

Diplôme visé de gestion et management des entreprises

Référentiel de compétences et d'évaluation		
Référentiel de compétences	Référentiel d'évaluation	
	Modalités d'évaluation	Critères d'évaluation
S'assurer de la bonne compréhension du cahier des charges ou de la demande du client	<p>Business Game : Jeu de simulation, les candidats gèrent une entreprise globale, prennent des décisions, expliquent leurs décisions et stratégies et justifient leur choix stratégiques devant leurs actionnaires. Par équipe, les étudiants prennent des décisions dans un univers dynamique et concurrentiel. Les objectifs étant de :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Analyser l'ensemble des informations disponibles - Analyser la concurrence sur le marché - Décider une stratégie <p>- Modifier sa stratégie en fonction de l'environnement interne et externe de l'entreprise</p> <ul style="list-style-type: none"> - Expliquer les décisions stratégiques <p>Le rendu se fait par équipe, devant un jury de professionnels et de membres de l'équipe pédagogique (Durée : 30 minutes).</p> <p style="text-align: center;">Stage :</p> <p>Selon les missions confiées, le candidat sera en situation réelle et devra gérer un portefeuille client, appliquer la stratégie établie par la direction, réaliser une veille concurrentielle,</p>	Clarté et concision de la reformulation de la demande
Effectuer une veille concurrentielle		Diversité des sources de veille, pertinence des sources
Rassembler les éléments de contexte pertinents à la demande		Richesse des éléments présentés et pertinence de ces éléments par rapport à la demande initiale
Participer à la définition de la stratégie commerciale en prenant en compte les éléments de contexte rassemblés		Pertinence de l'analyse des éléments, viabilité des propositions faites
Développer son réseau professionnel en effectuant une veille, en participant à des événements professionnels		Repertoire de contacts professionnels en cours de développement, et qualification des contacts (champs d'intervention, poste occupé, etc.)
Établir un rétro-planning de l'action à mener		Exhaustivité des informations et exécutabilité du planning
Répartir les tâches qui incombent aux interlocuteurs identifiés, en fédérant les équipes par l'animation de réunions de travail ou la création de supports de communications internes		Bonne identification des acteurs potentiels, clarté des documents présentés, cohérence et concision du discours

Appliquer le plan d'action afin de développer le chiffre d'affaires, dans le respect de la stratégie arrêtée	<p>cibler sa clientèle, effectuer une prospection, rencontrer les clients potentiels, établir une stratégie commerciale selon le profil du client, finaliser la vente, assurer un suivi et remonter un tableau de bord.</p> <p>Le candidat doit soumettre un rapport de stage et effectuer une soutenance de 30 minutes devant son maitre de stage entreprise et son tuteur école, suivie de trente minutes de questions-réponses.</p>	Respect de la stratégie choisie, pertinence des choix de mise en application
Définir une liste d'indicateurs pertinents à l'analyse de l'action menée		Pertinence des indicateurs choisis
Établir un tableau de bord afin de suivre les indicateurs pertinents à l'analyse de l'action menée		Clarté de présentation du tableau de bord
Observer les indicateurs obtenus afin de soumettre un rapport d'analyse à sa hiérarchie		Analyse des données pertinente à l'action menée, capacité d'interprétation
Le cas échéant, proposer des actions correctives		Bonnes suggestions d'actions, faisabilité des actions
Développer l'expérience client et fidéliser sa clientèle en mettant en oeuvre la politique marketing et commerciale, ainsi qu'en accompagnant et en conseillant le client et les équipes	<p>Stage :</p> <p>Selon les missions confiée, le candidat sera en situation réelle et devra gérer un portefeuille client, appliquer la stratégie établie par la direction, réaliser une veille concurrentielle, cibler sa clientèle, effectuer une prospection, rencontrer les clients potentiels, établir une stratégie commerciale selon le profil du client, finaliser la vente, assurer un suivi et remonter un tableau de bord.</p> <p>Le candidat doit soumettre un rapport de stage et effectuer une soutenance de 30 minutes devant son maitre de stage entreprise et son tuteur école, suivie de trente minutes de questions-réponses.</p>	Bonne prise en main de la politique commerciale et bonne adaptation du discours commercial.
Effectuer des missions de relance auprès de son portefeuille de clients afin d'effectuer un suivi ou de proposer un nouveau service		Bonne expression orale et/ou écrite, respect des consignes marketing
Prospecter de nouveaux clients en identifiant de nouveaux marchés ou en utilisant de nouvelles sources de données (fichiers clients)		Capacité à identifier les sources pertinentes, capacité d'innovation
Générer du lead par la mise en place d'événements (physiques ou virtuels)		Bonne préparation d'événement, respect des lois inhérentes aux événements, pertinence de la communication