lettre de motivation ou à justifier vos besoins en formation.

b) Méthode de travail

- Définissez le but de votre livret d'employabilité : poste(s) visé(s), compétences à démontrer...
- Partez de fiches de poste pour déterminer les attentes exprimées par les entreprises et les compétences nécessaires. Analysez le rapport entre savoirs et compétences.
- Définissez vos objectifs à court, moyen et long termes.
- Présentez-vous : personnalité, valeurs, image de soi, souhaits de vie... Cette réflexion personnelle doit mettre en valeur vos atouts, qualités et axes d'amélioration.
- Il est conseillé de réaliser des tests de personnalité (Pensez à citer vos sources et surtout à analyser les résultats obtenus lors de ces tests).
- Des représentations visuelles sont appréciées (graphiques, courbes, schémas, diagrammes...)
- A partir des preuves recueillies dans votre rapport d'activités, formulez les connaissances et compétences acquises. Valorisez-les en les organisant de façon cohérente, claire et structurée dans votre bilan de compétences :
  - Métier (à partir des grilles d'évaluation des compétences du rapport d'activités)
  - Transversales (Analyse et synthèse, organisation, gestion du temps, esprit d'initiative, autonomie, communication, animation d'équipe...)
  - Humaines et relationnelles (Communication interpersonnelle, travail en équipe, créativité, motivation, prise de décision, délégation, gestion du changement, négociation...)
  - Informatiques, outils numériques
  - Linguistiques (langues maîtrisées : niveaux écrit et oral)
    Faites apparaître clairement vos points forts et axes d'amélioration
- Réfléchissez à votre projet professionnel et bâtissez un plan d'actions (pour améliorer certaines compétences utiles). Faites distinctement apparaître vos motivations.

Analysez votre poste idéal, réfléchissez au type d'entreprise que vous aimeriez intégrer et au management que vous privilégiez...
Le projet professionnel présenté doit être en corrélation avec votre bilan de compétences et vos aspirations.

c) Conseils

- Informez-vous méthodiquement et régulièrement sur les contenus des domaines de compétences visés (veille documentaire) pendant votre formation initiale puis en appui à la formation tout au long de la vie
- Rendez le contact facile (coordonnées, liens sur le net...)
- Utilisez le marketing personnel (Personal Branding) pour mettre en valeur votre livret d'employabilité
- Pensez à y inclure une copie de vos diplômes ou titres, attestations de formation, certificats, recommandations
- Ce portfolio des compétences est à penser avec le développement des outils du web (e-portfolio), de la e-réputation, d'un réseau identifié.
- Vous pouvez utiliser un format original pour diffuser votre livret d'employabilité ou y ajouter une touche personnelle (mur d'images, citations, etc) : la créativité permet parfois de sortir du lot !

➔ Aidez-vous de votre grille d'évaluation des compétences comme outil qui vous permettra de réaliser votre bilan de compétences.

8. LES EXAMENS NATIONAUX

En partenariat avec une entreprise, Formatives prépare un cas concret regroupant plusieurs thématiques nécessitant une analyse macro et micro de l'environnement.

En fin de formation, le stagiaire est évalué en situation professionnelle. Il doit répondre à des problématiques proposées par l'entreprise partenaire. Il s'agit d'une **épreuve nationale** imposée par le certificateur le même jour dans tous les centres de formation partenaires :

- Une première journée est consacrée à des travaux de recherche en groupe (benchmark sur l'environnement externe). Chaque candidat débute sa copie numérique en rédigeant ses **trois synthèses** en fin de journée.
- Le lendemain, les informations relatives à l'environnement interne (problématiques et annexes) sont fournies par le certificateur.
- Comme en entreprise, libre accès est donné aux documents rédigés la veille ainsi qu'à Internet ou à tout autre ressource, y compris pédagogique.
  Le candidat complète sa copie numérique en rédigeant **un compte-rendu** comportant son analyse de l'environnement interne ainsi que **5 recommandations pour répondre à des problématiques de l'entreprise**.

Ces trois synthèses, le compte-rendu et les 5 recommandations forment le Dossier professionnel dématérialisé (copie numérique) que le candidat transmet à son école au format : NOM Prénom Dossier professionnel.

Déroulement		Supports / outils	Productions attendues
Jour 1	Journée consacrée à des travaux de recherche en groupe (benchmark sur l'environnement externe).	Libre accès à Internet ou à tout autre ressource, y compris pédagogique	<u>3 synthèses :</u> Étude concurrentielle Veille technologique Veille produits ou services
Jour 2	Les informations relatives à l'environnement interne (problématiques et annexes) sont fournies par le certificateur.	Libre accès est donné aux documents rédigés la veille ainsi qu'à Internet ou à tout autre ressource, y compris pédagogique	<u>1 compte-rendu :</u> Analyse de données et opportunités <u>5 recommandations :</u> Stratégie commerciale Parcours client Indicateurs et tableau de bord suivi d'actions commerciales Management d'équipe Management de l'information
Dossier professionnel dématérialisé = Les 3 synthèses, compte(s)-rendu(s) et les 5 recommandations			

➔ **Le dossier professionnel ne fait pas partie des documents à présenter lors du Grand Oral.**

➔ **La copie numérique comprenant les 3 synthèses, le compte-rendu et les 5 recommandations est passée au** contrôle anti-plagiat par l'établissement.

