

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| *Voie d’accès (précisez) :* | *Date de l’évaluation* | *Nom et fonction du membre du jury* | *Nom et prénom du candidat* | *Entreprise du candidat* |
| * Classique (CQP complet) * Bloc : N°…. |  |  |  |  |

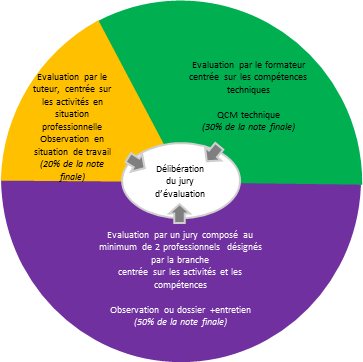
# Guide individuel Jury ou Professionnels

**Ce guide est destiné à chaque membre du jury ou au professionnel**

## CQP Attaché commercial (Études de cas, jeu de rôle)

Vous allez participer à un jury CQP où vous êtes un professionnel qui allez observer un candidat souhaitant obtenir un CQP ou un bloc de compétences, ce document a été réalisé pour vous indiquer les étapes clés à suivre pour conduire au mieux cette évaluation.

L’évaluation du jury est une des 3 évaluations auxquelles le candidat à un CQP se soumet pour obtenir son certificat. Il s’agit de l’ultime épreuve avant la délibération du jury. Vous êtes, avec le tuteur et le formateur, les principaux acteurs de l’évaluation du candidat.



**Les objectifs de l’évaluation Jury**

Votre mission consiste à vous faire un avis sur les capacités du candidat

à maîtriser l’emploi décrit dans le référentiel CQP.

Vous chercherez à apprécier plus particulièrement ses capacités à :

* faire face aux situations professionnelles caractéristiques de son emploi
* développer les compétences indispensables à la maîtrise du poste
* mener à bien un projet professionnel

### Le déroulement de l’épreuve jury d’évaluation ou professionnels

#### AVANT L’ÉPREUVE JURY

Chacun des membres du jury aura pris connaissance :

* du référentiel emploi qui décrit les activités, compétences et les critères d’évaluation du CQP visé par les candidats
* des grilles d’évaluation proposées
* du fonctionnement du système d’appréciation
* et lorsque cela est possible, du contexte spécifique d’exercice de l’emploi au sein de l’entreprise.

Le candidat doit pouvoir réaliser l’ensemble des activités de l’emploi au niveau de son poste de travail le jour de l’évaluation. Dans certains cas, et afin de permettre au jury d’observer certaines activités plus spécifiques (maintenance de premier niveau, régulation…), le fonctionnement du poste de travail peut être adapté (mode dégradé, pannes…). Le candidat doit être impérativement libéré après l’observation au poste pour que le jury puisse avoir un échange avec lui.

Les principes de fonctionnement sont partagés entre les membres du jury :

* le jury assure l’équité de traitement de chaque candidat (temps consacré à chacun, niveau des questions posées…).
* le jury ne cherche pas à « piéger » le candidat, il favorise au contraire ses réalisations et son expression afin de lui permettre de donner le meilleur de lui- même.
* l’ensemble des blocs de compétences est balayé, le jury évitant de se

« focaliser » sur un type d’activité insuffisamment maîtrisée.

* Après avoir reçu les premiers candidats, le jury se concerte pour affiner son approche de l’évaluation du groupe CQP en fonction du niveau observé.

Lorsque l’évaluation est réalisée par un jury sur site, un président est nommé.

#### PENDANT L’ÉPREUVE JURY

Le jury explique au candidat quelles vont être les étapes du déroulement de l’épreuve, le temps dont il va disposer, rappelle les « règles du jeu » de la notation.

