

POUR L'ÉCOLE
DE LA CONFIANCE



RÉGION ACADÉMIQUE
AUVERGNE-RHÔNE-ALPES

MINISTÈRE
DE L'ÉDUCATION NATIONALE
MINISTÈRE
DE L'ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR,
DE LA RECHERCHE
ET DE L'INNOVATION



Réunion BTS NDRC

17 décembre 2019

POUR L'ÉCOLE
DE LA CONFIANCE

B T S

NDRC

17 déc 2019



Introduction

Préambule - Epreuves NDRC 2020

- Circulaire nationale d'organisation
- 775 candidats (+ 95 / NRC 2019) + 14%

POUR L'ÉCOLE
DE LA CONFIANCE

BLOC 1 RCNV

BLOC 2 RCDD

BLOC 3 RCAR



POUR L'ÉCOLE
DE LA CONFIANCE

BLOC 1 RCNV

Bloc 1 et épreuve E4

- La Fiche E4
- Les activités à mener en entreprise
- L'épreuve
- La grille d'évaluation

Bloc 1 et épreuve E4

La Fiche E4 – questions fréquentes

- *Contenu des fiches sur certains points*
- *Constitution des dossiers accompagnant les fiches*

Bloc 1 et épreuve E4

- La Fiche E4
- Les activités à mener en stage
- Les 2 situations d'évaluation
- La grille d'évaluation

Bloc 1 et épreuve E4

Activités en entreprise – vos questions

Le périmètre précis des activités (domaines et compétences associées) dans la perspective de l'épreuve ?

Bloc 1 et épreuve E4

Activités en entreprise – vos questions

Le périmètre précis des activités (domaines et compétences associées) dans la perspective de l'épreuve ?

Les activités doivent permettre de couvrir les quatre compétences du bloc 1

- ✓ Cibler et prospector la clientèle
- ✓ Négocier et accompagner la relation-client
- ✓ Organiser et animer un évènement commercial
- ✓ Exploiter et mutualiser l'information commerciale

Bloc 1 et épreuve E4

Activités en entreprise – vos questions

Quid des étudiants qui n'ont participé à aucun événement commercial (en E4 pas de simulation possible ?)

Pour l'animation pôle 1 quasi impossible en réel ? / ne risquons nous pas de finir avec quasiment que des fiches observées ou inventées sans rapport avec les stages ?

Bloc 1 et épreuve E4

Activités en entreprise – vos questions

Quid des étudiants qui n'ont participé à aucun événement commercial (en E4 pas de simulation possible ?)

Pour l'animation pôle 1 quasi impossible en réel ? / ne risquons nous pas de finir avec quasiment que des fiches observées ou inventées sans rapport avec le vécu en entreprise ?

Il faut ici s'interroger sur la mission du jeune lorsqu'il se trouve en entreprise. Si l'activité de la structure est réellement commerciale, l'absence de possibilité d'animation est très rare.

Bloc 1 et épreuve E4

- La Fiche E4
- Les activités à mener en entreprise
- L'épreuve
- La grille d'évaluation

La certification E4 – épreuve ponctuelle

- Appui sur 2 fiches E4 + annexes du dossier
- Exposé et entretien / **Ciblage et prospection de clientèle** 10+10
- Simulation et entretien 20
 - **Négociation-vente et accompagnement de la relation client**
 - **Organisation et animation d'un événement commercial**
- Exposé et entretien / **exploitation et partage de l'info** 10+10

Bloc 1 et épreuve E4

*Que peut-on **simuler** de l'organisation et de l'animation d'un événement commercial ? et quels paramètres pourra-t-on modifier ? S'agira-t-il de la négociation en amont, par ou avec un manager ? S'agira-t-il d'une négociation prospect/client sur un stand ?*

Le référentiel propose 2 scénarios : "négociation avec son supérieur sur le choix d'un événement commercial, réunion de présentation des résultats d'un événement commercial".

Les paramètres modifiables sont (finalement) : l'interlocuteur, le lieu et le moment de la présentation, le succès ou l'échec de l'évènement, la hausse ou à la baisse, un incident survenu tout récemment, et être contraint à renégocier..

Le choix de la négociation avec un client lors de l'évènement est le plus possible, cela signifierait que l'on revient sur une négociation que le référentiel exclut.

