**Grille sur la présentation orale B to B**

**Pour chaque compétence à évaluer : validée s’il y a au moins un lien pertinent avec le cours**

Être capable de comprendre comment les spécificités des services ou du contexte B to B influencent la conception de l’offre commerciale

**Noms et prénoms des étudiants qui évaluent**

**-**

**-**

**-**

**-**

**-**

**Groupe de TD :**

**Partenaire présenté à l’oral : :**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Rubriques | Compétences à évaluer | Validé | Non Validé | Commentaires |
| Identification du Partenaire Fil Rouge et de son activité |  |  |  |  |
| Caractérisation du B to B |  |  |  |  |
|  | Caractériser la demande dérivée |  |  |  |
|  | Identifier les acteurs de la filière et/ou de l’éco-système, indiquer leurrôle etdécrypter l’influence qu’ils exercent |  |  |  |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Description des clients (nombre et hétérogénéité/homogénéité) |  |  |  |
| La politique de produit |  |  |  |  |
|  | Caractériser les éléments de la politique produit |  |  |  |
|  | Commenter en référence aux spécificités B to B(standardisatio n de l’offre ? accompagnem ent de type partenariat) |  |  |  |
| La politique de prix |  |  |  |  |
|  | Caractériser la politique de prix mise en place |  |  |  |
|  | Commenter en référence aux spécificitésB to B (négociation tarifaire possible ou pas) |  |  |  |
| La politique de distribution |  |  |  |  |
|  | Commenter les canaux de distribution en référence aux spécificités B to B (nature des circuits) |  |  |  |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| *L*a politique de communication |  |  |  |  |
|  | Commenter les actions de communication en référence aux spécificités B to B (actions mises en place) |  |  |  |
| Orthographe |  |  |  |  |
| Organisation de la parole |  |  |  |  |
| Respect des 15 minutes |  |  |  |  |

**Grille sur la présentation orale service**

**Pour chaque compétence à évaluer: validée s’il y a au moins un lien pertinent avec le cours**

**Noms et prénoms des étudiants :**

**-**

**-**

**-**

**-**

**-**

**Groupe de TD :**

**Identification du partenaire et de son activité :**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Rubrique | Compétences | validée | non validée | commentaires |
| Identification du Partenaire Fil Rouge et de son activité |  |  |  |  |
| Caractérisation de l’activité de service |  |  |  |  |
|  | Caractériser le niveau d’intangibilité de l’offre |  |  |  |
|  | Commenter le rôle du personnel en contact |  |  |  |
|  | Commenter la participation du client |  |  |  |
|  | Identifier les acteurs de l'écosystème |  |  |  |
|  | Commenter le rôle de la logistique |  |  |  |
| La politique de produit |  |  |  |  |
|  | Caractériser les |  |  |  |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | éléments de la politique produit |  |  |  |
|  | Commenter en référence aux spécificités service (service de base et services périphériques) |  |  |  |
| La politique de prix |  |  |  |  |
|  | Caractériser la politique de prix |  |  |  |
|  | Commenter en référence aux spécificités des activités de service (régulation selon horaires, participation du client ou offres groupées) |  |  |  |
| La politique de distribution |  |  |  |  |
|  | Commenter en référence aux spécificités des activités de service (à domicile, en réseau, automatisé etc) |  |  |  |
| La politique de communication |  |  |  |  |
|  | Commenter en référence aux spécificités des activités de service (communication institutionnelle, indice de qualité etc) |  |  |  |
| Orthographe |  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Organisation de la parole |  |  |  |  |
| Respect des 15 minutes |  |  |  |  |

-