

**DIPLOVIS - BACHELOR EN GESTION ET DEVELOPPEMENT COMMERCIAL**

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<b>Bloc 1 : Gestion de la relation client en face à face ou à distance</b>			
<i>Gestion de la relation client, en face à face ou à distance dans ses dimensions relationnelles en utilisant les moyens de communication adéquates que ce soit à visée d'assistance ou de vente</i>			
<b>Activité 1 : Accueil, information, conseil auprès du client</b>	C1 : Prendre en charge en face à face ou à distance un client / un prospect afin d'effectuer l'étude préalable de la demande, du besoin client	<b>L'évaluation des compétences de ce bloc sera composée (1) d'un cas réel ou fictif d'entreprise et (2) d'un rapport de compétences transversal aux blocs 5, 6 et 7 de parcours.</b>  (1) Le/la candidat(e) prendra connaissance d'une décision stratégique prise par la Direction d'une organisation, d'une Unité, d'un département ou d'un service et devra élaborer un plan d'action d'accompagnement et de déploiement de cette dernière en assurant une veille sur l'impact des différentes politiques transverses de la structure.  (2) Le/la candidate présentera un contexte de travail réel, ses missions effectuées, 1 fiche de compétences pour chacun des blocs 5, 6 et 7 développant tout ou partie du bloc ainsi qu'un projet de développement ou de pérennisation de l'organisation	Les différents composants d'un produit sont identifiés et mesurés.
	C2 : Apporter des informations techniques à un client / un prospect sur un produit / un service pour l'aider et l'orienter dans son processus d'achat		Les canaux de production et de distribution sont connus et explicables à un client / prospect.
	C3 : Etablir un questionnement efficace afin d'assurer une relance prospect ou pour adapter son argumentaire pour l'établissement d'un devis		Les techniques de ventes sont maîtrisées et les savoirs comportementaux associés sont appliqués.
<b>Activité 2 : Assistance à la vente</b>	C4 : Elaborer une proposition de vente respectant les réglementations légales et la culture globale de l'entreprise		Les propositions de ventes sont conformes aux réglementations en vigueur et CGV.
	C5 : Apporter une réponse technico-commerciale complète permettant d'optimiser la performance de la négociation sur le plan qualité – cout - délai		L'offre commerciale est personnalisée et réponds à une adaptation en fonction du client / prospect.
	C6 : Utiliser les techniques comportementales adaptées à l'aboutissement d'une vente en s'adaptant à un contexte défini et finaliser l'acte d'achat		Le soutien à la prospection est effectif et s'appuie sur une feuille de route quantifiée.
	C7 : Développer la personnalisation de la relation client et de l'offre apportant une valeur concurrentielle à l'entreprise		Les techniques d'écoute, de reformulation et d'empathie sont mise en œuvre pour assurer le suivi client après-vente.
<b>Activité 3 : Suivi de la clientèle et de la satisfaction</b>	C8 : Assurer un rôle de soutien dans la prospection et les actions d'attractivité clients pour développement le portefeuille existant		
	C9 : Porter assistance à un client en récoltant et recherchant les informations nécessaires afin de résoudre un problème rencontré		