Bloc 1 et épreuve E4

Que peut-on **simuler** de l'organisation et de l'animation d'un événement commercial ? et quels paramètres pourra-t-on modifier ? S'agira-t-il de la négociation en amont, par ou avec un manager ? S'agira-t-il d'une négociation prospect/client sur un stand ?

Le référentiel propose 2 exemples : "négociation avec son supérieur sur le choix d'un événement commercial, réunion de présentation des résultats d'un événement commercial".

Les paramètres modifiables sont (finalement comme les négo-ventes) l'interlocuteur, le moment de la présentation ou de la négociation, l'ampleur de l'évènement à la hausse ou à la baisse, un incident survenu tout récemment, et qui contraint à renégocier...

Le choix de la négociation avec un client lors de l'évènement n'est pas possible, cela signifierait que l'on revient sur une négo-vente, ce que le référentiel exclut.

La Fiche E4

Intérêt pour l'étudiant ?

- S'entraîner à décrire (vécu, observé, simulé) et **conceptualiser**
- S'approprier la logique de construction de la démarche commerciale
 - Contexte
 - Objectif
 - Action
 - Evaluation

POUR L'ÉCOLE
DE LA CONFIANCE

BLOC 2 RCDD

Bloc 2 et Epreuves E5

Epreuve écrite

- CDC - Les compétences évaluées
- La réflexion commerciale structurée

Epreuve pratique

- L'organisation des interrogations
 - CDC - Les compétences évaluées
-

L'épreuve E5 écrite

Le cahier des charges

Le sujet :

- Prend appui sur un contexte réel d'organisation développant des activités de relation client à distance et des documents authentiques adaptés.
 - Privilégie une entreprise mobilisant des outils digitaux, engagée dans une stratégie de communication unifiée et ce, dans le cadre d'un contact omnicanal.
 - Traite de problématique(s) professionnelle(s) réelle(s).
-

L'épreuve E5 écrite

Le cahier des charges

COMPÉTENCES ÉVALUÉES (cf Référentiel)

Maîtriser la relation client omnicanale : Créer et entretenir la relation client à distance, Apprécier la performance commerciale à partir d'indicateurs d'activité, Encadrer et animer une équipe de téléacteurs.

Animer la relation client digitale : Produire, publier et assurer la visibilité des contenus digitaux, Impulser, entretenir et réguler une dynamique e-relationnelle.

Développer la relation client en e-commerce : Dynamiser un site de e-commerce, Faciliter et sécuriser la relation commerciale, Diagnostiquer l'activité de e-commerce.

SAVOIRS ASSOCIÉS MOBILISÉS (cf référentiel Bloc 2)

Savoirs technologiques/web, Communication/négociation, Marketing, Pilotage des activités commerciales, digitales, Management d'équipe, Savoirs rédactionnels, Statistiques/représentations graphiques, Gestion commerciale, Savoirs juridiques

L'épreuve E5 écrite

Le cahier des charges

Le sujet est structuré autour d'activités professionnelles visant le développement d'une relation client omnicanale et nécessitant la mobilisation d'outils digitaux.

Selon les activités à réaliser, il pourra être exigé du candidat de mobiliser des éléments de culture économique, juridique et managériale appliquée ainsi que de développer une réflexion commerciale structurée.

L'épreuve E5 écrite

Le cahier des charges

Le sujet :

- Prend appui sur un contexte réel d'organisation développant des activités de relation client à distance et des documents authentiques adaptés.
 - Privilégie une entreprise mobilisant des outils digitaux, engagée dans une stratégie de communication unifiée et ce, dans le cadre d'un contact omnicanal.
 - Traite de problématique(s) professionnelle(s) réelle(s).
-

L'épreuve E5 écrite

Le cahier des charges

Le sujet comprend également une **question de réflexion commerciale** qui sera courte et formulée simplement.

Partant du contexte du sujet, elle vise à élargir le champ de réflexion et engager le candidat à développer des raisonnements structurés.