➔ **Pour rappel, une des conditions de validation du titre et de présentation au grand oral est obtenir une note ⩾ 12/20 à l'épreuve nationale.**

LE DOSSIER PROFESSIONNEL			
Les rendus	**Compétences évaluées**	**Modalités**	**Critères d'évaluation**
Synthèse **Étude concurrentielle** **UE 2 : Veille stratégique, études de marché**	2.1 Mobiliser les méthodes et techniques de l'intelligence économique pour réaliser une vielle économique du marché et de la concurrence. Analyser les contextes économiques, patrimoniaux, sociaux et concurrentiels de l'organisation permettant d'évaluer le positionnement de l'organisation et de la concurrence.	Le groupe réalise une veille concurrentielle. Il identifie les concurrents (directs et indirects) puis chaque candidat propose son analyse dans une synthèse jointe au dossier professionnel.	La collecte d'informations est suffisante et représentative. Les enquêtes (qualitatives et quantitatives) permettent une analyse de la concurrence. Les leaders d'opinion et ambassadeurs de la marque ou du produit sont identifiés. L'étude du marché et la veille concurrentielle est réalisée grâce à des outils adaptés comme un Benchmark, les matrices PESTEL ou PORTER. Le candidat fournit une analyse synthétique de l'environnement externe de l'organisation
Synthèse **Veille technologique** **UE 2 : Marketing et innovations, Techniques de veille et de recherche**	2.2 Faire une veille des innovations du secteur de l'entreprise afin d'anticiper les innovations sectorielles. En dégager les opportunités puis produire des recommandations, au niveau de son unité. Automatiser les procédures de gestion pour améliorer l'efficience de l'entité. Proposer des expériences clients adaptées aux nouveaux modes de consommation de façon rentable.	Le groupe réalise une veille technologique (émergence de nouveaux média et réseaux sociaux, nouveaux services et applications du digital.). Il identifie les évolutions technologiques pour le marché. Puis chaque candidat propose son analyse dans une synthèse jointe au dossier professionnel. Il envisage des axes de travail permettant un développement des produits ou services à moyen terme.	La collecte d'informations est qualitative. Une analyse globale de l'environnement externe est produite. Le candidat parvient à anticiper les évolutions commerciales qui devraient / pourraient être engendrées par les changements technologiques (IA, digitalisation des prospectus, développement de la publicité sur les réseaux sociaux, BIM, visites virtuelles de logement, block chain, etc) Le candidat doit prouver son implication et affirmer ses résultats dans la sensibilisation et le développement de l'innovation. Il démontre une culture internet et une bonne maîtrise de la veille technique
PILOTAGE SERVICE COMMERCIAL **Synthèse** **Veille produits ou services** **UE 6 : e-commerce**	4.1 Établir un plan d'actions de développement commercial et de développement de la culture d'entreprise au sein de l'organisation. Être l'ambassadeur d'une marque, d'un produit ou service lors de manifestations.	Le groupe réalise une étude marketing d'une gamme, de produits ou services. Le candidat doit comprendre les axes d'évolutions et proposer une synthèse des évolutions possibles ainsi que les moyens commerciaux à mettre en œuvre pour y parvenir.	Les méthodes de sourcing sont adaptées et permettent une vision exhaustive de la gamme, du produit ou service concerné. Le candidat présente une analyse synthétique de la veille réalisée. Il identifie les actions de communication envisageables pour mener à bien un développement commercial.
Recommandation **Stratégie commerciale** **UE 5 : Stratégie commerciale**	1.1 Analyser une stratégie commerciale afin de maîtriser les enjeux du développement. Adopter une approche intégrée où les canaux se complètent et s'enrichissent mutuellement pour optimiser la stratégie marketing et commerciale.	À partir des études réalisées précédemment, le candidat fournit une analyse des données et émet des hypothèses de développement. Il définit les objectifs et la stratégie Marketing à moyen terme.	Le candidat maîtrise le processus d'influence sur les décisions d'achat (niveau 3 / 5 minimum). Les préconisations d'améliorations et de développement sont crédibles et s'appuient sur une matrice (d'Ansoff). Le candidat démontre son sens de l'initiative et sa maîtrise du social selling (utilisation des réseaux sociaux pour la commercialisation). Il propose une stratégie commerciale multicanale.
Recommandation **Parcours client** **UE 5 : Techniques commerciales, Commerce à l'international**	1.4 Valoriser des produits auprès d'une clientèle afin de la rassurer, la convaincre ou la fidéliser. Offrir un parcours client rapide, intuitif, personnalisé, interactif pour optimiser les ventes. Mesurer de façon pertinente et dynamique la satisfaction client et la performance cross canal pour adapter continuellement l'expérience client aux attentes et comportements des consommateurs. Gérer la fidélisation en proposant des cartes de l'enseigne, réductions, parrainages… afin de mieux fidéliser la clientèle en magasin,	Afin de répondre à une problématique énoncée par l'entreprise, le candidat réalise une analyse des ventes, de la typologie client, des canaux de distribution... puis il rédige une recommandation afin : • De valoriser certains produits • D'améliorer le parcours client • De rendre plus efficiente la fidélisation de la clientèle	Le candidat démontre ses compétences en suivi de clientèle. Il peut utiliser divers moyens pour augmenter le taux de fidélisation. Son analyse de l'offre est complète (gammes, produits...) et lui permet de choisir les produits à valoriser. Ses aptitudes commerciales favorisent l'écoute, l'orientation, les conseils pouvant être repris par les vendeurs. Ses recommandations sont réalistes, innovantes et applicables pour l'organisation. Il propose des indicateurs de suivi des