	<p>C10 : Assurer le service après-vente, traiter les réclamations clients afin de gérer les mécontentements, d'éviter les contentieux, les litiges, les impayés</p> <p>C11 : Suivre des clients / prospects dans leur cycle de vie (évolution, panier moyen, fréquence) dans le but de maîtriser l'évolution du portefeuille clients</p>	<p>L'évaluation de mise en situation professionnelle est réalisée par un binôme de jurés professionnels dont un/une extérieur(e) au centre.</p> <p>Chaque compétence est évaluée par observation en formation et comparaison en évaluation avec les seuils et critères requis.</p>	<p>Les solutions apportées sont en conformité avec le contexte de vente, les spécificités de l'offre et de la clientèle. La stratégie comportementale et rédactionnelle est adaptée aux moyens de communication et de transaction avec l'acheteur.</p>
<b>Activité 4 : Intégration des spécificités de la relation client omnicanales</b>	C12 : Entretenir la relation client à distance en adaptant ses outils de communication		
	C13 : Adapter sa posture et ses process à une clientèle à distance		
	C14 : Capitaliser sur la gestion de la data client pour améliorer son positionnement et l'expérience client		
	C15 : Etablir une dynamique e-relationnelle		
<b>Bloc 2 : Gestion des aspects administratifs et financiers d'un dossier client</b> <i>Gestion du système de facturation et du bon déroulement des processus administratifs et financiers du dossiers client, suivi et contrôle de toute la chaîne logistique, de la commande jusqu'à la livraison pour la satisfaction client</i>			
<b>Activité 5 : Suivi du portefeuille des commandes</b>	C1 : Intégrer ou vérifier l'enregistrement des commandes afin d'assurer le déclenchement du processus de production, de distribution	<p><b>L'évaluation des compétences de ce bloc sera composée (1) de mini-cas pratiques contextualisés et (2) d'un dossier de gestion des activités administrative et financière.</b></p> <p>(1) Le/la candidat(e) prendra connaissance d'une problématique fictive rencontrée dans chacune des activités du bloc et devra trouver les solutions adaptées à leurs résolutions.</p> <p>(2) Le/la candidate présentera, dans un contexte de travail réel, des situations de gestion des activités administratives et financières vécues (une par activité du bloc au minimum dans un maximum de cinq) et formulera des critiques et des pistes d'amélioration.</p> <p>L'évaluation des mises en situation professionnelle est réalisée par un binôme de jurés professionnels dont un/une extérieur(e) au centre.</p> <p>Chaque compétence est évaluée par observation en formation et comparaison en évaluation avec les seuils et critères requis.</p>	<p>Les principes d'analyse de problèmes et leurs résolutions sont maîtrisés de façon théoriques et adaptés en fonction du contexte et de l'activité concernée.</p> <p>Les solutions avancées favorisent le bon déroulement des opérations de commandes, de suivi des stocks ou des paiements.</p> <p>Les réglementations et les process sont respectés.</p> <p>L'amélioration continue de l'expérience client est rechercher dans chaque intervention.</p> <p>La rigueur des activités et des actions est mesurable.</p> <p>Les connaissances techniques des activités sont mobilisées et maîtrisées pour apporter une réponse opérationnelle à la demande.</p>
	C2 : Assurer le suivi des enregistrements de commandes pour préparer les livraisons, établir et contrôler un bon de livraison		
	C3 : Participer au contrôle et à l'élaboration de la tarification		
	C4 : Assurer l'assistanat export et l'interface avec les acteurs de la supply chain, les transports, les douanes, les ventes		
	C5 : Enregistrer, traiter ou transmettre les retours et/ou réclamations clients, traiter les non-conformités ; réceptionner et suivre les retours produits		
<b>Activité 6 : Suivi des stocks et de la relation fournisseur</b>	C6 : Suivre les stocks sur un logiciel, progiciel		
	C7 : Gérer la relation avec les fournisseurs en définissant les prestataires appropriés en fonction des exigences des clients		
	C8 : Relancer les fournisseurs en cas de retard de livraison et répertorier les incidents logistiques		
	C9 : Assurer le suivi administratif de documents de transport et/ou intervenir en tant que support pour l'export et/ou le suivi des transporteurs		
<b>Activité 7 : Suivi des paiements</b>	C10 : Etablir, contrôler la facturation (les avoirs, les escomptes, les en-cours clients, les reliquats) et gérer les éléments de paiements des commandes		
	C11 : Planifier les paiements, relancer et mettre à jour les créances clients, gérer les dossiers d'affacturage et d'encaissement		

	<p>C12 : Accompagner les procédures de relance, de recouvrement (balance âgée) en cas d'impayé (extraction des données, anomalies identifiées)</p> <p>C13 : Participer à la gestion des risques liés à la clientèle, veiller à la solvabilité des clients, procéder à l'analyse financière clients / prospects</p> <p>C14 : Participer à la veille budgétaire et financière afin d'accompagner le manager dans le contrôle de la rentabilité des activités</p>		<p>Des pistes d'amélioration sont explorées et exposées explicitement à l'issue de chacune des activités menées.</p> <p>Les savoirs comportementaux sont mobilisés de façon efficiente pour donner satisfaction au commanditaire.</p> <p>La satisfaction client est poursuivi tout au long de la gestion administrative du dossier.</p> <p>La rentabilité des activités est établie ou, le cas échéant, expliquée et justifiée.</p>
--	--	--	---

### Bloc 3 : Accompagnement à la coordination de la data et des processus support

*Coordination (pilotage) des données internes / externes en instruisant et administrant les informations et les procédures dans un système existant*

<b>Activité 8 : Gestion de la data clients</b>	<p>C1 : Utiliser des tableurs, ERP, CRM, progiciel de gestion des stocks et intégrer des commandes sur un logiciel pour optimiser la réactivité de transmission des données</p>	<p><b>L'évaluation des compétences de ce bloc sera composée (1) d'un cas pratique contextualisé sur poste informatique et (2) d'un dossier d'analyse des activités de Gestion de la Data et des Process</b></p> <p>(1) Le/la candidat(e) prendra connaissance d'une (de) problématique(s) fictive(s) rencontrée(s) dans les procédures internes d'une entreprise créant des dysfonctionnements dans l'organisation et/ou de l'insatisfaction clients et devra proposer les solutions adaptées à la résolution du(des) problèmes.</p> <p>(2) Le/la candidate présentera, dans un contexte de travail réel, des situations de gestion de la Data et des Process vécues (une par activité du bloc au minimum dans un maximum de cinq) et formulera des critiques et des pistes d'amélioration.</p>	<p>Le système d'information en interne comme en externe est connu et peut être cartographié de manière simple et lisible.</p> <p>Le processus d'intégration des flux de données est maîtrisé et la capacité à rechercher une information dans un système est démontré.</p> <p>Les qualités techniques d'utilisation des outils d'un système sont démontrées et parfaitement maîtrisées.</p> <p>Les outils de communication en interne et en externe sont connus et utilisés à bon escient.</p> <p>Les préconisations d'amélioration des systèmes de circulation de l'information sont efficaces et adaptés au champ d'actions</p> <p>Les techniques d'accompagnement RH sont mobilisées, favorisent l'intégration des collaborateurs et soulagent le.s</p>
	<p>C2 : Mettre à jour et qualifier les fichiers, bases de données clients / prospects (dans un CRM, ERP) dans le but d'améliorer la relation client et les actions sur le(s) portefeuille(s)</p>		
	<p>C3 : Définir et schématiser les besoins en données des différents outils et services afin d'identifier des dysfonctionnements, confronter des informations et les codifier</p>		
	<p>C4 : Gérer et améliorer les systèmes de circulation de l'information tant en interne qu'en externe</p>		
<b>Activité 9 : Optimisation des processus internes et externes</b>	<p>C5 : Créer / améliorer les modes opératoires et les procédures clients, fournisseurs, prestataires pour une uniformisation des fonctionnements</p>		
	<p>C6 : Partager les données et les bonnes pratiques avec les autres services internes et les partenaires extérieurs à des fins d'amélioration continue de la qualité</p>		
	<p>C7 : Utiliser ou mettre en place des outils de travail collaboratif pour fluidifier les échanges et les interactions entre services</p>		
	<p>C8 : Optimiser la Gestion Electronique des Documents en intégrant la gestion des processus de classement et d'archivage dans la démarche</p>		