Le jury dispose de 1h30 pour dérouler chronologiquement les différentes évaluations :

* Le candidat présente les études de cas préparées en amont de l’évaluation (20 minutes maxi + 20 minutes de Q/R) correspondant aux Blocs 1 et 3. Il peut utiliser les supports qu’il souhaite (rétroprojecteur, vidéo projecteur, tableau de papier, etc.), présenter des réalisations (objets, documents…). À l’issue de cette présentation, le jury conduit un échange avec le candidat pour mieux comprendre certains points des études de cas (demande d’informations complémentaires, précisions sur des aspects techniques …) et s’assurer que les compétences sont maîtrisées.
* Ensuite le jury dispose de 50min pour observer les jeux de rôles correspondant aux Blocs 1 et 2 entre le candidat et une personne jouant le rôle du client, et conduire un entretien avec le candidat. Le jury interroge le candidat sur les points qu’il n’a pas pu observer lors du jeu de rôles ou qu’il veut approfondir.
* Le jury prend des notes au fur et à mesure des réponses apportées aux questions dans chacun des blocs de compétences.

#### APRÈS L’ÉPREUVE JURY

Dans un premier temps :

* Chaque membre du jury reprend ses notes et attribue un pourcentage d’atteinte d’objectif de 0 à 100% pour chaque observation.

Nota : Les membres du jury disposent de grilles d’appréciation permettant de situer son pourcentage sur une échelle de 0 à 100%. Des pourcentages intermédiaires sont proposés à titre indicatif.

* Chaque membre du jury réalise la moyenne des pourcentages obtenus pour chaque compétence d’un même bloc et la reporte dans la grille de report des appréciations.

Dans un second temps :

* le président du jury collecte les pourcentages émis par bloc par chacun des membres du jury qui s’accorde sur une appréciation partagée bloc par bloc.
* Le président reporte, dans la grille de synthèse des appréciations du jury ou professionnel, les résultats bloc par bloc (voir la grille plus loin).
* Le président synthétise les commentaires en une formulation unique.

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Lors de la présentation orale des études de cas** | | | | | | | |
| La présentation est peu compréhensible. Les échanges sont assez pauvres ou les réponses aux questions hors sujet. | |  | La présentation orale est une reprise du dossier papier sans grande valeur ajoutée.  Les échanges sont basiques. |  | La présentation orale est claire et apporte une valeur ajoutée à la compréhension du projet. Les échanges sont riches. | La présentation est effectuée avec aisance et permet de dépasser le cadre du projet. Les échanges sont précis et complets. | |
| **Lorsque le candidat répond à une question** | | | | | | | |
|  | Le candidat est en difficulté pour répondre aux questions. Il ne voit apparemment pas de quoi il s’agit. |  | Les réponses aux questions sont basiques et théoriques. |  | Le candidat répond aux questions en s’appuyant sur son vécu et sa formation. Il fait bien le tour de chaque question. | Le candidat apporte de nouveaux éclairages et rebondit sur d’autres questions liées à  celle posée. | |
| **0%** |  | **30%** |  | **50%** | **70%** | | **100%** |

