

BEP Vente – action marchande

GUIDE D'ÉVALUATION DES SITUATIONS

- ⇒ **EN ÉTABLISSEMENT DE FORMATION**
- ⇒ **EN ENTREPRISE**

EP1 - Contrôle en cours de formation

SITUATION D'ÉVALUATION EN ÉTABLISSEMENT DE FORMATION

- . Entretiens**
- . Communication écrite**

COMMUNICATION ORALE

Les indicateurs présentés ci-dessous permettent au professeur (ou au formateur) de vente de tracer le profil du candidat en ce qui concerne sa capacité à communiquer oralement.

INDICATEURS D'ÉVALUATION	Évaluation
Communication verbale ⇒ Langage et paralangage inadaptés (<i>niveau, articulation, ton, rythme</i>) ⇒ Langage ou paralangage inadapté ⇒ Langage et paralangage corrects ⇒ Expression claire et agréable	TI I S TS
Communication non-verbale ⇒ Non-verbal inadapté (<i>regard, tenue, gestes, mimiques</i>) ⇒ Non-verbal partiellement inadapté ⇒ Gestuelle adaptée ⇒ Gestuelle parfaitement adaptée tout au long de l'entretien	TI I S TS
Utilisation du vocabulaire professionnel ⇒ Aucune utilisation du vocabulaire professionnel ⇒ Vocabulaire professionnel utilisé sur sollicitation de l'interlocuteur ⇒ Vocabulaire professionnel utilisé partiellement ⇒ Vocabulaire professionnel utilisé à bon escient	TI I S TS
Indépendance par rapport à la fiche ⇒ Recours systématique ⇒ Recours fréquent ou quasi-lecture ⇒ Recours limité ⇒ Indépendance complète	TI I S TS

ARGUMENTATION « PRODUIT »

Les indicateurs présentés ci-dessous permettent au professeur (ou au formateur) de vente de tracer le profil du candidat lors de l'entretien sur l'argumentation « produit ».

INDICATEURS D'ÉVALUATION	Évaluation
Construction des arguments proposés ⇒ Description simple du produit (aucun avantage) ⇒ Traduction superficielle des caractéristiques en avantages ⇒ Avantages « client » cités mais insuffisamment développés ⇒ Avantages « client » clairs, développés et justifiés	TI I S TS
Adaptation des arguments au client ⇒ Aucun argument ⇒ Arguments inadaptés en totalité aux besoins du client ⇒ Arguments partiellement adaptés ⇒ Argumentation en adéquation avec les besoins identifiés	TI I S TS
Pertinence des arguments exposés ⇒ Aucun argument pertinent ⇒ Mise en avant d'arguments secondaires en majorité ⇒ Association d'arguments secondaires et pertinents ⇒ Utilisation d'arguments majeurs et déterminants du produit	TI I S TS

AUTRE(S) PRESTATION(S) ORALE(S)

Les indicateurs présentés ci-dessous permettent au professeur (ou au formateur) de vente de tracer le profil du candidat.

INDICATEURS D'ÉVALUATION	Évaluation
1. Fiche signalétique du point de vente	
<ul style="list-style-type: none"> • Énoncé des éléments constitutifs de la politique commerciale <ul style="list-style-type: none"> ⇒ Aucune maîtrise de la politique commerciale ⇒ Évocation partielle de la politique commerciale ⇒ Évocation de l'ensemble de la politique commerciale ⇒ Mise en évidence pertinente de la relation produit/communication/prix 	TI I S TS
<ul style="list-style-type: none"> • Comparaison du point de vente avec les concurrents <ul style="list-style-type: none"> ⇒ Aucune comparaison ⇒ Comparaison partielle ⇒ Positionnement correct ⇒ Positionnement du point de vente différencié et justifié 	TI I S TS
2. Activité « marchandisage »	
<ul style="list-style-type: none"> • Description de l'activité <ul style="list-style-type: none"> ⇒ Description incompréhensible ⇒ Description très partielle de l'activité menée ⇒ Des oublis dans la description ⇒ Activité de marchandisage décrite complètement 	TI I S TS
<ul style="list-style-type: none"> • Justification de la méthode mise en œuvre <ul style="list-style-type: none"> ⇒ Aucune restitution des règles de marchandisage ⇒ Restitution partielle des règles de marchandisage ⇒ Restitution complète sans analyse ⇒ Analyse pertinente et complète des pratiques de marchandisage 	TI I S TS
3. Outils d'information et de communication <i>(dans le point de vente ou en centre de formation)</i>	
<ul style="list-style-type: none"> • Présentation des outils utilisés <i>(téléphone, télécopieur, microordinateur...)</i> <ul style="list-style-type: none"> ⇒ Présentation inexistante des outils utilisés ⇒ Présentation erronée des outils utilisés ⇒ Présentation partielle des outils utilisés ⇒ Présentation complète des outils utilisés 	TI I S TS
<ul style="list-style-type: none"> • Utilisation des outils <ul style="list-style-type: none"> ⇒ Ignorance des fonctions des outils de communication et d'information ⇒ Connaissance partielle des fonctions des différents outils ⇒ Maîtrise partielle des outils ⇒ Utilisation efficace des outils 	TI I S TS
<ul style="list-style-type: none"> • Intérêt des outils pour les tâches réalisées <ul style="list-style-type: none"> ⇒ Aucune perception de l'intérêt des outils ⇒ Perception partielle ⇒ Intérêt connu et évoqué ⇒ Intérêt connu et bien argumenté 	TI I S TS

COMMUNICATION ÉCRITE

Les quatre documents du dossier du candidat (fiche signalétique du point de vente, fiches « produit » n°1 et 2, fiche descriptive d'une activité de merchandising) sont évaluées à l'aide des indicateurs précisés ci-dessous. Il est rappelé que les masques de saisie informatiques peuvent être fournis.