Exemples :

- « À partir du cas de l'entreprise XXX, montrer en quoi les TPE et PME ont intérêt à développer une stratégie multicanale »
- « Le choix de l'entreprise XXX du tout digital, peut-il présenter des inconvénients en termes de fidélisation de clientèle ? »
- « Peut-on reproduire les choix digitaux faits par l'entreprise XXX à une administration ou une association ? »

la forme rédactionnelle ne sera pas imposée et sera ouverte, notamment pour éviter ce que l'on a connu par le passé dans d'autres enseignements comme, par exemple, une préparation intense et systématique au développement structuré qui finalement accordait peu de place à ...la réflexion !

La réflexion commerciale peut représenter jusqu'à 25% des points

L'épreuve E5 écrite

Le cahier des charges

ÉVALUATION

La réflexion commerciale peut représenter jusqu'à 25% des points.

La forme (orthographe, syntaxe, présentation, etc.) est évaluée au sein de chaque question. Il n'existe pas de barème à part.

Un bonus de 2 points permet de valoriser les copies conformes aux exigences professionnelles

L'épreuve E5 partie pratique

Les modalités et sujets

- Word Press
- Prestashop

L'épreuve E5 partie pratique

Académie Pilote

Conception, par session, de deux contextes digitaux de référence

Pour la session 2020

Création d'une banque de sujets avec fiche d'observation/appréciation :

ajout de questions à traiter, de situations à maîtriser, de problèmes à résoudre, d'opérations à effectuer, de productions digitales à réaliser

Diffusion à l'ensemble des académies des contextes digitaux et de la banque de sujets

Académies

Diffusion dans les centres d'examen :

- des contextes digitaux
- des sujets candidats

Centres d'examen

Duplication et installation dans les environnements numériques des contextes digitaux

L'épreuve E5 partie pratique

COMPÉTENCES

Compétence : Animer la relation client digitale

- 1- Qualité et pertinence des contenus publiés
- 2- Optimisation du référencement
- 3- Cohérence : techniques, outils mobilisés, contenus et moyens de diffusion
- 4- Rythme adapté d'actualisation des contenus
- 5- Suivi des publications et contrôle de l'image

Compétence : Développer la relation client en e-commerce

- 6- Pertinence des choix et actions menées pour développer les ventes et créer de la valeur
- 7- Qualité de l'assistance et prise en compte des risques et de la réglementation
- 8- Pertinence des indicateurs utilisés pour l'analyse des résultats

L'épreuve E5 partie pratique

SUJETS 2020

Une banque de 24 sujets est constituée. Elle comprendra 12 sujets WP et 12 sujets PS.

Les deux contextes digitaux Prestashop et Wordpress sont construits à partir du même contexte d'entreprise. Chaque sujet comprend systématiquement une dimension rédactionnelle et une dimension technique.

Chaque sujet répond à une problématique spécifique et comprend 3 à 4 questions. Des annexes peuvent venir compléter les contextes digitaux.

VERSIONS CMS SESSION 2020

•Wordpress 5.2.3 - Thème TwentySeventeen

- Extension **Yoast** présente et non activée
- Extension **Social Share** présente et non activée
- Extension **PopUp Maker** présente et non activée

•Prestashop 1.7.3 - Thème Classic 1.0.0

L'épreuve E5 partie pratique

PRINCIPALES FONCTIONNALITÉS MOBILISABLES SUR WORDPRESS ET PRESTASHOP POUR LA SESSION 2020

	Wordpress	Prestashop
Menu		
Créer ou modifier les menus et sous-menus	X	X
Ajouter à un menu (produit, article, page)	X	X
Image et vidéo		
Utiliser une bibliothèque média	X	
Importer	X	
Renommer	X	X
Ajuster positionner	X	X
Modifier des attributs	X	X
Utilisateurs		
Créer, modifier ou supprimer un profil	X	X
Attribuer (rôles, permissions)	X	X
Affecter un utilisateur à un profil	X	X
Changer le propriétaire (article, page)	X	
Référencement naturel (SEO)		
Structurer le texte (titres, contenus, etc.)	X	X
Utiliser des mots clés	X	X
Utiliser des liens internes et externes	X	X
Utiliser les étiquettes et balises	X	X

