TEST CONFORMITE PDUC

C31	Concevoir le projet	
	<u>311- Définir le projet</u>	<ul style="list-style-type: none"> - qualité et actualité de l'analyse des spécificités de l'UC - Qualité la démarche (actualité pertinence, variété et des sources)- - Qualité du diagnostic Synthèse des informations pertinentes eu égard le projet et énoncé de la problématique - Pertinence et réalisme de préconisation
	<u>312- Élaborer le cahier des charges</u>	
C32	Conduire le projet	
	<u>321- Constituer et animer l'équipe projet</u>	<ul style="list-style-type: none"> - cahier des charges - Analyse des répercussions humaine, financière, organisationnelle - Création des outils de suivi (Gestion du temps, du Budget, de la communication, du Tableau de suivi)
	<u>322- Suivre le projet</u>	
C33	<u>Évaluer le projet</u>	
		<ul style="list-style-type: none"> - pertinence des indicateurs de performances - Analyses des résultats - Orientations futures
C43	Développer et maintenir la clientèle de l'unité commerciale ("Attirer et/ou Fidéliser")	
	<u>431 – Attirer une nouvelle clientèle vers l'unité commerciale</u>	
	<u>432 – Fidéliser la clientèle</u>	
	<u>433 - Développer le volume et la diversité des achats de la clientèle</u>	
C51	Élaborer une offre commerciale adaptée à la clientèle	
	<u>511 Analyser l'offre existante</u>	
	<u>512 Adapter l'offre</u>	

CE TABLEAU A POUR OBJECTIF DE VOUS AIDER A PRENDRE UNE DECISION SUR LA **CONFORMITE VOTRE PROJET PDUC**

SAVOIR-FAIRE : « Etre capable de »	CONDITIONS DE RÉALISATION : « On donne.... »	CRITERES d'ÉVALUATION : « On exige..... »
C31- Concevoir le projet	Dans le cadre : - du plan d'action commerciale de l'entreprise - d'opérations décidées par l'unité commerciale seule ou en commun avec des partenaires locaux - d'une initiative personnelle ou d'une mission confiée par un responsable	
311- Définir le projet	Avec : - des consignes ou des recommandations - les contraintes commerciales, humaines, matérielles et financières - des outils de gestion de projet	- Les objectifs, les moyens, les tâches, les étapes et la durée du projet sont clairement définis
312- Élaborer le cahier des charges	Avec : - les objectifs du projet, - les délais fixés, - les moyens humains, matériels et financiers disponibles, - des exemples de cahiers des charges - des outils de gestion de projet	- Tous les éléments du projet sont formalisés dans le cahier des charges - Le cahier des charges est cohérent avec la définition du projet
C32- Conduire le projet	Dans le cadre : - du cahier des charges	

321- Constituer et animer l'équipe projet	Avec : - le cahier des charges - les moyens humains, matériels et financiers disponibles - la définition des fonctions des personnels et les compétences repérées - les prestataires extérieurs - les outils de communication	- L'équipe projet est constituée en fonction des objectifs - Les objectifs et les responsabilités de chacun des membres sont définis - La communication au sein de l'équipe est efficace - L'équipe est fédérée et mobilisée dans le cadre de la réalisation du projet
322- Suivre le projet	Avec : - le cahier des charges, - des outils de suivi de l'activité	- L'action est conduite en respectant les contraintes - La coordination du groupe est assurée par un suivi régulier des activités - Des bilans intermédiaires sont produits et communiqués - Des actions correctrices sont mises en œuvre si nécessaire
C33- Evaluer le projet	Dans le cadre : - du cahier des charges - de la conduite des projets Avec : - les documents de suivi - les résultats - les indicateurs de performance - des outils de communication	Les contraintes sont respectées - Les indicateurs de performance utilisés sont pertinents, - L'analyse permet d'identifier les difficultés rencontrées et les résultats obtenus, - Un bilan global est établi et communiqué
C43 Développer et maintenir la clientèle de l'unité commerciale	Dans le cadre d'opérations, ponctuelles ou permanentes, de conquête et de fidélisation de la clientèle de l'unité commerciale : - organisées par le siège ou l'enseigne - décidées par l'unité commerciale	