<b>Activité 10 : Recrutement et intégration des nouveaux entrants</b>	C9 : Suppléer un responsable dans les tâches de premier niveau pour accompagner le recrutement d'un nouveau collaborateur (rédaction de fiche de poste, d'annonce, etc.)	L'évaluation des mises en situation professionnelle est réalisée par un binôme de jurés professionnels dont un/une extérieur(e) au centre.  Chaque compétence est évaluée par observation en formation et comparaison en évaluation avec les seuils et critères requis.	responsable.s des tâches à faible valeur ajoutée
	C10 : Aider à la récupération, numérisation et gestion des documents d'entrée et sortie d'un collaborateur sous la supervision d'un responsable ou du service RH		
	C11 : Accueillir, accompagner, transmettre des connaissances techniques à de nouveaux collaborateurs / stagiaires pour renforcer les équipes et garantir la bonne application des process		
<b>Bloc 4 : Accompagnement au développement des activités support de la fonction commerciale</b>			
<i>Coordination (pilotage) et soutien à l'amélioration continue des activités commerciales de l'organisation en participant activement aux tâches</i>			
<b>Activité 11 : Soutien aux relations entre les commerciaux, les services supports, les clients</b>	C1 : Intervenir sur les plannings (tournées, interventions, RDV commerciaux, etc...) / les agendas partagés et les adapter en fonction des contraintes organisationnelles des acteurs dans le but d'optimiser la communication générale du(des) service(s)	<b>L'évaluation des compétences de ce bloc sera composée (1) d'un projet fictif et (2) d'un projet de pérennisation</b>  (1) Le/la candidat(e) travaillera sur un projet fictif de communication pour accompagner une entreprise dans l'amélioration de sa communication et le développement de sa visibilité, de sa notoriété.  (2) Le/la candidate présentera, dans un contexte de travail réel, une étude portant sur les activités commerciales de l'organisation, sur le processus d'évaluation de la satisfaction et formulera une critique structurée et proposera des pistes d'amélioration générale pour l'attractivité du service.  L'évaluation des mises en situation professionnelle est réalisée par un binôme de jurés professionnels dont un/une extérieur(e) au centre.  Chaque compétence est évaluée par observation en formation et comparaison en évaluation avec les seuils et critères requis.	Les propositions et participations au soutien des relations entre les commerciaux, les services support et les clients sont efficaces et ont un retour sur investissement mesurable  La visibilité de l'unité commerciale est améliorée et les actions menées sont explicitées et détaillées.  Les études d'amélioration menées s'appuient sur des indicateurs de suivi / de performance cohérents et la capacité à argumenter en présentant des informations ordonnancées est démontrée.  L'importance de la transversalité entre fonctions supports et service techniques est comprise et les démarches de réflexion sont établies en conséquence.  L'objectivité et l'esprit de synthèse sont en adéquation avec le travail d'étude de la satisfaction à mener  Les propositions de suivi et d'évolution d'évaluation de la satisfaction client sont tangibles, mesurables et les activités
	C2 : Proposer des améliorations dans les supports de communication, offline ou online, pour les différents acteurs interne ou externe		
	C3 : Participer à des évènements, des opérations de promotion, de fidélisation pour dynamiser les activités commerciales et soutenir la force de vente		
	C4 : Assurer l'interface entre les commerciaux, les services, les clients, les prestataires en inscrivant sa démarche dans une chaîne de valeur avec les fonctions supports		
<b>Activité 12 : Suivi des activités commerciales</b>	C5 : Identifier des indicateurs de suivi / de performance et (co)construire des tableaux de bord dans le but d'assurer des rapports d'activité		
	C6 : Sélectionner et extraire des données d'un progiciel (CRM, ERP) et assurer le reporting des données clients en combinant des technologies		
	C7 : Entretenir les relations avec les fonctions supports des différents services afin de mettre à jour les données et les informations		
	C8 : Participer à l'organisation de réunion en apportant des données quantitatives et qualitatives à tout ou partie des interlocuteurs de l'entreprise		
<b>Activité 13 : Recueil et traitement de la satisfaction client</b>	C9 : Administrer et participer à des études par téléphone, en unité, en ligne pour accompagner la recherche d'éléments constitutifs de la satisfaction ou insatisfaction client.		