L'épreuve E5 partie pratique

PRINCIPALES FONCTIONNALITÉS MOBILISABLES SUR WORDPRESS ET PRESTASHOP POUR LA SESSION 2020

	WP	PS
Contenu		
Distinguer article et page	X	
Rédiger	X	X
Traiter (commentaires, réclamations, commandes, etc.)	X	X
Ajouter un média (photo, vidéo)	X	
Créer (article, page, produit, client, commande, fournisseur, etc.)		X
Mettre en avant (image, produit, etc.)	X	X
Créer et insérer des liens	X	X
Créer une arborescence (pages, catégories, produits)	X	X
Insérer une carte Map	X	
Supprimer (article, page, produit, client, etc.)	X	X
Publier	X	X

L'épreuve E5 partie pratique

PRINCIPALES FONCTIONNALITÉS MOBILISABLES SUR WORDPRESS ET PRESTASHOP POUR LA SESSION 2020

	WP	PS
Apparence		
Structurer (page, article)	X	
Mettre en page (header, footer, side bar)	X	
Changer et régler la page d'accueil (bannière, image, carrousel, produit, etc.)	X	X
Créer ou modifier slogan et logo du site	X	
Modifier l'en tête (texte, photo et vidéo)	X	
Changer les informations sur l'entreprise	X	
Activer les réseaux sociaux	X	
Gérer les widgets	X	
Navigation		
Utiliser les onglets backoffice et frontoffice	X	X
Régler les permaliens	X	

L'épreuve E5 partie pratique

PRINCIPALES FONCTIONNALITÉS MOBILISABLES SUR WORDPRESS ET PRESTASHOP POUR LA SESSION 2020

	WP	PS
Commandes et promotions		
Créer une commande		X
Modifier une commande		X
Changer le mode de paiement		X
Gérer les retours		X
Créer des promotions, réductions et avoirs		X

L'épreuve E5 partie pratique

Quelques précisions suite aux remontées lues sur Viaeduc suite à la publication du cahier des charges de l'épreuve E5.

Concernant les extensions, l'organisation informatique de l'épreuve nous impose de garder pour cette session les mêmes extensions que pour le test de l'an dernier :

- Extension PopupMaker : il s'agit de Popup Maker – Popup Forms, Optins & More édité par Wp PopUp Maker
- Extension Yoast : c'est l'extension gratuite de base
- Extension SocialShare : elle n'a pas fait l'objet de mises à jour depuis son installation. Elle ne sera pas utilisée.

Concernant l'éditeur, il s'agit bien de celui de la version indiquée, c'est à dire **Gutenberg**.

Concernant les cartes Google Maps, il n'y a pas besoin d'extension

Concernant le référencement, pour ce qui concerne la compétence « Utiliser les étiquettes et balises", le mot balise fait bien référence à **la méta-description**.

POUR L'ÉCOLE
DE LA CONFIANCE

BLOC 3 RCAR

Bloc 3 et épreuve E6

- Définitions des réseaux
- Activités conduites
- La fiche E6
- L'évaluation certificative

3 types de réseaux



Animation
de réseaux
de
distributeurs



Animation
de réseaux
de
partenaires



Animation
de réseaux
de vente
directe

Bloc 3 et épreuve E6

- Distributeurs

Bloc 3 et épreuve E6

- Distributeurs

- Pour une entreprise distribuant elle-même ses produits par sa force de vente interne, est-il possible de centrer une fiche sur l'animation du réseau de "distributeurs", à savoir les commerciaux ?

Bloc 3 et épreuve E6

- Distributeurs

- Pour une entreprise distribuant elle-même ses produits par sa force de vente interne, est-il possible de centrer une fiche sur l'animation du réseau de "distributeurs", à savoir les commerciaux ?

Les compétences travaillées dans l'animation de réseau de distributeurs (Valoriser l'offre sur le lieu de vente – Développer la présence dans le réseau de distributeurs) sont éloignées de l'animation de la force de vente.

Bloc 3 et épreuve E6

- Distributeurs

- *A partir de quand un distributeur devient-il un partenaire ?*

Bloc 3 et épreuve E6

- Distributeurs

- *A partir de quand un distributeur devient-il un partenaire ?*

A priori jamais. Le réseau de distributeurs est étudié distinctement du réseau de partenaires.

Mais à l'inverse, pour un grossiste par exemple, certains fournisseurs peuvent devenir de véritables partenaires, et participer à la construction d'opérations commerciales communes.