**Echelles d’appréciation**

**Grille d’observation par bloc**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Bloc de compétences** | **Compétences à évaluer** | **Critères d’évaluation** | **Écrire vos questions à poser au candidat** | **Prises de notes** | **%** |
| **BC1 : Développer l’activité commerciale de l’entreprise**  A  A  A1.7  A  A2.2  A2.3      A  A  A2.7  A3.1  A3.3 | C1.1  Exécuter la stratégie commerciale de l’entreprise en appliquant le plan d’action opérationnel afférent pour atteindre les objectifs fixés. | **L’exécution de la stratégie commerciale est efficiente**   * La stratégie est comprise et intégrée par le candidat * Le plan d’action défini est réalisable (sur les plans humains, financiers, matériels, logistiques) et permet d’atteindre les objectifs fixés par la stratégie commerciale * Il précise les étapes, ressources (humaines, matérielles), outils nécessaires à son bon déploiement * Un suivi de l’exécution du plan d’action est réalisé et des actions correctives sont mises en place le cas échéant |  |  |  |
| C1.2  Sourcer de nouveaux clients en définissant la clientèle cible et en analysant le marché (positionnement de la concurrence, politique de prix…) et en utilisant les outils de prospection à disposition afin d’enrichir sa base de données de contacts qualifiés. | **Qualité du sourcing**   * La zone géographique est définie * Le profil et le potentiel des clients sont définis : activité, taille, chiffres clés * Le candidat est partie prenante dans le processus de prospection de l’entreprise : il propose des outils d’aide à la prospection ainsi que de nouvelles approches le cas échéant. * La veille est réalisée de manière structurée : sélection des outils, définition d’un processus, fréquence de réalisation… |  |  |  |
| C1.3  Créer du contenu (séquences mail, page de vente, posts, script téléphonique...) pour alimenter la prospection de l’entreprise et délivrer des messages impactant et attractifs. | **Le contenu créé est de qualité**   * Différents types de contenus sont créés par le candidat : mail, posts, script téléphonique * Le type de contenu à créer est défini et en lien avec l’objectif commercial fixé * Le contenu créé est impactant : il permet de créer du lien avec la cible, il est facile d’interprétation. * Le contenu produit satisfait la demande du service commercial |  |  |  |
| C1.4  Qualifier le prospect en lui posant des questions ciblées et/ou en analysant ses comportements d’achat via le CRM dans le but de définir son niveau d’engagement dans le cycle de vente. | **Le prospect est qualifié**   * Des outils d’analyse sont utilisés par le candidat (SONCASE…) * Les questions formulées permettent de définir les sources de motivation du candidat * Le profil du prospect est défini afin d’adapter son argumentation * L’analyse des comportements d’achat est précise : nombre d’achats, fréquence… * Le niveau d’engagement du prospect est défini |  |  |  |
| C1.5  Conduire un entretien téléphonique et/ou en face à face dans le cadre de sa prospection en prenant en compte les problématiques et besoins du prospect afin de lui proposer une offre adaptée. | **Qualité de la conduite de l’entretien**   * Le candidat adopte une posture bienveillante et adaptée à l’interlocuteur * Les questions formulées sont pertinentes : elles sont adaptées au profil de la cible et permettent d’identifier les besoins du prospect * Le candidat tient compte du profil du prospect lors de l’échange : environnement, enjeux * Le cas échéant, le candidat adapte sa posture en fonction de la situation de handicap de son client * L’offre proposée répond aux attentes du prospect * L’entretien respecte des étapes bien précises : Prise de contact, découverte, proposition puis clôture |  |  |  |
| C1.6  Traiter les objections en appliquant des techniques de vente adaptées afin de rassurer le prospect et de lui faire prendre conscience de la valeur ajoutée que représente l’offre. | **Les objections sont traitées**   * Le candidat utilise des techniques de vente pour les traiter : il reformule son propos en tenant compte des objections. * Le candidat propose un délai de réponse le cas échéant |  |  |  |