	<p>C10 : Analyser des retours clients / enquêtes de satisfaction dans le but d'assurer une remontée d'information aux fonctions concernées.</p> <p>C11 : Suivre le taux de satisfaction client et proposer des évolutions des fonctionnalités liées aux programmes de fidélisation visant une meilleure expérience de marque</p>		<p>proposées s'inscrivent dans la logique du périmètre d'action.</p> <p>La capacité à proposer des solutions en cas de dysfonctionnement est évaluable et démontre une certaine forme d'autonomie et de prise de recul</p>
<p><b>Bloc 5 : Traduction opérationnelle des axes stratégiques de l'entreprise et participation au développement commercial</b></p> <p><i>Cette activité doit garantir l'alignement de l'unité opérationnelle en responsabilité à la stratégie globale de l'entreprise et renforcer la visibilité de l'UO et la nécessaire collaboration avec les parties prenantes, en interne et en externe</i></p>			
<p><b>Activité 14 : Pilotage d'un système de veille sur son périmètre</b></p>	<p>C1 : Assurer une veille continue de l'environnement macro, micro, nano économique en identifiant les sources et ressources nécessaires afin d'adapter le positionnement de son entité aux interactions avec/entre les opérateurs du(des) marché(s)</p>	<p><b>L'évaluation des compétences de ce bloc sera composée (1) d'un cas réel ou fictif d'entreprise et (2) d'un rapport de compétences transversal aux blocs 5, 6 et 7 de parcours.</b></p> <p>(1) Le/la candidat(e) prendra connaissance d'une décision stratégique prise par la Direction d'une organisation, d'une Unité, d'un département ou d'un service et devra élaborer un plan d'action d'accompagnement et de déploiement de cette dernière en assurant une veille sur l'impact des différentes politiques transverses de la structure.</p> <p>(2) Le/la candidate présentera un contexte de travail réel, ses missions effectuées, 1 fiche de compétences pour chacun des blocs 5, 6 et 7 développant tout ou partie du bloc ainsi qu'un projet de développement ou de pérennisation de l'organisation</p> <p>L'évaluation de mise en situation professionnelle est réalisée par un binôme de jurés professionnels dont un/une extérieur(e) au centre.</p> <p>Chaque compétence est évaluée par observation en formation et comparaison en évaluation avec les seuils et critères requis</p>	<p>Les facteurs politiques, économiques, sociologiques, technologiques, environnementaux et légaux sont correctement identifiés</p> <p>Les risques et opportunités du marché sont objectivement établis en conclusion de l'étude et la synthèse d'information permet une lecture facilitée des éléments L'ensemble des acteurs intervenants dans la chaîne de valeur et dans la balance équitable sont identifiés et les interconnexions listées</p> <p>L'analyse de l'impact sur le système de pilotage des achats, des approvisionnements et des budgets permet d'appréhender les changements en termes de coûts, délais, besoins, écarts.</p> <p>Le reporting à la Direction Générale est synthétique, structuré et reprend les points clés du plan d'action. L'interprétation des données est exhaustive, la prise de décision facilitée et le profilage client respecte les usages en matière de persona</p> <p>Les spécificités du consommateur en situation de handicap sont intégrées naturellement et les dispositions du R.G.P.D sont strictement appliquées dans l'utilisation des données</p> <p>Les aménagements d'offres sont listés et explicités dans la limite du niveau de</p>
	<p>C2 : Consolider des données issues de la veille en utilisant des outils et matrices adaptés et dédiés à la cartographie de l'information afin d'établir le positionnement concurrentiel de l'organisation et les facteurs de valorisation, les opportunités et les menaces du marché et déterminer les facteurs clés de succès sur son périmètre</p> <p>C3 : Assurer une remontée d'information issue de la veille en actualisant la documentation professionnelle, réglementaire interne afin d'accompagner la réflexion sur les ajustements à mener en cohérence avec les évolutions du marché et partager la stratégie de l'entreprise auprès des parties prenantes de l'unité opérationnelle pour donner du sens à ses actions</p>		
<p><b>Activité 15 : Matérialisation de la chaîne de valeur de l'organisation et du système de management de la supply chain</b></p>	<p>C4 : Appréhender l'organisation globale de l'entreprise, la valeur client à l'intérieur en actualisant régulièrement la cartographie des différents maillons de la chaîne de valeur de l'entreprise ainsi que des activités interconnectées pour proposer des améliorations éventuelles de la performance, y compris logistique</p>		
	<p>C5 : Analyser l'ensemble des acteurs intervenants dans la balance équitable (satisfaction client et la rentabilité logistique) en identifiant les relations horizontales et verticales de l'unité opérationnelle et leurs caractéristiques afin préconiser des améliorations continues en matière de Supply Chain Management</p>		
	<p>C6 : Aider à la compréhension de l'ensemble de ces éléments aux clients interne et externe en présentant de manière synthétique les valeurs clés de cette structuration pour valoriser la fonction support de son organisation sur son périmètre</p>		