Bloc 3 et épreuve E6

- Partenaires

- *Quels sont les types de partenaires acceptés ?
(clients, fournisseurs, prestataires, confrères, ...)*

Bloc 3 et épreuve E6

Les réseaux de partenaires : quelques exemples d'apporteurs d'affaires

- entreprises de secteurs d'activités complémentaires
- entreprises du même secteur d'activité
- prescripteurs
- organisations professionnelles, chambres consulaires
- fournisseurs
- partenaires « d'opportunité »

Bloc 3 et épreuve E6

- Partenaires

Faut-il obligatoirement qu'il y ait un contrat écrit ? une simple collaboration de type "échange de bons procédés" est-elle suffisante ? par exemple, 2 entreprises se renvoyant mutuellement des clients sans qu'il y ait de contrat écrit.

Le contrat écrit est très indispensable, mais un réseau de partenaires doit être suffisamment organisé et formalisé pour que la détermination de ce réseau ait un sens.

Bloc 3 et épreuve E6

- Partenaires

Faut-il obligatoirement qu'il y ait un contrat écrit ? une simple collaboration de type "échange de bons procédés" est-elle suffisante ? par exemple, 2 entreprises se renvoyant mutuellement des clients sans qu'il y ait de contrat écrit

Le contrat écrit n'est pas indispensable, mais le réseau de partenaires doit être suffisamment organisé et formalisé pour que l'animation de ce réseau ait un sens.

Bloc 3 et épreuve E6

- Vente directe

- *Que fait-on du 1er item de la grille d'évaluation qui limite la VD à la vente en réunion?*

- *La VD doit-elle se limiter absolument à la vente aux particuliers ?*

Bloc 3 et épreuve E6

- Vente directe - définition

« La Vente Directe est caractérisée par la mise en présence d'un consommateur et d'un vendeur hors d'un point de vente.

La vente à domicile est la forme la plus répandue de la vente directe, qu'elle ait lieu en face à face ou en réunion »

[Source travail-emploi.gouv.fr](http://travail-emploi.gouv.fr)

Bloc 3 et épreuve E6

- Définitions des réseaux
- **Activités conduites**
- La fiche E6
- L'évaluation certificative

Bloc 3 et épreuve E6

Activités

*Distinguer les activités réelles, vécues,
témoignées, observées, simulées...*

Bloc 3 et épreuve E6

Situation réelle vécue

Contexte réel : celui de l'organisation qui accueille l'apprenant

+

Situation vécue : l'apprenant a participé à l'activité (même a minima)

Bloc 3 et épreuve E6

Situation témoinnée ou simulée

+

Travail en centre de formation

Recherche et analyse amont et aval individuelle

Avec guidance partielle et progressivement atténuée



portant sur **les pratiques** (processus, méthodes, indicateurs de performance)

- d'autres entreprises du même secteur d'activité
- d'entreprises d'autres secteurs d'activité (*notamment les entreprises d'accueil des camarades de classe*)

=

Développement de compétences

Bloc 3 et épreuve E6

"La compétence est la mobilisation de plusieurs savoirs, dans une situation donnée, en vue de résoudre un problème"

Guy le Boterf

Bloc 3 et épreuve E6

Activités

*Comment peut-on définir une **Animation DE** réseau : il y a de fortes chances pour que les fiches exposent des **animations DANS** les réseaux (par exemple dans un point de vente, chez un distributeur, en réunion, ...), ce qui n'est pas du tout la même chose mais sera le seul niveau de responsabilité confié à nos étudiants ?*

Oui, c'est bien l'animation **DANS** le réseau qui est visée par l'épreuve E6. C'est ce champ de compétences qui est à acquérir, même si cela ne se fait pas dans ce champ. Et oui, la plupart des stagiaires ne participent pas à l'animation **DANS** les réseaux avec les clients. Ils seront en contact. Mais il y a des marges :

- 1 - Les critères de notation de l'épreuve E6 privilégient assez nettement les compétences **à l'usage**.
- 2 - Ne confondre pas activité et compétence. Une activité partielle peut permettre de valider des sens, les objectifs et les compétences de l'activité.