| C1.7  Vendre un produit et/ou un service complémentaire lors de l’acte d’achat (cross-selling) et lorsqu’il y a une vraie plus-value pour le client afin de développer le chiffre d’affaires de l’entreprise. | **Un produit et/ou service complémentaire est proposé**   * La proposition du candidat est adaptée à la situation du client et en cohérence avec ses comportements d’achat * L’argumentation développée permet au client de prendre conscience de la valeur ajoutée de cette offre |  |  |  |
| Total de % de maîtrise du Bloc de compétences | | | | |  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |  |  |  |  |  |
| * **Bloc de compétences** | **Compétences à évaluer** | **Critères d’évaluation** | **Écrire vos questions à poser au candidat** | **Prises de notes** | **%** |
| * **BC3 : Gérer les commandes clients et la livraison des produits**   A3.5 | C3.1  Traiter les appels entrants des clients en respectant le processus prédéfini par le service commercial afin de l'orienter ou le conseiller de la manière la plus optimum. | **Qualité de traitement des appels entrants**   * Le processus de traitement défini par l’entreprise est respecté : notamment le suivi et la traçabilité des appels * Le client est accueilli : phrase d’accueil, demande de l’objet de son appel * Les questions formulées par le candidat permettent d’identifier les besoins du client * Le conseil apporté au client lui permet d’avancer dans sa problématique : traitement direct de la demande du client ou orientation vers un autre service |  |  |  |
| C3.2  Gérer la prise de commandes des clients par téléphone mais aussi par la plateforme de l’entreprise en consolidant l’ensemble des informations dans le CRM pour assurer la facturation. | **La prise de commande est efficiente**   * La demande du client est identifiée : type de produits alimentaires, quantité, délais … * Les demandes formulées en ligne sont traitées le cas échéant * Une réponse est apportée au client, par téléphone ou par email. * Les informations relatives à la commande sont intégrées dans le CRM |  |  |  |
| C3.3  Se coordonner avec l’équipe commerciale en récoltant les informations clés (ressources disponibles, promotion produit, délais, livraison) afin de contribuer à la mise en œuvre opérationnelle des actions commerciales. | **Qualité de la coordination avec l’équipe commerciale**   * Le candidat adopte une posture proactive pour appuyer l’équipe commerciale : organisation de point d’échange, demande d’informations, proposition d’actions * Les actions commerciales mises en œuvre respectent les conditions, exigences du service commercial * Les actions mises en œuvre permettant d’atteindre les objectifs fixés |  |  |  |
| C3.4  Ajuster la commande en fonction de la priorité du client (délais, cout de livraison, solutions RSE etc…) afin de satisfaire la demande du client. | **La commande est ajustée**   * La priorité du client est identifiée * La solution proposée prend en compte les besoins du client * Le candidat s’assure de la validation de l’ajustement apporté à la commande auprès du client et du service concerné le cas échéant * Le besoin du client est intégré dans le CRM de l’entreprise |  |  |  |
| C3.5  Suivre les commandes véhiculées par liaisons informatiques en consultant les informations clés dans le but de renseigner le client le cas échéant ou de l'alerter en cas de retard. | **Qualité du suivi des commandes**   * Les commandes clients sont suivies : délais de livraison, imprévus… * Les freins potentiels à la bonne livraison des produits sont identifiés * Le client est alerté en cas de problèmes rencontrés le cas échéant * Un conseil est apporté au client en cas de problématique rencontrée |  |  |  |
| Total de % de maîtrise du Bloc de compétences | | | | |  |
|  |
|  |