<b>Activité 16 : Détermination du potentiel de développement commercial d'une organisation</b>	C7 : Cartographier le portefeuille d'activités en mobilisant des outils et matrices de diagnostic afin de se projeter sur les possibilités d'actions commerciales sur un ou des périmètre(s) définis, en cohérence avec la nécessaire transition écologique à opérer en réponse aux besoins sociétaux et en conformité avec le Référentiel Général d'Amélioration de l'Accessibilité (R.G.A.A.)		responsabilité dans le domaine et le lien de collaboration avec les services est clairement explicité  Les outils de transmission de la stratégie aux collaborateurs sont efficaces et en adéquation avec la taille et les moyens de de l'Unité, du Département, du service.  Les impacts sur la politique RSE ont été identifiées et redéfinis à la dimension de l'entité en responsabilité  Les actions proposées sont innovantes et adaptatives en fonction des changements comportementaux de l'environnement
	C8 : Interpréter les données à disposition (en interne ou à l'externe) pour dresser les « personae clients » de son portefeuille d'activités, en intégrant les éventuelles spécificités liées aux consommateurs finaux en situation de handicap, dans le respect du Règlement Général sur la Protection des Données (R.G.P.D.)		
	C9 : En collaboration avec les services production et juridique, identifier les aménagements d'offres de produits et services envisageables dans l'univers concurrentiel de l'entreprise pour répondre aux attentes des acheteurs, en particulier concernant l'accessibilité de l'offre aux consommateurs finaux en situation de handicap		
<b>Activité 17 : Diffusion des valeurs de l'entreprise</b>	C10 : A partir de la stratégie globale de l'entreprise et de sa politique RSE, traduire les enjeux directs impactant la(les) unité(s) opérationnelle(s) en responsabilité pour positionner son service par rapport à la stratégie définie et favoriser le management responsable		
	C11 : Développer la culture de l'entreprise - définie par la direction - au sein de son Unité, sur son périmètre et porter le projet de l'entreprise en externe au travers d'événements, de partenariat pour améliorer la compréhension et la visibilité de l'UO sur son secteur économique		
	C12 : Partager la politique générale de l'entreprise dans le domaine RSE avec les collaborateurs en donnant du sens aux actions de l'entité afin de créer un principe de réciprocité dans les activités de chacun		
<b>Bloc 6 : Management opérationnel des Hommes, de l'organisation en responsabilité et des changements</b>			
<i>Cette activité consiste à optimiser les périodiquement les moyens humains nécessaires à la réussite de la stratégie de l'entité et faire évoluer son organisation en fonction des besoins du marché et des évolutions numériques et sociétales</i>			
<b>Activité 18 : Management opérationnel d'une équipe, en conformité avec la politique</b>	C1 : Etablir un diagnostic humain de son équipe en appréhendant la diversité des profils la composant, incluant le personnel en situation de handicap, afin de déterminer les leviers d'accompagnement et d'encadrement personnalisés de chacun de ses collaborateurs	<b>L'évaluation des compétences de ce bloc sera composée (1) d'un cas réel ou fictif d'entreprise et (2) d'un rapport de compétences transversal aux blocs 5, 6 et 7 de parcours.</b>	Le diagnostic humain est réalisé, conforme aux usages dans le domaine et permet de déterminer les leviers

<p><b>d'inclusivité et de handicap de l'entreprise</b></p>	<p>C2 : Animer une équipe, en présentiel ou à distance, en dynamisant ses membres autour des objectifs individuels et collectifs, afin d'obtenir les résultats attendus et fidéliser ses collaborateurs et garantir une qualité de vie au travail pour chacun des membres</p>	<p>(1) Le/la candidat(e) prendra connaissance d'une décision de création ou de restructuration d'une Unité, d'un département, d'un service et devra accompagner le dirigeant, le responsable dans la conduite du changement et la coordination des moyens du projet.</p> <p>(2) Le/la candidate présentera un contexte de travail réel, ses missions effectuées, 1 fiche de compétences pour chacun des blocs 5, 6 et 7 développant tout ou partie du bloc ainsi qu'un projet de développement ou de pérennisation de l'organisation</p> <p>L'évaluation de mise en situation professionnelle est réalisée par un binôme de jurés professionnels dont un/une extérieur(e) au centre.</p> <p>Chaque compétence est évaluée par observation en formation et comparaison en évaluation avec les seuils et critères requis.</p>	<p>L'animation de l'équipe commerciale est efficiente et la garantie de la qualité de vie est établie</p> <p>L'individualisation des objectifs est faite de façon objective, assure les principes de neutralité et de non-discrimination dans le domaine</p> <p>Les techniques de gestion de conflit sont mobilisées de façon logique et avec fluidité</p>
<p><b>Activité 19 : Gestion des ressources humaines d'un service, en conformité avec la loi de lutte contre la discrimination et pour l'égalité femme / homme</b></p>	<p>C5 : Participer au processus de recrutement de nouveaux collaborateurs du service commercial en sélectionnant les bonnes compétences commerciales à mobiliser, en accueillant et intégrant les nouvelles recrues pour répondre aux besoins de renforcement de l'équipe de vente, en conformité avec le code du travail et dans le respect des principes de déontologie et de lutte contre les discriminations</p>		<p>La participation au processus de recrutement est prouvée et les connaissances métiers démontrées</p> <p>Différentes formes d'entretiens ont été menés et le formalisme respecté</p> <p>Les actions en lien avec la professionnalisation des collaborateurs sont en nombre suffisants et accompagne le développement des équipes</p>
<p><b>Activité 20 : Coordination de la communication interne (horizontale et verticale)</b></p>	<p>C8 : Transmettre les décisions de la direction auprès des collaborateurs concernés en sélectionnant les circuits d'informations interne les plus adaptés pour garantir la qualité de communication au sein de son service</p> <p>C9 : Communiquer efficacement sur les résultats, évolution et enjeux de son activité en interne de façon ascendante et horizontale auprès des instances transverses afin d'assurer</p>		<p>L'organisation des différentes formes d'échanges est présentée, les choix sont adaptés aux situations, les principes du design thinking sont mobilisés et les codes de communication interpersonnelle ou de groupe sont respectés</p>