+ voir réponse 9 sur les principes de mise en œuvre

Bloc 3 et épreuve E6

Activités

*Comment peut-on définir une **Animation DE** réseau : il y a de fortes chances pour que les fiches exposent des **animations DANS** les réseaux (par exemple dans un point de vente, chez un distributeur, en réunion, ...), ce qui n'est pas du tout la même chose mais sera le seul niveau de responsabilité confié à nos étudiants ?*

Oui, c'est bien l'animation **de** réseau qui est visée par le référentiel. Et c'est donc ce champ de compétence qui est à acquérir, mais au niveau bac+2. Et oui, la plupart des stagiaires ne participeront que faiblement à l'animation des réseaux avec lesquels ils seront en contact. Mais deux remarques :

- 1 - Les critères d'évaluation de l'épreuve E6 précisent assez nettement les compétences attendues.
- 2 - Ne confondons pas activité et compétence. Une activité partielle peut permettre de saisir le sens, les objectifs et les moyens de l'action globale.

+ voir réponse 99 des "principes de mise en œuvre

Bloc 3 et épreuve E6

Activités

Réponse 99 des "principes de mise en œuvre"

« Le candidat peut très bien n'avoir réalisé qu'une partie des activités réseau et avoir été cependant suffisamment formé pour très bien maîtriser ce qui s'est fait en amont à d'autres moments, voire par d'autres. »

Comme il a été dit dans la partie formation, **il doit être en mesure de « conceptualiser » certaines phases qu'il n'a pas réellement vécues. »**

Bloc 3 et épreuve E6

- Définitions des réseaux
- Activités conduites
- La fiche E6
- L'évaluation certificative

E6 – RELATION CLIENT ET ANIMATION DE RÉSEAUX

N° :	<input type="checkbox"/> Animation de réseau de distributeurs	<input type="checkbox"/> Animation de réseau de partenaires	<input type="checkbox"/> Animation de réseau de vente directe
------	---	---	---

TITRE :	Activité(s) réelle(s) vécue(s) : OUI <input type="radio"/> NON <input type="radio"/>
---------	--

Nom :	Prénom :	N° Candidat :
-------	----------	---------------

CADRE DE L'ACTIVITÉ RÉSEAU

Nom de l'organisation	
-----------------------	--

Adresse/Code postal/Ville	
---------------------------	--

Type de Structure	<i>sous l'angle du réseau :</i> Fabricant, Grossiste indépendant, Franchiseur, Succursale, Distributeur associé...
-------------------	---

Offre commerciale	
-------------------	--

Type(s) de client(s)	Particuliers, revendeurs, industriels...
----------------------	--

ANALYSE DE L'ACTIVITÉ RÉALISÉE AU SEIN DU RÉSEAU

Périodes	
----------	--

Contexte	Éléments de contexte Interne et Externe
----------	---

Diagnostic	Forces et faiblesses du dispositif réseau analysé <i>Exemple : le réseau d'apporteurs d'affaires de l'entreprise s'est progressivement réduit au cours des deux années précédentes :</i> <i>Nb apporteurs d'affaires - 15%</i> <i>Contribution au CA -12%</i>
------------	--

Animation(s)	Détail des actions mises en œuvre, et justification
Méthodologie(s)	Méthodes (Planification, collecte d'informations,...) et outils (tableur, CRM, canaux de communication...) mobilisés
Résultats	Résultats bruts, ratios, évolution...
Préconisations	Comment obtenir de meilleurs résultats une prochaine fois, dans un contexte analogue ? et/ou proposer une piste d'action à mener à la suite de l'activité décrite.
Liste de ressources et supports	Pourront être présentés lors de l'épreuve afin d'illustrer l'activité et d'en préciser les détails.

Étude réflexive réseau

THÈME

PROBLÉMATIQUE

DEVELOPPEMENT STRUCTURÉ
(2 pages maximum – Recto Verso)

Analyse d'un thème ou d'une problématique

- de nature transversale au sein du pôle 3 d'activités
- permettant au candidat de réinvestir l'ensemble de ses expériences réseau

Réflexion

- structurée, argumentée,
- réinvestissant les activités menées,
- enrichie par la prise en compte des dimensions juridique, économique et managériale du développement de la relation client en réseau

Bloc 3 et épreuve E6

Etude réflexive

*Comment trouver une **problématique commune** à des types de réseau complètement différents (surtout celui de la vente directe...)? Qui plus est, les 3 fiches peuvent concerner des entreprises différentes.*

Si ni les cibles, ni le secteur d'activité ne présente de similitudes, il paraît envisageable de s'appuyer sur les points de convergence du réseau : le développement, le recrutement des membres, la fidélisation (travail sur la satisfaction, l'engagement...), la communication, etc...