	sur le web...		actions préconisées.
Recommandation Indicateurs et tableau de bord suivi d'actions commerciales **UE 1 : Contrôle de gestion commerciale**	3.5 Mesurer de façon pertinente et dynamique la satisfaction client et la performance cross canal pour adapter continuellement l'expérience client aux attentes et comportements des consommateurs	Le candidat détermine les indicateurs de suivi d'une action menée par l'organisation (promotion, marketing relationnel ou événementiel) et propose son tableau de bord puis rédige sa recommandation.	Le candidat justifie les indicateurs choisis, il sera jugé sur leur pertinence et leur fiabilité. Il précise les résultats (utilisation du tableau de bord, taux de remplissage, dysfonctionnements constatés, etc). Les préconisations sont présentes et judicieuses, elles permettront à l'organisation d'améliorer son suivi d'actions à l'avenir
Recommandation Management d'équipe **UE 3 : Fondamentaux de la GRH**	3.6 Mobiliser les méthodes et outils du management de proximité pour encadrer, motiver son équipe et créer une dynamique de groupe. Définir des objectifs collectifs et individuels, superviser les missions des vendeurs afin de réaliser les objectifs commerciaux définis par la direction. Mettre en œuvre les outils pour accompagner au mieux les collaborateurs aux changements de l'organisation	À partir de son analyse de l'environnement interne, le candidat répond à des problématiques managériales de l'organisation (suivi de l'activité et des performances commerciales, conduite du changement, recadrage, mobilisation et motivation d'équipe...).	L'analyse du contexte est pertinente : le candidat démontre sa compréhension des difficultés rencontrées. Il identifie le modèle de gestion des RH de l'organisation et sa configuration structurelle. Il propose des axes d'amélioration ou des modifications organisationnelles, en précisant l'accompagnement à mettre en place. Ses compétences managériales sont démontrées.
Recommandation Management de l'information **UE 1 : Business Intelligence, Réglementations, Responsabilités et risques professionnels**	3.3 Élaborer une recherche d'informations législatives et l'analyser afin de mettre en place des projets ou événements commerciaux respectant la législation. Synthétiser les évolutions à l'attention de la direction du service.	À partir des études menées précédemment, le candidat expose le processus de veille réglementaire (selon domaine choisi) : études menées, fonctionnement du système d'information, mode de prise de décision Il rédige ses recommandations à l'attention de l'organisation.	La collecte d'informations est suffisante et représentative du besoin. L'analyse est complète (macro et micro) : environnement politique, économique, social, concurrentiel, environnemental, etc Une diffusion et un partage de connaissances sont élaborés : internes et externes, moyens, outils y sont détaillés. Le candidat détaille et comprend l'intérêt d'un système d'intelligence collective dont il analyse le fonctionnement. La veille réglementaire et législative est présentée de façon synthétique et claire. Le candidat propose l'utilisation d'outils de veille permettant la traçabilité des sources, les outils sont correctement choisis et priorisés en fonction de la situation.

9. LE GRAND ORAL

a) Objectifs du grand oral

L'objectif de l'oral est de **prouver aux membres du jury son employabilité.** C'est pourquoi vous devez préparer cette épreuve avec soin et utiliser des outils de présentation adaptés à votre démonstration :

- Présentez les travaux les plus significatifs pour prouver vos compétences et démontrez que vous êtes employable.
- Basez-vous sur votre livret d'employabilité pour expliquer vos objectifs de carrière

Vous serez évalué(e) sur vos aptitudes et compétences nécessaires pour prendre des responsabilités dans une entreprise, au niveau 6. Vous devez faire preuve de charisme, montrer votre ouverture d'esprit sur le monde, vos facultés à analyser une problématique et à prendre des décisions en conséquence.