**Echelles d’appréciation**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Lors de l’observation directe des jeux de rôle** | | | | | | | |
| Des manquements graves, pouvant avoir des conséquences sur la  qualité, l’hygiène, la sécurité, sont observés. | |  | Les activités sont réalisées, mais hors délais, et/ou en atteignant peu  souvent les niveaux minimum de performance attendus. |  | Le candidat réalise toutes les activités présentées en répondant à toutes les exigences du poste. | Le candidat fait preuve d’une aisance particulière dans  l’exercice des activités. | |
| **Lorsque le candidat répond à une question** | | | | | | | |
|  | Le candidat est en difficulté pour répondre aux questions. Il ne voit apparemment pas de quoi il s’agit. |  | Les réponses aux questions sont basiques et théoriques. |  | Le candidat répond aux questions en s’appuyant sur son vécu et sa formation. Il fait bien le tour de chaque question. | Le candidat apporte de nouveaux éclairages et rebondit sur d’autres questions liées à  celle posée. | |
| **0%** |  | **30%** |  | **50%** | **70%** | | **100%** |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Bloc de compétences** | **Compétences à évaluer** | **Critères d’évaluation** | **Écrire vos questions à poser au candidat** | **Prises de notes** | **%** |
| **BC1 : Développer l’activité commerciale de l’entreprise**  A  A  A1.7  A  A2.2  A2.3      A  A  A2.7  A3.1  A3.3 | C1.1  Exécuter la stratégie commerciale de l’entreprise en appliquant le plan d’action opérationnel afférent pour atteindre les objectifs fixés. | **L’exécution de la stratégie commerciale est efficiente**   * La stratégie est comprise et intégrée par le candidat * Le plan d’action défini est réalisable (sur les plans humains, financiers, matériels, logistiques) et permet d’atteindre les objectifs fixés par la stratégie commerciale * Il précise les étapes, ressources (humaines, matérielles), outils nécessaires à son bon déploiement * Un suivi de l’exécution du plan d’action est réalisé et des actions correctives sont mises en place le cas échéant |  |  |  |
| C1.2  Sourcer de nouveaux clients en définissant la clientèle cible et en analysant le marché (positionnement de la concurrence, politique de prix…) et en utilisant les outils de prospection à disposition afin d’enrichir sa base de données de contacts qualifiés. | **Qualité du sourcing**   * La zone géographique est définie * Le profil et le potentiel des clients sont définis : activité, taille, chiffres clés * Le candidat est partie prenante dans le processus de prospection de l’entreprise : il propose des outils d’aide à la prospection ainsi que de nouvelles approches le cas échéant. * La veille est réalisée de manière structurée : sélection des outils, définition d’un processus, fréquence de réalisation… |  |  |  |
| C1.3  Créer du contenu (séquences mail, page de vente, posts, script téléphonique...) pour alimenter la prospection de l’entreprise et délivrer des messages impactant et attractifs. | **Le contenu créé est de qualité**   * Différents types de contenus sont créés par le candidat : mail, posts, script téléphonique * Le type de contenu à créer est défini et en lien avec l’objectif commercial fixé * Le contenu créé est impactant : il permet de créer du lien avec la cible, il est facile d’interprétation. * Le contenu produit satisfait la demande du service commercial |  |  |  |
| C1.4  Qualifier le prospect en lui posant des questions ciblées et/ou en analysant ses comportements d’achat via le CRM dans le but de définir son niveau d’engagement dans le cycle de vente. | **Le prospect est qualifié**   * Des outils d’analyse sont utilisés par le candidat (SONCASE…) * Les questions formulées permettent de définir les sources de motivation du candidat * Le profil du prospect est défini afin d’adapter son argumentation * L’analyse des comportements d’achat est précise : nombre d’achats, fréquence… * Le niveau d’engagement du prospect est défini |  |  |  |
| C1.5  Conduire un entretien téléphonique et/ou en face à face dans le cadre de sa prospection en prenant en compte les problématiques et besoins du prospect afin de lui proposer une offre adaptée. | **Qualité de la conduite de l’entretien**   * Le candidat adopte une posture bienveillante et adaptée à l’interlocuteur * Les questions formulées sont pertinentes : elles sont adaptées au profil de la cible et permettent d’identifier les besoins du prospect * Le candidat tient compte du profil du prospect lors de l’échange : environnement, enjeux * Le cas échéant, le candidat adapte sa posture en fonction de la situation de handicap de son client * L’offre proposée répond aux attentes du prospect * L’entretien respecte des étapes bien précises : Prise de contact, découverte, proposition puis clôture |  |  |  |
| C1.6  Traiter les objections en appliquant des techniques de vente adaptées afin de rassurer le prospect et de lui faire prendre conscience de la valeur ajoutée que représente l’offre. | **Les objections sont traitées**   * Le candidat utilise des techniques de vente pour les traiter : il reformule son propos en tenant compte des objections. * Le candidat propose un délai de réponse le cas échéant |  |  |  |