	<p>la représentativité de son équipe et valoriser les réussites collectives</p> <p>C10 : Organiser des moments d'échanges, selon les codes de la communication interpersonnelle et de groupe, avec les membres de son équipe en adaptant la temporalité, la durée, la forme et les moyens des rencontres afin de créer un climat favorable aux partages, à l'innovation et à la créativité, en mettant en œuvre des adaptations nécessaires aux collaborateurs en situation de handicap</p> <p>C11 : Proposer des améliorations continue du système de communication en s'appuyant sur les technologies de travail collaboratif et les principes du middle management pour faciliter la circulation des informations au sein de son entité</p>		<p>La posture et les outils mobilisés dans les situations de communication sont adaptés en fonction du contexte</p> <p>Les propositions d'amélioration continue sont en nombre suffisant pour avoir un impact réel sur le modèle en place Le phasage de la conduite du changement est maîtrisé</p>
<b>Activité 21 : Accompagnement à la conduite du changement organisationnel et structurel d'une unité en responsabilité</b>	<p>C12 : A partir d'une veille continue et prospective, identifier les axes d'innovation et de transformation structurelle et organisationnelle à mettre en œuvre pour aligner l'UO aux besoins de la stratégie générale, du périmètre, du marché ou du besoin du client externe et interne à court, moyen et long terme afin d'anticiper pour anticiper les mutations et réfléchir à des orientations pérennes dans le temps</p>		<p>Les leviers pour faire face aux réticences ont été actionnés et anticipés</p> <p>Les outils facilitateurs sont cohérents dans le contexte présenté</p>
	<p>C13 : S'appuyer sur les principes de l'intelligence collective pour définir une stratégie de changement, proposer des solutions permettant d'atteindre des objectifs fixés et anticiper la réticence aux changements en impliquant les parties prenantes</p>		<p>Les tâches à faibles VA ont été clairement identifiées et les opportunités de centrage sur les tâches à fortes VA matérialisées</p>
	<p>C14 : Identifier les tâches à faible valeur ajoutée et/ou chronophages dans l'organisation du service en brainstormant avec son équipe pour repositionner les collaborateurs dans leur cœur de métier et limiter les risques impactant l'efficacité des actions et la démotivation des salariés</p>		
<b>Bloc Optionnel 7 : Management fonctionnel, pilotage et contrôle des moyens d'une unité, d'un département</b>			
<b>Activité 1 : Gestion budgétaire du service, évaluation des ressources nécessaires et adaptation des moyens de fonctionnement</b>	<p>C1 : Animer le système de pilotage budgétaire via les outils de gestion internes afin d'analyser les écarts entre chaque centre de coût et les budgets prévisionnels établis en amont</p>	<p><b>L'évaluation des compétences de ce bloc sera composée (1) d'un cas problème, (2) d'un projet fictif de gestion d'entreprise et (3) d'un rapport de compétences transversal aux blocs 5, 6 et 7 de parcours.</b></p> <p>(1) Le/la candidat(e) prendra connaissance d'une décision de création ou de restructuration d'une Unité, d'un département, d'un service et devra</p>	<p>Les budgets d'investissements sont proportionnés aux besoins et à la taille de l'Unité, du département, du service</p>
	<p>C2 : Proposer des solutions d'ajustement adaptées en tenant compte de l'incidence des décisions correctives, notamment sur le plan comptable, pour assurer de la rentabilité de l'unité opérationnelle</p>		<p>Les moyens / outils de supervision utilisés sont adaptés à la dimension de l'Unité, du département, du service impacté.</p>
	<p>C3 : Définir les budgets d'investissements nécessaires au bon fonctionnement de son UO en analysant régulièrement les besoins humains et matériels pour formuler des</p>		<p>Les indicateurs de performance sont clairement définis et ordonnancés.</p>