<p>431 – Attirer une nouvelle clientèle vers l'unité commerciale</p>	<p>Avec :</p> <ul style="list-style-type: none"> - les plans d'actions commerciales et budgets alloués ou négociés - des consignes et procédures - les contraintes spécifiques à l'unité commerciale - des outils et supports d'information et de communication - des informations sur le marché local 	<ul style="list-style-type: none"> - Le choix des moyens et supports d'information et de communication est cohérent avec les objectifs, le budget et la cible. - La mise en œuvre des opérations est rigoureuse et respecte les contraintes de budget et de temps. - Les objectifs de fréquentation et de vente sont atteints - Les outils de mesure mis en place sont pertinents. - Les résultats sont judicieusement analysés et les nouvelles actions tiennent compte du diagnostic effectué.
<p>432 – Fidéliser la clientèle</p>	<p>Avec :</p> <ul style="list-style-type: none"> - les plans d'actions commerciales et budgets alloués ou négociés - des consignes et procédures - les contraintes spécifiques à l'unité commerciale - des outils et supports d'information et de communication - des informations sur le marché local - les informations sur la clientèle disponibles dans les bases de données ou provenant d'autres sources 	<ul style="list-style-type: none"> - Le choix des moyens de fidélisation est cohérent avec les objectifs, le budget et la cible. - La mise en œuvre des opérations de fidélisation est rigoureuse et respecte les contraintes de budget et de temps. - Les outils de mesure mis en place sont pertinents. - Les objectifs de fidélisation (l'évasion de la clientèle est maîtrisée, la satisfaction de la clientèle est maintenue ou améliorée, l'image de l'unité commerciale s'améliore) sont atteints en respectant les contraintes. - La connaissance du client est améliorée - Les résultats sont judicieusement analysés et les nouvelles actions tiennent compte du diagnostic effectué.

<p>433 - Développer le volume et la diversité des achats de la clientèle</p>	<p>Avec :</p> <ul style="list-style-type: none"> - les plans d'actions commerciales et budgets alloués ou négociés - des consignes et procédures - les contraintes spécifiques à l'unité commerciale - des outils et supports d'information et de communication - des informations sur le marché local - les informations sur la clientèle contenues dans les bases de données ou provenant d'autres sources - l'offre de produits et de services 	<ul style="list-style-type: none"> - Le choix des moyens de développement des ventes est cohérent avec les objectifs, le budget et la cible. - La mise en œuvre des opérations de développement est rigoureuse et respecte les contraintes de budget et de temps. - Les objectifs de développement en volume et en diversité sont atteints. - La rentabilité de l'unité commerciale est améliorée. - La connaissance du client est améliorée. - Les résultats sont judicieusement analysés et les nouvelles actions tiennent compte du diagnostic effectué.
---	--	---

<p><u>C51 Elaborer une offre commerciale adaptée à la clientèle</u></p>	<p>Dans le cadre</p> <ul style="list-style-type: none"> - d'une proposition d'offre de produits et de services - d'un système d'information mercatique - du contexte d'un marché général et local - d'une politique de marque ou d'enseigne - de contraintes réglementaires et juridiques 	
<p>511 Analyser l'offre existante</p>	<p>Avec</p> <ul style="list-style-type: none"> - des documentations commerciales ou techniques - des résultats d'études (générales ou locales, sur les clients ou les concurrents, sur les caractéristiques de la zone de chalandise...) - des statistiques de vente, indicateurs de gestion - des informations internes : réclamations des clients, compte rendu des vendeurs ou des commerciaux... - les outils et méthodes d'analyse de l'offre 	<ul style="list-style-type: none"> - Les outils et les méthodes d'analyse sont maîtrisés. - Les caractéristiques de tout ou partie de l'offre de l'unité commerciale sont identifiées. - Le diagnostic met en valeur les points forts et faibles de l'offre par rapport aux concurrents et aux caractéristiques de la clientèle.

512 Adapter l'offre	Avec : <ul style="list-style-type: none">- le diagnostic de l'offre- les préconisations nationales, les consignes locales	<ul style="list-style-type: none">- Les améliorations proposées sont pertinentes, argumentées et cohérentes avec la politique de marque ou d'enseigne.- L'offre répond de manière optimale à la situation de marché, à la zone de chalandise et aux caractéristiques de l'unité commerciale.
----------------------------	--	---