Bloc 3 et épreuve E6

Etude réflexive

*Comment trouver une **problématique commune** à des types de réseau complètement différents (surtout celui de la vente directe...)? Qui plus est, les 3 fiches peuvent concerner des entreprises différentes.*

Si ni les cibles, ni le secteur d'activité ne présentent de similitudes, il paraît envisageable de s'appuyer sur les phases de l'animation d'un réseau : le développement (recrutement des membres), la fidélisation (travail sur la satisfaction, l'engagement..), la communication, etc...

Bloc 3 et épreuve E6

Développement structuré : quel type de plan ?

Tout type de plan sera accepté, les types :

- deux parties : Pourquoi puis Comment, Avantages puis Limites, Court terme puis Long terme
- trois parties pour explorer successivement la problématique choisie dans chacun des types de réseau.

Bloc 3 et épreuve E6

Développement structuré : quel type de plan ?

Tout type de plan sera accepté. Exemples :

-deux parties : Pourquoi puis Comment, Avantages puis Limites, Court terme puis Long terme...

- trois parties pour explorer successivement la problématique choisie dans chacun des types de réseau.

Bloc 3 et épreuve E6

- Définitions des réseaux
- Activités conduites
- La fiche E6
- L'évaluation certificative

La certification E6 – épreuve ponctuelle

- Appui sur 3 fiches E6 + dossier
- Exposé et entretien / **Situation réelle et vécue** 10 + 5
- Exposé et entretien
/ **Autres expériences réseau et étude réflexive** 15 + 5 + 5

Bloc 3 et épreuve E6

Appui sur 3 fiches descriptives

- **CCF A 15 mn** (10 + 5) :
exposé et entretien /**expérience réelle vécue** au sein d'un réseau
- **CCF B 25 mn** (suggestion 7 + 7 + 5 + 5) **mars-avril** :
Exposé et entretien /**autres activités** réseau
et /**étude réflexive** réseau

CRITÈRES d'ÉVALUATION et COMPÉTENCES	TI	I	S	TS
Planter et promouvoir l'offre chez les distributeurs				
<p style="text-align: center;">1 – Valoriser l'offre sur le lieu de vente</p> <p style="text-align: center;"><i>(Rigueur dans le suivi de l'application des accords de référencement, utilisation pertinente des techniques d'implantation et de valorisation des produits)</i></p>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<p style="text-align: center;">2 – Développer la présence dans le réseau de distributeurs</p> <p style="text-align: center;"><i>(Repérage des opportunités de référencement, qualité du diagnostic rayon, réseau et zone de prospection, pertinence des propositions et des actions pour développer la présence de la marque/produit)</i></p>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Développer et piloter un réseau de partenaires				
<p style="text-align: center;">1 – Participer au développement d'un réseau de partenaires</p> <p style="text-align: center;"><i>(Pertinence de la sélection de partenaires)</i></p>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<p style="text-align: center;">2 – Mobiliser un réseau de partenaires et évaluer les performances</p> <p style="text-align: center;"><i>(Efficience et rentabilité des actions de dynamisation du réseau)</i></p>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Créer et animer un réseau de vente directe				
<p style="text-align: center;">1 – Prospector, organiser des rencontres et vendre en réunion</p> <p style="text-align: center;"><i>(Développement du fichier des conseillers, professionnalisme et efficacité commerciale lors des ventes en réunion)</i></p>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<p style="text-align: center;">2 – Recruter et former des vendeurs à domicile</p> <p style="text-align: center;"><i>(Pertinence et efficacité des actions de recrutement et de formation)</i></p>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<p style="text-align: center;">3 – Impulser une dynamique de réseau</p> <p style="text-align: center;"><i>(Cohérence de l'animation réseau avec les orientations commerciales, respect de la réglementation et de l'éthique)</i></p>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

POUR L'ÉCOLE
DE LA CONFIANCE

B T S

NDRC

17 déc 2019



Conclusion