E4.2 Animation et dynamisation de l'offre commerciale

Conditions d'exercice

En fonction du format de l'unité commerciale et de l'autonomie dont il dispose, le titulaire du diplôme contribue à l'élaboration d'une offre adaptée à la clientèle. Il veille à la fonctionnalité et à l'attractivité de l'espace commercial.
Par ses actions de promotion, d'animation et de communication commerciales, il entretient et développe le flux de clientèle pour accroître les ventes. Son activité s'inscrit dans le respect de la politique commerciale de l'enseigne et il analyse les résultats dans cette optique.
Les différentes tâches nécessitent le recours aux outils numériques.

Domaine d'activités 2

- Élaboration et adaptation continue de l'offre de produits et de services
- Agencement de l'espace commercial
- Maintien d'un espace commercial attractif et fonctionnel
- Mise en valeur de l'offre de produits et de services
- Organisation de promotions et d'animations commerciales
- Conception et mise en place de la communication sur l'unité commerciale
- Conception et mise en œuvre de la communication externe de l'unité commerciale
- Analyse et suivi de l'action commerciale

Bloc de compétences 2

- Élaborer et adapter en continu l'offre de produits et de services
- Organiser l'espace commercial
- Développer les performances de l'espace commercial
- Concevoir et mettre en place la communication commerciale
- Évaluer l'action commerciale

Ressources et moyens mis à disposition

- Bases de données clients, produits et services, état des stocks
- Supports commerciaux et de communication
- Documentation technique
- Résultats d'études quantitatives et qualitatives
- Informations sur les marchés, la zone de chalandise
- Plans d'action commerciale
- Plans d'implantation
- Réglementations, normes, procédures, contraintes
- Règles de qualité, hygiène, sécurité et environnement
- Contrats de maintenance et d'assurance
- Internet, extranet, intranet, forums, blogs, réseaux sociaux
- Logiciels et progiciels
- Terminaux fixes et mobiles

Epreuve

Coefficient 3 / CCF

Critères d'évaluation

- L'analyse de la demande et de l'offre est pertinente
- L'offre proposée est adaptée aux caractéristiques locales et est cohérente avec la politique commerciale de l'enseigne
- Les achats des clients sont facilités par des linéaires bien approvisionnés et vendeurs
- L'agencement de l'espace commercial facilite le travail du personnel et contribue au confort d'achat des clients
- La réglementation, les règles d'hygiène et de sécurité sont respectées
- Les principes d'agencement de l'enseigne sont mis en œuvre
- Les propositions d'animations et d'opérations promotionnelles sont cohérentes avec le contexte local et avec la politique commerciale de l'enseigne
- Le choix des outils et des messages de communication est approprié
- Les retombées de la communication commerciale sont analysées
- Les performances d'implantation sont analysées
- Les propositions d'axes d'amélioration ou de développement tiennent compte des réalités locales et, le cas échéant, nationales

Modalités d'évaluation

- La sous-épreuve s'appuie sur un dossier faisant référence aux situations professionnelles vécues ou observées par le candidat au cours de sa formation y compris en milieu professionnel
- La sous-épreuve repose sur un dossier numérique personnel rédigé et constitué par le candidat et rendant compte, pour chaque activité réalisée, des éléments suivants :
  - La (ou les) compétence(s) mobilisée(s) ;
  - La date et la durée ;
  - Le contexte professionnel ;
  - Les objectifs poursuivis ;
  - La méthodologie utilisée ;
  - Les moyens et les techniques mis en œuvre ;
  - Les résultats obtenus.
- Chaque compte rendu d'activité est accompagné de l'évaluation qui a été faite par le ou les professeurs.

Composition de la commission

- La commission est composée d'un professeur de « Développement de la relation client et vente conseil » et ayant en charge le suivi du candidat pendant ses activités professionnelles et d'un professionnel

Résultats attendus

- L'offre de produits et de services est en adéquation avec les attentes de la clientèle, le contexte local et la politique de l'enseigne.
- L'espace de vente est fonctionnel.
- Le client est informé sur l'offre de produits et services pour favoriser l'acte d'achat.
- L'espace de vente est attractif et déclenche les achats.
- La notoriété, l'image et la fréquentation de l'unité commerciale sont satisfaisantes ou s'améliorent.
- L'activité de l'unité commerciale fait l'objet d'un suivi permanent et d'une analyse.
- Le niveau de satisfaction de la clientèle s'améliore.
- Les performances commerciales sont analysées et des axes d'amélioration adaptés sont proposés.