

BTS Négociation et Digitalisation de la Relation Client
E5 – RELATION CLIENT À DISTANCE ET DIGITALISATION

Deuxième Partie : épreuve ponctuelle pratique

Durée 40 minutes – Coefficient 2

GRILLE D'OBSERVATION-APPRÉCIATION EXAMINATEUR - SESSION

NOM du CANDIDAT : Prénom du candidat :

N° Candidat :

Date : Heure de passage : N° Commission :

CONTEXTE DIGITAL DE RÉFÉRENCE

SUJET N° :

☐ Animer la relation client digitale				
CRITÈRES D'ÉVALUATION et COMPÉTENCES	TI	I	S	TS
1 – Produire, publier et assurer la visibilité des contenus digitaux <i>(Qualité et pertinence des contenus publiés par rapport à la cible, aux produits, à l'entreprise ; cohérence entre les techniques, les outils mobilisés, les contenus et les moyens de diffusion, optimisation des menus, navigation plaisante, ergonomie du site. Rythme adapté d'actualisation des contenus.)</i> <i>Suivi des publications et contrôle de l'image de l'entreprise (respect de la charte de l'entreprise, de ses objectifs, liens vers les réseaux sociaux)</i>	☐	☐	☐	☐
2 – Impulser, entretenir et réguler une dynamique e-relationnelle <i>(Suivi rigoureux et optimisation du référencement, cohérence entre les techniques, les outils mobilisés, les contenus et les moyens de diffusion. Pertinence des indicateurs utilisés pour l'analyse des résultats)</i>	☐	☐	☐	☐
☐ Développer la relation client en e-commerce				
CRITÈRES D'ÉVALUATION et COMPÉTENCES	TI	I	S	TS
1 – Dynamiser un site de e-commerce <i>(Suivi rigoureux et optimisation du référencement ; rythme adapté d'actualisation des contenus ; pertinence des choix et des actions menées pour développer les ventes et créer de la valeur – mise en œuvre de promotions, ajout ou suppression de produits/services.)</i>	☐	☐	☐	☐
2 – Faciliter et sécuriser la relation commerciale <i>(Suivi des publications et contrôle du respect de l'image de l'entreprise, de sa charte, de ses objectifs, liens vers les réseaux sociaux. Qualité de l'assistance et prise en compte des risques et de la réglementation : clarté des couts, affichage des modes de paiement sécurisé, suivi des commandes, présence d'éléments de conseils et d'indicateurs de fiabilité (avis, conseils, marque de confiance)</i>	☐	☐	☐	☐
3 – Diagnostiquer l'activité de e-commerce <i>(Pertinence des indicateurs utilisés pour l'analyse des résultats)</i>	☐	☐	☐	☐