Le Tuteur d'Entreprise peut être présent lors du grand oral, sans être membre du Jury (simple observateur).

b)Documents à produire lors du grand oral

Le candidat se présente au grand oral avec les documents suivants :

- Rapport d'activités avec toutes les expériences professionnelles, les missions réalisées, les 5 comptes rendus évalués par le tuteur d'entreprise ou un formateur
- Dossier projet **:** 6 comptes rendus évalués par le tuteur d'entreprise ou un formateur et validés par le référent compétences
- Grilles d'évaluation des compétences complétées par le tuteur et les formateurs, validées par le référent compétences de l'établissement (cf pages suivantes)
- Livret d'employabilité : bilan des compétences, personnalité et projet professionnel

c) Découpage de l'oral

Séquence	Durée
Présentation personnelle et rapport d'activités (5 missions)	12 min
Présentation du dossier projet	10 min
Bilan des compétences acquises en s'appuyant sur le livret d'employabilité et la grille des compétences renseignée par le tuteur d'entreprise et les formateurs	3 min
Échanges avec le jury	15 min
Délibération et évaluations (blocs de compétences, compétences transversales et performances	15 min
Retour au candidat	5 min
Total	60 min

Grilles d'évaluation des compétences du candidat

Méthodologie pour le remplissage des grilles d'évaluation de compétences :

- Le candidat s'auto-évalue de 1 (uniquement des connaissances théoriques) à 5 (maîtrise experte de la compétence)
- Il apporte des éléments de preuve basés sur des activités réalisées pendant la formation (travaux de compétences, projets, examens) ou des missions déjà effectuées en entreprise (cette année ou précédemment), mais également lors d'activités non professionnelles (encadrement d'une équipe sportive, coaching théâtral...) qui vous ont apporté des compétences utilisables dans votre domaine = case à cocher et expérience à compléter.
- Le tuteur ou un formateur (selon type de preuve) porte son évaluation de 1 à 5

RA : rapport d'activités
DP : dossier projet
EN : examen national
CC : contrôle continu, partiel, étude de cas, challenge, oraux

Bloc 1 : Conduire une politique commerciale											
Compétences du stagiaire	Auto éval					Éléments de preuve	Tuteur / Formateurs				
	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
1.1 Analyser une stratégie commerciale afin de maîtriser les enjeux du développement. Adopter une approche intégrée où les canaux se complètent et s'enrichissent mutuellement pour optimiser la stratégie marketing et commerciale.						☐ EN : Recommandation Stratégie commerciale ☐ Expérience :					
1.2 Définir les besoins et les objectifs de la campagne puis sélectionner les moyens et ressources nécessaires à cette campagne afin de construire un plan d'actions détaillant les contenus et les phases d'opérations. Mobiliser les procédures multimédia pour proposer un plan d'actions omni canal. Présenter un plan d'actions promotionnelles à son équipe ou à la direction de l'établissement.						☐ RA : Compte-rendu Plan d'actions promotionnelles et publicitaires ☐ Expérience :					
1.3 Choisir des actions commerciales à mener et préciser le budget alloué pour répondre au cahier des charges fourni par une organisation. Mobiliser les outils afin de capter et / ou fidéliser la clientèle. Programmer des actions ciblées permettant de proposer des réponses individualisées. Analyser le déroulé d'actions de marketing direct afin de proposer des pistes d'amélioration lors d'une prochaine campagne.						☐ RA : Actions commerciales ☐ Expérience					
1.4 Valoriser des produits auprès d'une clientèle afin de la rassurer, la convaincre ou la fidéliser. Offrir un parcours client rapide, intuitif, personnalisé, interactif pour optimiser les ventes. Mesurer de façon pertinente et dynamique la satisfaction client et la performance cross canal pour adapter continuellement l'expérience client aux attentes et comportements des consommateurs. Gérer la fidélisation en proposant des cartes de l'enseigne, réductions, parrainages… afin de mieux fidéliser la clientèle en magasin, sur le web...						☐ EN : Recommandation Parcours client ☐ Expérience :					

1.5 Repérer des partenaires potentiels (revendeurs, fournisseurs, bloggeurs, collectivités, agences, etc) et leur positionnement pour avoir une vision globale du marché. Effectuer une sélection de partenaires et organiser les modalités de coopération en fonction des critères définis avec la direction. Gérer un réseau de distributeurs, fournisseurs, agents dans le cadre de projets commerciaux. S'exprimer dans la langue étrangère dans son environnement professionnel.						☐ RA : Compte-rendu Mise en place ou développement de partenariats ☐ Expérience :					
Bloc 2 : Piloter un projet commercial											
Compétences du stagiaire	Auto éval					Éléments de preuve	Tuteur / Formateurs				
	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
2.1 Mobiliser les méthodes et techniques de l'intelligence économique pour réaliser une vielle économique du marché et de la concurrence. Analyser les contextes économiques, patrimoniaux, sociaux et concurrentiels de l'organisation permettant d'évaluer le positionnement de l'organisation et de la concurrence.						☐ EN : Synthèse Étude concurrentielle ☐ Expérience :					
2.2 Faire une veille des innovations du secteur de l'entreprise afin d'anticiper les innovations sectorielles. En dégager les opportunités puis produire des recommandations, au niveau de son unité. Automatiser les procédures de gestion pour améliorer l'efficience de l'entité. Proposer des expériences clients adaptées aux nouveaux modes de consommation de façon rentable.						☐ EN : Synthèse Veille technologique ☐ Expérience					
2.3 Mobiliser les outils de diagnostic mercatiques pour analyser le marché et les résultats commerciaux antérieurs. Utiliser les techniques de traitement de l'information afin d'analyser les données récoltées. Identifier les cibles à démarcher pour optimiser les ventes.						☐ EN : Compte-rendu Analyse de données et opportunité ☐ EN : Synthèse Études de marché ☐ Expérience :					
2.4 Définir les objectifs de l'événement autour de l'offre et de l'enseigne (salons, expositions...) pour proposer une planification cohérente avec les besoins exprimés par l'organisation. Anticiper les risques professionnels pour les participants à l'événement afin de parer aux divers aléas envisageables. Définir le rôle de chaque membre, exercer un contrôle et une évaluation de l'activité pour en conserver le contrôle des ressources disponibles						☐ RA : Compte-rendu Actions événementielles ☐ Expérience :					
2.5 Déterminer les contraintes et ressources d'un projet / service commercial afin de pouvoir affecter les moyens matériels, humains et techniques nécessaires. Coordonner les fonctions supports, gérer la logistique et les approvisionnements pour optimiser le déroulement du projet ou le fonctionnement du service.						☐ DP : Compte-rendu Brief, étapes et conditions de réussite d'un projet ☐ Oral de groupe : Présentation du projet ☐ Expérience :					
2.6 Utiliser les outils statistiques afin d'optimiser les actions commerciales et d'identifier de nouvelles opportunités. Avoir une connaissance proactive de sa clientèle et de leurs attentes en transformant le big data en smart data pour améliorer le ciblage des campagnes.						☐ DP : Compte-rendu Analyse de données ☐ Expérience :					
2.7 Analyser le cahier des charges pour déterminer clairement les besoins d'un client. Proposer une expérience client personnalisée, riche et interactive qui développe et rassemble des communautés d'intérêt client autour de l'enseigne.						☐ DP : Compte-rendu Animation d'un site commercial en ligne ☐ Expérience :					