	demandes de ressources en intégrant les principes de ROI dans sa réflexion	accompagner le dirigeant, le responsable dans la coordination du projet.	Les R.O.I attendus sont calculés.
<b>Activité 2 : Aide à la construction des éléments comptables et financiers</b>	C4 : Accompagner la construction des pièces comptables et financières en remontant les informations relatives aux charges de son entité afin de participer à l'évaluation des résultats de l'entreprise et de la qualité de la trésorerie globale	(2) Le/la candidate travaillera sur l'élaboration d'un business plan financier dans le cadre d'une création ou reprise d'entreprise	La variation des charges de l'UO, la profitabilité et la rentabilité sont présentées et intégrées au bilan et compte de résultats
	C5 : Calculer la profitabilité et la rentabilité d'une ou plusieurs actions afin de pouvoir préconiser des évolutions potentielles de son UO sur son périmètre	(3) Le/la candidate présentera un contexte de travail réel, ses missions effectuées, 1 fiche de compétences pour chacun des blocs 5, 6 et 7 développant tout ou partie du bloc ainsi qu'un projet de développement ou de pérennisation de l'organisation	L'impact de ces charges et le poids de la logistique / achat / approvisionnement sont mesurés et des préconisations d'ajustement sont proposées
	C6 : Identifier les éléments clés de la logistique, de la politique d'achats et d'approvisionnements en termes de mode, coûts, qualité, volume et délais pour compléter l'analyse financière	L'évaluation des mises en situation professionnelle est réalisée par un binôme de jurés professionnels dont un/une extérieur(e) au centre.	L'analyse des risques de dysfonctionnements est construite en respectant une modélisation (arborescence, arbre, etc...)
	C7 : Prévenir des risques et des aléas de dysfonctionnements en les détectant, analysant et hiérarchisant afin d'atteindre les objectifs fixés et permettre le développement de la stratégie	Chaque compétence est évaluée par observation en formation et comparaison en évaluation avec les seuils et critères requis.	La protection des biens et des personnes est assurée dans la démarche
<b>Activité 3 : Prévention des risques dans le cadre d'une démarche de protection des personnes et du patrimoine matériel et immatériel</b>	C8 : Assurer la veille grâce à un tableau des risques et des conséquences pour proposer des modifications de procédures selon les changements imposés par l'activité		Les enquêtes menées sur les retours terrains sont fondées sur un questionnement simple et factuel
	C9 : Mettre en œuvre un système de management de sureté en vérifiant régulièrement les moyens et les niveaux de risques afin de préserver la santé et la sécurité au travail		
	C10 : S'assurer de la bonne mise en pratique de la politique de gestion des risques pour les salariés en termes de QHSE afin de veiller à la sécurité des biens et des personnes sur son périmètre et contrôler les mesures de sécurité		
	C11 : Elaborer des méthodes et outils d'amélioration du système de contrôle de la performance via des tableaux de bord, de suivi afin d'évaluer le niveau de performance de l'unité opérationnelle et mettre en œuvre les principes du facility management en créant un environnement de travail propice afin d'améliorer la performance de l'équipe		La démonstration des objectifs de gestion identifiés est réalisée et pertinente
<b>Activité 4 : Management de la performance et accompagnement à l'amélioration continue du fonctionnement opérationnel de l'unité</b>	C12 : Manager les objectifs et ratios de performance en utilisant la méthode SMART afin d'animer et suivre les indicateurs des performances individuelle et collective de manière efficiente et efficace		La méthode SMART est appliquée de façon cohérente.
	C13 : Mettre à jour la cartographie les processus internes en réalisant régulièrement l'inventaire des activités pour permettre un fonctionnement opérationnel optimal de l'entité		Les budgets d'investissements sont proportionnés aux besoins et à la taille de l'Unité, du département, du service
	C14 Superviser la conformité de l'UO en contrôlant l'utilisation de l'ensemble des procédures pour		Les moyens / outils de supervision utilisés sont adaptés à la dimension de l'Unité, du département, du service impacté.

