Moduldetails konsultieren

Gérer le commerce au quotidien - FORVE2

Code des Moduls:	FORVE2
Leistungsbaustein:	Gérer le commerce au quotidien (GECOM)
Festgelegte Bewertungsmethoden:	2
Beruf / **Tätigkeit:**	Vente et gestion
Diplom / **Zertifikat:**	Diplôme de technicien
Bewertungsmethoden:	Modulbegleitende Kompetenzfeststellung

Bewertungstabelle für die Module im Unternehmen

1	L’apprenant est capable de formuler une demande d’offre de biens ou de services. Obligatorisch	
	INDIKATOREN L’apprenant rédige une demande d’offre et maitrise ses éléments essentiels (adresses, prix, description produit, délais de livraison, conditions de livraison et de paiement, validité de l’offre, etc.)	
	SOCKEL La demande d’offre est complète et est rédigée de façon claire et précise.	

2

L’apprenant est capable de gérer les commandes fournisseurs à l’aide d’un cadencier préparé à l’avance.

Obligatorisch

INDIKATOREN

À partir d’une situation donnée, l’apprenant prépare et utilise un cadencier dans un tableur, en vue de la gestion des commandes et des stocks (réserve & espace de vente).
Il y intègre les indicateurs pertinents (stock, ventes, dates de commande et de livraison, périodicité, etc.).

SOCKEL

Le tableur est correctement préparé et permet de gérer les commandes.
Tous les indicateurs nécessaires sont intégrés dans cadencier.

3

L’apprenant est capable de gérer les stocks.

Obligatorisch

INDIKATOREN

Il gère le stock en respectant les notions de stock final théorique, de stock final réel ainsi que les méthodes FIFO, LIFO et FEFO.
Il résout les problèmes liés aux ruptures de stock et aux surstocks.
Il calcule le stock moyen et définit la couverture de vente du stock.

SOCKEL

Les ruptures de stock et surstocks sont évités de manière satisfaisante.
Le stock moyen et la couverture de stock sont précisément déterminés.
Les méthodes de gestion de stock appropriées sont maîtrisées.

4

L’apprenant est capable d’analyser, d’organiser et d’optimiser un linéaire en appliquant les règles d’implantation des références.

Obligatorisch

INDIKATOREN

À partir d’un exemple concret, l’apprenant définit l’implantation des produits selon la stratégie de l’entreprise et de leur typologie. L’apprenant implante les produits selon la nomenclature (catégorie, groupe, famille, sous-famille, …).
Il tient compte du concept de cycle de vie des produits dans l’optimisation d’un assortiment.
Il analyse s’il est opportun d’ajouter, de retirer ou de remplacer une référence.
Il propose des mesures d’optimisation du linéaire permettant d’augmenter les ventes et d’améliorer la rentabilité.

SOCKEL

Le linéaire a été analysé et optimisé selon la typologie des produits et la stratégie de l’entreprise.
Les règles d’implantation, de référencement et de déréférencement sont correctement appliquées.

5

L’apprenant est capable de reconnaître la rentabilité d’une unité de vente.

Obligatorisch

INDIKATOREN

L’apprenant distingue les notions de bénéfice et de perte ainsi que de bénéfice brut et de bénéfice net.
Il différencie entre marge théorique et marge réelle.
Il prend en compte les ventes, les achats, les pertes, les frais,… Il fait des propositions d’amélioration.

SOCKEL

Les notions de bénéfice et de perte sont expliquées de manière suffisante et compréhensible. L’analyse des données est correcte et les propositions d’amélioration sont cohérentes.

6

L’apprenant est capable d’élaborer un tableau de bord de suivi de performance commerciale dans le cadre d’une action promotionnelle.

Obligatorisch

INDIKATOREN

L’apprenant détermine les indicateurs du suivi de la performance commerciale et les met en forme dans un tableur en intégrant les formules de calcul nécessaires.
Il analyse et interprète le tableau de bord en vue de proposer des améliorations.

SOCKEL

Le tableau de bord comprend les indicateurs nécessaires et permet le suivi de la performance commerciale dans le cadre d’une action promotionnelle.

7

L’élève est capable d’établir un plan d’action promotionnelle.

Obligatorisch

INDIKATOREN

L’apprenant établit un plan d’action promotionnelle et fixe des objectifs précis à partir de données fournies.
Il intègre les éléments essentiels et les présente dans un tableau : • Désignation et description des actions • Les acteurs responsables • Date de début et de fin • Zones et produits/services retenus, • Saisons, fêtes, évènements concernés • Objectifs, critères de réussite Les moyens de la mise en œuvre : Budget, matériel, etc.

SOCKEL

Le plan d’action est correctement construit et les critères essentiels ont été intégrés et appliqués de façon correcte.
Les objectifs sont clairement définis.

8

L’apprenant est capable de contrôler les résultats de son travail et de redresser d’éventuelles erreurs.

Ausgewählt

INDIKATOREN

L’apprenant vérifie les résultats de son travail méthodiquement et de façon ciblée.
Il repère et corrige les erreurs constatées.

SOCKEL

Le travail est correctement exécuté.
Les erreurs repérées sont redressées.

9

L’apprenant est capable de se fixer des objectifs et de se donner des priorités.

Ausgewählt

INDIKATOREN

L’apprenant réalise un plan de travail axé sur les objectifs prioritaires.
Il intègre des objectifs à court, à moyen et à long terme dans son plan de travail.

SOCKEL

Le plan de travail réalisé est cohérent.
Les différences entre objectifs à court, à moyen et à long terme sont prises en compte.

10

L’apprenant est capable de transmettre les décisions de ses supérieurs en relation avec la performance commerciale à équipe.

Ausgewählt

INDIKATOREN

L’apprenant communique les décisions de ses supérieurs en relation avec la performance commerciale à son équipe.
Il explique les causes qui ont conduit aux résultats obtenus.
Il explique les solutions préconisées par ses supérieurs.

SOCKEL

Les décisions de ses supérieurs sont transmises à son équipe de façon précise et compréhensible.
Les causes et les solutions sont présentées de façon claire et précise à son équipe.