Utiliser les outils numériques pour créer des contenus visuels et rédactionnels adaptés au besoin. Améliorer le référencement du site afin de le rendre plus visible et plus attractif.											
2.8 Mobiliser les outils et techniques de prospection adaptés aux marchés et cibles permettant de développement un portefeuille clients. Définir et caractériser les principaux produits ou services pour avoir une vision globale de l'offre. Mobiliser les outils et techniques de la relation commerciale (CRM) afin d'optimiser la gestion des contacts et ainsi accroître le chiffre d'affaires. Mobiliser les outils de gestion pour mesurer les écarts de performance des ressources de production et financières d'un projet						☐ DP : Compte-rendu Outils RC / CRM ☐ Expérience :					
2.9 Réaliser une veille législative et mobiliser ses connaissances en droit pour assurer la mise en conformité de son entité avec la législation en vigueur. Mobiliser les outils permettant de suivre une démarche Qualité tout au long du projet. Définir la situation de la RSE (responsabilité sociale de l'entreprise) afin d'inclure une démarche responsable dans le projet.						☐ DP : Compte-rendu Qualité / RGPD / RSE ☐ Expérience :					
2.10 Analyser l'identité de la marque pour assurer la cohérence des décisions et des actions pouvant influencer la perception de cette marque. Formaliser la politique RSE de l'organisation et mettre en place une stratégie de réputation numérique dans le cadre d'une gestion de crise ou pour parer toute difficulté. Utiliser les outils numériques pour la diffusion d'information.						☐ CC : Notoriété et e-réputation ☐ Expérience :					
Bloc 3 : Superviser une équipe et gérer un budget commercial											
Compétences du stagiaire	Auto éval					Éléments de preuve	Tuteur / Formateurs				
	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
3.1 Tenir compte de la zone de chalandise et mobiliser les outils de planification et de partage d'informations dans l'objectif de proposer un plan d'actions cohérent. Réaliser un budget prévisionnel afin de maîtriser les coûts et recettes lors d'une campagne puis évaluer les retombées d'une campagne commerciale. Préparer une argumentation pour défendre son plan d'actions afin d'accroître les ventes. Proposer des outils afin d'assurer un contrôle budgétaire du suivi des actions.						☐ DP : Compte-rendu Plan d'actions et budget prévisionnel ☐ Expérience :					
3.2 Mobiliser les savoirs et techniques de droit pour mettre en place des contrats commerciaux. Élaborer une proposition commerciale et financière à l'attention d'un client.						☐ CC : Droit des contrats ☐ Expérience :					
3.3 Élaborer une recherche d'informations législatives et l'analyser afin de mettre en place des projets ou événements commerciaux respectant la législation. Synthétiser les évolutions à l'attention de la direction du service.						☐ EN : Recommandation Management de l'information ☐ Expérience :					
3.4. Mobiliser les outils permettant de suivre la disponibilité des produits (en magasin, en réserve...) afin de satisfaire au mieux le client. Le cas échéant, exploiter des solutions cross canal pour livrer rapidement les produits non disponibles ou configurés à la commande.						☐ RA : Indicateurs de suivi logistique ☐ Expérience :					
3.5 Mesurer de façon pertinente et dynamique la satisfaction client et la performance cross canal pour adapter continuellement l'expérience client aux attentes et comportements des consommateurs						☐ EN : Recommandation Indicateurs et tableau de bord de suivi d'actions commerciales ☐ Expérience :					
3.6 Mobiliser les méthodes et outils du management de proximité pour encadrer,						☐ EN : Recommandation Management					