	accompagner l'organisation vers une démarche qualité normée		Les indicateurs de performance sont clairement définis et ordonnancés.
<b>Bloc Optionnel 7 : Développement de la stratégie commerciale et pilotage de la performance</b>			
<b>Activité 1 : Elaboration du plan d'action(s) commerciale(s) du service, de l'unité, du périmètre en responsabilité</b>	C1 : Construire le plan d'action(s) commerciale(s) omnicanal, sous la forme d'une feuille de route, en réponse à l'analyse préalable d'opportunité, afin d'organiser une démarche structurée pour le pôle commercial	<b>L'évaluation des compétences de ce bloc sera composée (1) d'un cas problème, (2) d'un projet fictif de gestion d'entreprise et (3) d'un rapport de compétences transversal aux blocs 5, 6 et 7 de parcours.</b>  (1) Le/la candidat(e) prendra connaissance d'une décision de création ou de restructuration d'une Unité, d'un département, d'un service et devra accompagner le dirigeant, le responsable dans la coordination du projet.  (2) Le/la candidate travaillera sur l'élaboration d'un business plan commercial et marketing dans le cadre d'une création ou reprise d'entreprise  (3) Le/la candidate présentera un contexte de travail réel, ses missions effectuées, 1 fiche de compétences pour chacun des blocs 5, 6 et 7 développant tout ou partie du bloc ainsi qu'un projet de développement ou de pérennisation de l'organisation  L'évaluation des mises en situation professionnelle est réalisée par un binôme de jurés professionnels dont un/une extérieur(e) au centre.  Chaque compétence est évaluée par observation en formation et comparaison en évaluation avec les seuils et critères requis	La construction du plan d'action(s) commerciale(s) est logique par rapport au contexte de travail et sa structuration conforme aux usages  Les objectifs globaux et intermédiaires ont été définis selon la méthode SMART et permettent de compléter la feuille de route opérationnelle  Les outils marketing proposé sont en cohérent avec le plan d'action(s) commerciale(s), les pistes de conversion des « lead » sont explorées et les cadres légaux du R.G.P.D et du R.G.A.A. sont strictement appliqués dans la démarche de coconstruction du plan d'actions « marketing et communication »
	C2 : Définir les objectifs globaux et intermédiaires du plan d'actions en utilisant une méthode de type SMART afin de confronter le projet d'action(s) commerciale(s) aux capacités de l'unité commerciale, tant matérielles, humaines que financières		
	C3 : Collaborer avec le chef marketing / directeur commercial en interne (ou une prestataire externe) pour coconstruire le plan d'actions « marketing et communication » inhérent au projet et identifier le flux de « lead » nécessaire à la prospection digitale et à la promotion des ventes, dans le respect du Registre Général de la Protection des Données (R.G.P.D.) et du Référentiel Général d'Amélioration de l'Accessibilité (R.G.A.A.)		
<b>Activité 2 : Déploiement du plan d'action(s) commerciale(s) selon les principes de la gestion de projets</b>	C4 : Organiser le projet de déploiement du plan d'action(s) commerciale(s), selon les principes de la méthode agile, en prenant en compte les contraintes du projet, en répartissant les responsabilités de l'équipe, en qualifiant les objectifs et en anticipant les conséquences pour limiter les risques éventuels de difficulté ou d'échec		Les principes de la méthode agile de projet sont mobilisés dans le respect strict des usages et leur finalité Un phasage simple et souple est envisagé pour optimiser les techniques de gestion de projet, le fractionnement en étapes et sous étapes est clairement présenté et permet de se projeter dans les étapes
	C5 : Modéliser le cahier des charges à destination du Top management / des décideurs pour les informer, obtenir les validations et mobiliser l'ensemble des parties prenantes autour du projet du service commercial		Les rôles et missions de chacun sont présentés lisiblement
	C6 : Présenter le projet auprès de la force de vente sous sa responsabilité en le contextualisant et en mettant en œuvre les techniques du management collaboratif afin de favoriser l'adhésion au projet et tirer le meilleur de chacun		La qualification des objectifs permet de mieux appréhender les différentes phases du projet ; les risques et contraintes sont anticipés, les objectifs contrôlés
<b>Activité 3 : Développement de son portefeuille d'affaires / périmètre de ventes et fidélisation de la clientèle</b>	C7 : Contrôler régulièrement les objectifs intermédiaires de calendrier, budget, coût, délai, qualité du projet d'action(s) commerciale(s) en confrontant régulièrement le modèle initial à la réalité afin de respecter les contraintes financières, temporelles, budgétaires du projet global		
	C8 : Construire un plan de développement de son propre portefeuille d'affaires / périmètre de ventes, mobilisant des techniques de prospection commerciale traditionnelles et digitales, afin de générer des opportunités d'affaires sur son portefeuille ou son périmètre en responsabilité		Le plan de développement répond à une construction en phasage ; des étapes intermédiaires de contrôle de l'avancée sont prévues et logique par rapport au plan global

	<p>C9 : Mettre en œuvre des actions de fidélisation client en favorisant l'expérience client et la personnalisation de la relation commerciale pour conserver ses clients sur le long terme et rentabiliser ses actions de prospection et de recherche client</p>		<p>Les actions de fidélisation sont en nombre suffisant et leur efficacité mesurable, des objectifs quantitatifs et qualitatifs sont déterminés en amont et réalistes dans le contexte</p>
<p><b>Activité 4 : Suivi du plan de performance des activités commerciales</b></p>	<p>C10 : Déployer des techniques de négociation en fonction de son environnement afin de conclure des ventes simples et complexes, avec des paramètres de négociations variables (typologie d'acheteur, contrat cadre, nouveau prospect, etc.)</p>		<p>Les techniques de prospection commerciale traditionnelle et digitale ainsi que de négociation sont mobilisées selon les usages et leur finalité</p>
	<p>C11 : Construire le plan de suivi de performance des actions commerciales à l'aide d'indicateurs et ratios inhérents aux activités afin de contrôler l'atteinte des objectifs intermédiaires et globaux</p>		<p>Les indicateurs de performance sont clairement définis et ordonnancés, les ratios présentés et les statistiques proposés permettent l'évaluation intermédiaire des objectifs</p>
	<p>C12 : Effectuer le reporting des activités commerciales via des tableaux de bord et des outils de gestion de projet afin d'évaluer en temps réel l'avancée du projet de développement et des actions commerciales</p>		<p>La structuration des outils (tableau de bord, de suivi, etc...) est simple de compréhension et d'utilisation</p>
	<p>C13 : Analyser les résultats commerciaux obtenus, par le biais des outils de gestion de la relation, en utilisant les données issues du système d'information ou en collaboration avec les services financiers, afin de s'assurer de l'efficacité des actions commerciales menées</p>		<p>La collaboration avec les services financiers est prouvée et les R.O.I (Return On Investment) attendus et les résultats obtenus sont calculés pour mesurer l'efficacité des action(s) Les correctifs proposés sont logiques et en adéquation avec le plan initial et le besoin d'expérience client</p>
	<p>C14 : Procéder aux ajustements nécessaires à la réalisation du plan d'action(s) commerciale(s) en apportant des correctifs concernant les moyens humains, financiers et matériels pour accompagner les équipes à l'atteinte des objectifs et la sécuriser</p>		<p>La proposition s'appuie sur le modèle initial et met en évidence les moyens et leviers d'action pour ajuster le plan</p>