| C1.7  Vendre un produit et/ou un service complémentaire lors de l’acte d’achat (cross-selling) et lorsqu’il y a une vraie plus-value pour le client afin de développer le chiffre d’affaires de l’entreprise. | **Un produit et/ou service complémentaire est proposé**   * La proposition du candidat est adaptée à la situation du client et en cohérence avec ses comportements d’achat * L’argumentation développée permet au client de prendre conscience de la valeur ajoutée de cette offre |  |  |  |
| Total de % de maîtrise du Bloc de compétences | | | | |  |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Bloc de compétences** | **Compétences à évaluer** | **Critères d’évaluation** | **Écrire vos questions à poser au candidat** | **Prises de notes** | **%** |
| **BC2 : Suivre et développer la relation client** | C2.1  Exploiter le CRM de l’entreprise en y intégrant les informations clients et les données commerciales associées (commande, CA, fréquence d’achat…) afin de disposer des informations nécessaires aux visites. | **L’utilisation du CRM est efficiente**   * Les informations clients et les données afférentes au point de vente sont intégrées dans le CRM * Les informations renseignées sont situées dans les bonnes parties du CRM * Un suivi régulier est réalisé par le candidat |  |  |  |
| C2.2  Automatiser des tâches commerciales et administratives récurrentes (relances par e-mail, message de confirmation, facture, sauvegarde automatique après envoi d’un document...) dans le CRM de l’entreprise pour optimiser la gestion des dossiers clients. | **Les tâches commerciales et administratives sont automatisées**   * Les tâches commerciales et administratives récurrentes sont automatisées dans le CRM * Les tâches automatisées fonctionnent * Les ajustements sont réalisés par le candidat le cas échéant |  |  |  |
| C2.3  Proposer au client des offres promotionnelles et/ou des avantages commerciaux ponctuels selon les opportunités commerciales afin de le fidéliser. | **Les offres promotionnelles et/ou les avantages commerciaux proposés sont pertinents**   * Ils sont adaptés au profil du client et au profil consommateur : historique d’achat, produits alimentaires vendus, événements internes * L’argumentation développée met en valeur la plus-value de l’offre * Les offres et/ou avantages commerciaux permettent au client de bénéficier d’actions supplémentaires à des coûts avantageux * Une relance est organisée par le candidat le cas échéant |  |  |  |
| C2.4  Conseiller le client sur un produit alimentaire, un service ou une offre tout en prenant en compte ses problématiques et besoins afin de lui apporter une solution adaptée à sa situation. | **Qualité du conseil apporté**   * Les problématiques et besoins du client sont identifiés et analysés : type, durée, récurrence, impacts… * Les conseils apportés au client lui permettent de prendre du recul sur sa situation et de se projeter vers une solution. * Le candidat adopte une posture professionnelle lors de l’échange avec le client : qualité de l’écoute, vocabulaire utilisé, clarté du message, reformulation de la demande. |  |  |  |
| C2.5  Traiter les réclamations du client en identifiant les causes de son mécontentement (qualité produit, retard livraison ...) dans le but de lui apporter des premiers éléments de réponse et de lui proposer une solution alternative. | **Les réclamations sont traitées**   * Les questions formulées par le candidat permettent d’identifier Les causes provoquant le mécontentement du client * Les solutions proposées permettent de lever les freins rencontrés * Le candidat s’entretient avec les services concernés le cas échéant : achat - production – livraison * Une traçabilité du suivi et du traitement des réclamations est réalisée (CRM…) |  |  |  |
| C2.6  Évaluer la satisfaction client en le questionnant sur l'expérience vécue (qualité de la relation client, qualité de l’action réalisée, disponibilité du professionnel, gains pour le client) dans le but de s'inscrire dans une démarche d'amélioration continue. | **La satisfaction client est évaluée**   * Le candidat utilise un moyen pour évaluer la satisfaction du client * Des critères d’évaluation sont définis : prix, délais de livraison ... * Les points forts et points faibles de la prestation délivrés par l’entreprise sont récoltés auprès du client   Des axes d’amélioration sont proposés par le candidat et partagés avec le client |  |  |  |
| Total de % de maîtrise du Bloc de compétences | | | | |  |



|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| *Voie d’accès* | *Date de l’évaluation* | *Nom et fonction des membres du jury* | *Nom et prénom du candidat* | *Entreprise du candidat* |
| * Classique (CQP complet) * Bloc : N°…. |  |  |  |  |

**Cette grille est destinée au président du jury d’évaluation**

# Grille de synthèse des résultats appréciations Jury d’évaluation

***CQP Commercial sédentaire du secteur alimentaire***

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Blocs de compétences** | **BC1 : Développer l’activité commerciale de l’entreprise** | | **BC2 : Suivre et développer la relation client** | **BC3 : Gérer les commandes clients et la livraison des produits** |
|  | **Étude de cas** | **Jeu de rôle** | **Jeu de rôle** | **Étude de cas** |
| **L’appréciation**  **de chaque**  **bloc** | % | | % | % |

***Pour la délibération du jury d’évaluation sur la base des résultats du questionnaire, observation tuteur et entretien avec le jury d’évaluation, merci de vous reporter sur les grilles Ev’Alim.***

**Commentaires :**

**Signature du président du jury d’évaluation**