motiver son équipe et créer une dynamique de groupe. Définir des objectifs collectifs et individuels, superviser les missions des vendeurs afin de réaliser les objectifs commerciaux définis par la direction. Mettre en œuvre les outils pour accompagner au mieux les collaborateurs aux changements de l'organisation						d'équipe ☐ Expérience :					
3.7 Mobiliser ses connaissances des différentes cultures et usages locaux afin de mieux comprendre les différentes cultures, et d'adapter les offres à la clientèle.						☐ CC : Management interculturel ☐ Expérience :					
Bloc 4 Gérer un service commercial											
Compétences du stagiaire	Auto éval					Éléments de preuve	Tuteur / Formateurs				
	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
4.1 Établir un plan d'actions de développement commercial et de développement de la culture d'entreprise au sein de l'organisation. Être l'ambassadeur d'une marque, d'un produit ou service lors de manifestations.						☐ EN : Synthèse Veille Produits ou services ☐ Expérience :					
4.2 Mobiliser les procédures administratives de traitement afin d'assurer le suivi des commandes. Mettre en place un tableau de bord de suivi de l'activité et des résultats permettant d'analyser les écarts et de proposer des actions correctives. Utiliser les outils de gestion pour optimiser le pilotage de son service. Mobiliser les éléments de la comptabilité générale et de la comptabilité analytique afin de déterminer des coûts de revient par produit / service						☐ CC : Performance d'un service commercial ☐ CC : Analyse de gestion commerciale ☐ Expérience :					
4.3 Développer une méthode d'analyse des informations collectées et de recherche d'éléments complémentaires afin de réaliser un budget prévisionnel. Proposer des outils et moyens de contrôle pour le suivi du budget au fil du temps.						☐ CC : Gestion d'un budget ☐ Expérience :					
4.4 Mobiliser les outils et techniques de négociation permettant de développer un argumentaire et de mener à bien une négociation.						☐ CC : Challenge négociation commerciale ☐ Expérience :					
4.5 S'exprimer et se faire comprendre en langue anglaise dans son environnement professionnel afin de réaliser des ventes en face à face, par téléphone, sur internet... Viser le niveau requis pour le TOEIC						☐ CC : Oral d'anglais ☐ Expérience :					

d) Grilles remises au jury pour évaluer vos compétences

Grilles complétées par la commission et présentées au jury du grand oral

- **Des compétences professionnelles**

Synthèse des compétences professionnelles (pré-remplies par la commission d'évaluation de l'établissement) en fonction des évaluations faites pendant la formation par les tuteurs et formateurs :

Bloc de la certification	Mini / 5	Évaluation
Bloc 1 : Conduire une politique commerciale		
1.1 Analyser une stratégie commerciale afin de maîtriser les enjeux du développement. Adopter une approche intégrée où les canaux se complètent et s'enrichissent mutuellement pour optimiser la stratégie marketing et commerciale.	2	
1.2 Définir les besoins et les objectifs de la campagne puis sélectionner les moyens et ressources nécessaires à cette campagne afin de construire un plan d'actions détaillant les contenus et les phases d'opérations. Mobiliser les procédures multimédia pour proposer un plan d'actions omni canal. Présenter un plan d'actions promotionnelles à son équipe ou à la direction de l'établissement.	3	
1.3 Choisir des actions commerciales à mener et préciser le budget alloué pour répondre au cahier des charges fourni par une organisation. Mobiliser les outils afin de capter et / ou fidéliser la clientèle. Programmer des actions ciblées permettant de proposer des réponses individualisées. Analyser le déroulé d'actions de marketing direct afin de proposer des pistes d'amélioration lors d'une prochaine campagne.	3	
1.4 Savoir valoriser des produits auprès d'une clientèle afin de la rassurer, la convaincre ou la fidéliser. Offrir un parcours client rapide, intuitif, personnalisé, interactif pour optimiser les ventes. Mesurer de façon pertinente et dynamique la satisfaction client et la performance cross canal pour adapter continuellement l'expérience client aux attentes et comportements des consommateurs. Gérer la fidélisation en proposant des cartes de l'enseigne, réductions, parrainages… afin de mieux fidéliser la clientèle en magasin, sur le web...	3	
1.5 Repérer des partenaires potentiels (revendeurs, fournisseurs, bloggeurs, collectivités, agences, etc) et leur positionnement pour avoir une vision globale du marché. Effectuer une sélection de partenaires et organiser les modalités de coopération en fonction des critères définis avec la direction. Gérer un réseau de distributeurs, fournisseurs, agents dans le cadre de projets commerciaux. Savoir s'exprimer dans la langue étrangère dans son environnement professionnel.	2	
Le candidat doit démontrer au minimum 3 compétences ci-dessus pour valider le bloc 1		
Bloc 2 : Piloter un projet commercial		
2.1 Mobiliser les méthodes et techniques de l'intelligence économique pour réaliser une vielle économique du marché et de la concurrence. Analyser les contextes économiques, patrimoniaux, sociaux et concurrentiels de l'organisation permettant d'évaluer le positionnement de l'organisation et de la concurrence.	2	
2.2. Faire une veille des innovations du secteur de l'entreprise afin d'anticiper les innovations sectorielles. En dégager les opportunités puis produire des recommandations, au niveau de son unité. Automatiser les procédures de gestion pour améliorer l'efficience de l'entité. Proposer des expériences clients adaptées aux nouveaux modes de consommation de façon rentable.	3	
2.3 Mobiliser les outils de diagnostic mercatiques pour analyser le marché et les résultats commerciaux antérieurs. Utiliser les techniques de traitement de l'information afin d'analyser les données récoltées. Identifier les cibles à démarcher pour optimiser les ventes.	3	
2.4 Définir les objectifs de l'événement autour de l'offre et de l'enseigne (salons, expositions...) pour proposer une planification cohérente avec les besoins exprimés par l'organisation. Anticiper les risques professionnels pour les participants à l'événement afin de parer aux divers aléas envisageables. Définir le rôle de chaque membre, exercer un contrôle et une évaluation de l'activité pour en conserver le contrôle des ressources disponibles	3	
2.5 Déterminer les contraintes et ressources d'un projet / service commercial afin de pouvoir affecter les moyens matériels, humains et techniques nécessaires. Coordonner les fonctions supports, gérer la logistique et les approvisionnements pour optimiser le déroulement du projet ou le fonctionnement du service.	3	
2.6 Utiliser les outils statistiques afin d'optimiser les actions commerciales et d'identifier de nouvelles opportunités. Avoir une connaissance proactive de sa clientèle et de leurs attentes en transformant le big data en smart data pour améliorer le ciblage des campagnes.	3	
2.7 Analyser le cahier des charges pour déterminer clairement les besoins d'un client. Proposer une expérience client personnalisée, riche et interactive qui développe et rassemble des communautés d'intérêt client autour de l'enseigne. Utiliser les outils numériques pour créer des contenus visuels et rédactionnels adaptés au besoin. Améliorer le référencement du site afin de le rendre plus visible et plus attractif.	2	
2.8 Mobiliser les outils et techniques de prospection adaptés aux marchés et cibles permettant de développement un	3	