INDICATEURS D'ÉVALUATION	Évaluation
Contenu	
⇒ Éléments incontournables du document absents ⁽¹⁾	TI
⇒ Éléments incontournables du document partiellement renseignés	I
⇒ Des éléments mineurs absents	S
⇒ Fond parfaitement maîtrisé	TS
Rédaction (style, orthographe, ponctuation)	
⇒ Document inacceptable	TI
⇒ Présence de nombreuses fautes de style et d'orthographe	I
⇒ Présence de deux fautes d'orthographe, ou de style, ou de ponctuation	S
⇒ Document sans faute	TS
Vocabulaire professionnel	
⇒ Vocabulaire professionnel insuffisamment utilisé	TI
⇒ Vocabulaire professionnel utilisé mais inadapté	I
⇒ Vocabulaire professionnel présent	S
⇒ Vocabulaire professionnel présent et utilisé à bon escient	TS
Outil informatique	
⇒ Pas d'utilisation de l'outil informatique	TI
⇒ Utilisation incorrecte	I
⇒ Utilisation correcte des différentes fonctionnalités de l'outil informatique	S
⇒ Excellente utilisation des différentes fonctionnalités de l'outil informatique	TS
Présentation	
⇒ Aucun soin (document raturé, froissé ou taché)	TI
⇒ Manque de soin, soin insuffisant et irrégulier	I
⇒ Présentation correcte du document	S
⇒ Recherche dans la présentation	TS

(1) On entend par élément incontournable :

- Fiche signalétique du point de vente :
 -
 -
 -
- Fiche « produit »
 -
 -
 -
- Fiche descriptive d'une activité de merchandising
 -
 -
 -

SITUATION D'ÉVALUATION EN ENTREPRISE

- **Compétences professionnelles**
(deux ou trois séquences d'évaluation)
- **Attitudes professionnelles**

Les indicateurs présentés ci-dessous permettent au tuteur en entreprise et au professeur (ou au formateur) de vente de tracer le profil du candidat tant au niveau des compétences professionnelles que sur le plan des attitudes professionnelles manifestées tout au long de la formation en entreprise.

COMPÉTENCES PROFESSIONNELLES

INDICATEURS D'ÉVALUATION	Évaluation
⇒ Est incapable de	TI
⇒ Est capable de ... avec des conseils permanents	I
⇒ Est capable de ... avec des conseils ponctuels	S
⇒ Est capable de ...	TS

ATTITUDES PROFESSIONNELLES

INDICATEURS D'ÉVALUATION	Évaluation
Adopter une tenue adaptée	
⇒ Tenue négligée	TI
⇒ Tenue correcte irrégulière	I
⇒ Tenue correcte	S
⇒ Tenue adaptée en permanence à l'activité du point de vente	TS
Adopter un comportement adapté	
⇒ Aucun intérêt au point de vente	TI
⇒ Peu d'intérêt au point de vente	I
⇒ Comportement adapté	S
⇒ Recherche permanente du meilleur comportement	TS
Respecter les horaires	
⇒ Retards très fréquents	TI
⇒ Retards nombreux	I
⇒ Ponctualité après quelques remarques	S
⇒ Ponctualité constante	TS
Appliquer les consignes	
⇒ Consignes trop souvent oubliées	TI
⇒ Consignes fréquemment oubliées et/ou mal appliquées	I
⇒ Consignes respectées la plupart du temps	S
⇒ Consignes parfaitement respectées	TS
S'impliquer dans son travail	
⇒ Aucun engagement personnel	TI
⇒ Activité sous surveillance stricte	I
⇒ Activité correcte	S
⇒ Participation active (à la progression de l'entreprise)	TS

PRATIQUE DU MARCHANDISAGE

Les indicateurs présentés ci-dessous permettent au tuteur en entreprise et au professeur (ou au formateur) de vente de tracer le profil du candidat en pratique du merchandising.

Compé- tence	COMPÉTENCES PROFESSIONNELLES et INDICATEURS D'ÉVALUATION	Évaluation
C.2.2.	Présenter les produits à la vente	
	⇒ Ne suit pas les règles préconisées par le point de vente	TI
	⇒ Disposer les produits en suivant partiellement les consignes	I
	⇒ S'assure du respect des règles de présentation	S
	⇒ Présente les produits avec le souci de leur mise en valeur	TS
C.2.3.	Participer à la signalétique	
	⇒ Ne se soucie pas des règles de signalétique	TI
	⇒ N'intervient que partiellement sur les travaux de signalétique	I
	⇒ S'assure du respect des règles de signalétique	S
	⇒ Intervient en permanence en matière d'information et de signalétique	TS
C.2.4.	Maintenir l'attractivité de la surface de vente	
	⇒ Ne se soucie pas des règles en matière de démarque et d'attractivité	TI
	⇒ Réalise partiellement les travaux liés à l'état vendeur du point de vente	I
	⇒ S'assure de l'état vendeur du point de vente	S
	⇒ Agit en permanence afin de limiter la démarque et d'obtenir un état vendeur du point de vente	TS