portefeuille clients. Définir et caractériser les principaux produits ou services pour avoir une vision globale de l'offre. Mobiliser les outils et techniques de la relation commerciale (CRM) afin d'optimiser la gestion des contacts et ainsi accroître le chiffre d'affaires. Mobiliser les outils de gestion pour mesurer les écarts de performance des ressources de production et financières d'un projet		
2.9 Réaliser une veille législative et mobiliser ses connaissances en droit pour assurer la mise en conformité de son entité avec la législation en vigueur. Mobiliser les outils permettant de suivre une démarche Qualité tout au long du projet. Définir la situation de la RSE (responsabilité sociale de l'entreprise) afin d'inclure une démarche responsable dans le projet.	3	
2.10 Analyser l'identité de la marque pour assurer la cohérence des décisions et des actions pouvant influencer la perception de cette marque. Formaliser la politique RSE de l'organisation et mettre en place une stratégie de réputation numérique dans le cadre d'une gestion de crise ou pour parer toute difficulté. Utiliser les outils numériques pour la diffusion d'information.	3	
Le candidat doit démontrer au minimum 6 compétences ci-dessus pour valider le bloc 2		
Bloc 3 : Superviser une équipe et gérer un budget commercial		
3.1 Tenir compte de la zone de chalandise et mobiliser les outils de planification et de partage d'informations dans l'objectif de proposer un plan d'actions cohérent. Réaliser un budget prévisionnel afin de maîtriser les coûts et recettes lors d'une campagne puis évaluer les retombées d'une campagne commerciale. Préparer une argumentation pour défendre son plan d'actions afin d'accroître les ventes. Proposer des outils afin d'assurer un contrôle budgétaire du suivi des actions.	3	
3.2 Mobiliser les savoirs et techniques de droit pour mettre en place des contrats commerciaux. Élaborer une proposition commerciale et financière à l'attention d'un client.	2	
3.3 Élaborer une recherche d'informations législatives et l'analyser afin de mettre en place des projets ou événements commerciaux respectant la législation. Synthétiser les évolutions à l'attention de la direction du service.	2	
3.4. Mobiliser les outils permettant de suivre la disponibilité des produits (en magasin, en réserve...) afin de satisfaire au mieux le client. Le cas échéant, exploiter des solutions cross canal pour livrer rapidement les produits non disponibles ou configurés à la commande.	3	
3.5 Mesurer de façon pertinente et dynamique la satisfaction client et la performance cross canal pour adapter continuellement l'expérience client aux attentes et comportements des consommateurs	3	
3.6 Mobiliser les méthodes et outils du management de proximité pour encadrer, motiver son équipe et créer une dynamique de groupe. Définir des objectifs collectifs et individuels, superviser les missions des vendeurs afin de réaliser les objectifs commerciaux définis par la direction. Mettre en œuvre les outils pour accompagner au mieux les collaborateurs aux changements de l'organisation.	3	
3.7 Mobiliser ses connaissances des différentes cultures et usages locaux afin de mieux comprendre les différentes cultures, et d'adapter les offres à la clientèle.	2	
Le candidat doit démontrer au minimum 3 compétences ci-dessus pour valider le bloc 3		
Bloc 4 : Gérer un service commercial		
4.1 Établir un plan d'actions de développement commercial et de développement de la culture d'entreprise au sein de l'organisation. Être l'ambassadeur d'une marque, d'un produit ou service lors de manifestations.	2	
4.2 Mobiliser les procédures administratives de traitement afin d'assurer le suivi des commandes. Mettre en place un tableau de bord de suivi de l'activité et des résultats permettant d'analyser les écarts et de proposer des actions correctives. Utiliser les outils de gestion pour optimiser le pilotage de son service. Mobiliser les éléments de la comptabilité générale et de la comptabilité analytique afin de déterminer des coûts de revient par produit / service	3	
4.3 Développer une méthode d'analyse des informations collectées et de recherche d'éléments complémentaires afin de réaliser un budget prévisionnel. Proposer des outils et moyens de contrôle pour le suivi du budget au fil du temps.	3	
4.4. Mobiliser les outils et techniques de négociation permettant de développer un argumentaire et de mener à bien une négociation.	3	
4.5 S'exprimer et se faire comprendre en langue anglaise dans son environnement professionnel afin de réaliser des ventes en face à face, par téléphone, sur internet... Viser le niveau requis pour le TOEIC	3	
Le candidat doit démontrer au minimum 3 compétences ci-dessus pour valider le bloc 4		

Les blocs de certification 1 + 2 + 3 + 4 doivent être validés pour obtenir la certification.

- **Des compétences transversales**

Domaine d'évaluation		Mini /5	Évaluation
Anglais	Expression écrite	3	/5
	Expression orale	3	/5
Managériales	Gestion d'équipe	3	/5
	Conduite de réunion	2	/5
	Argumentation	3	/5
Organisationnelles	Planification	3	/5
	Analyse	3	/5
	Précision, Rigueur	3	/5
Comportementales	Maîtrise de soi	3	/5
	Écoute, empathie	3	/5
	Adaptabilité	3	/5
	Autonomie	3	/5
Techniques	Pack office	3	/5
	Outils numériques	3	/5
	Progiciels	3	/5

➔ 60% des compétences (9 / 15) doivent être validées pour l'obtention de la certification.

Évaluation de l'oral par les membres du jury

- **Performances (note sur 60) :**

Items	Critères d'évaluation	Note / Barème
Organisation et présentation / 4	Gestion du temps imparti	/ 1
	Qualité des supports	/ 1
	Esprit de synthèse	/ 1
	Posture professionnelle	/ 1
Expression écrite / 10	Syntaxe et orthographe	/ 1
	Respect des cahiers des charges	/ 1
	Qualité des synthèses et comptes rendus	/ 3
	Qualité des recommandations	/ 5
Expression orale / 10	Langage	/ 2
	Clarté de l'exposé	/ 2
	Liberté par rapport aux notes	/ 2
	Aisance, maturité	/ 2
	Énergie	/ 2
Culture métier / 16	Écoute, reformulation, compréhension des questions posées	/ 2
	Connaissances culture technique (métier)	/ 3
	Maîtrise des éléments de cours	/ 3
	Clarté et pertinence des réponses	/2
	Curiosité, intérêt pour l'environnement professionnel	/ 2
	Aptitude à démontrer ses compétences	/ 2
	Qualité des argumentations	/ 2
Niveau 6 / 20	Pertinence des outils utilisés en diagnostic (justif. Problématiques)	/ 4
	Pertinence des recherches et précision des sources	/ 2
	Maîtrise des études qualitatives, quantitatives	/ 2
	Qualité des analyses	/ 4
	Niveau des recommandations	/ 4
	Initiatives (apports à l'organisation)	/ 2
	Ouverture, projection à court ou moyen terme	/ 2
TOTAL :		**/ 60**

⇨ **36 points minimum pour l'obtention de la certification.**

10. RÉCÉPISSÉ DES INFORMATIONS

Je soussigné ..... candidat au titre de niveau 6 de Formatives atteste par la présente avoir reçu toutes les informations concernant :

- L'organisation de la formation : calendrier, programme de formation fournis avant le début de la formation par l'ISGMI
- Les épreuves d'examen : épreuves écrites sanctionnant les acquisitions de connaissances (contrôle continu, partiels, examens, épreuves orales en fin de formation) dictées par le certificateur Formatives,
- Les livrables (travaux de compétences, livret d'employabilité) exigés par le certificateur Formatives,
- L'évaluation des compétences attestées : grilles de compétences à compléter avant la fin de la formation et à transmettre au centre de formation avant les épreuves orales en version numérique,
- Les exigences en termes de notes minimales, **faute de quoi les crédits alloués à l'UE concernée ne seront pas attribués,** à savoir :
    - Une moyenne supérieure à 10 / 20 dans chaque UE
    - Une note supérieure ou égale à 12 / 20 au dossier professionnel (examen national)
    - 4 blocs de compétences validés
    - 60 % des compétences transversales (au moins 9 / 15) validées
    - Au minimum 36 / 60 en performance

Je m'engage par ailleurs à suivre les cours avec assiduité et rendre tous les travaux personnels selon le calendrier établi par l'organisme de formation.

Fait à ..... le .....

Signature :