Mme RAFA Zohra

Professeure d’Economie-Gestion

Lycée JB COROT

60000 BEAUVAIS

🖳 Courriel :

Madame, Monsieur,

La création du baccalauréat professionnel « métiers du commerce et de la vente » fixe de **nouvelles modalités d’évaluation** pour l’obtention du diplôme. Nous tenons à vous en informer afin de faciliter l’évaluation que nous réaliserons conjointement avec vous.

Nous attirons votre attention sur le fait que le stagiaire effectue ses ***2 périodes de formation en milieu professionnel dans la même entreprise.***

Au cours de chaque période, le professeur chargé du suivi de l’élève complétera le livret de stage avec le tuteur.

Le stagiaire doit également être évalué, par enseignant de matière professionnelle, pour une épreuve du diplôme qui se déroule en deux temps :

**\* Lors de la première période de stage du 18 novembre 2021 au 22 décembre 2021**

Il s’agit d’une phase préparatoire. L’élève devra réaliser **une présentation numérique** pendant le stage.

C’est **une analyse de la situation de fidélisation de la clientèle et/ou de développement de la relation client de l’entreprise dans laquelle le candidat est accueilli.**

L’interrogation se déroule lors de la première PFMP dans l’organisation d’accueil.

L’élève doit présenter son support numérique.

L’élève doit présenter **deux propositions d’actions à mettre en œuvre pour la seconde période de stage.**

A l’issue de l’entretien, l’enseignant et le tuteur décideront de l’action retenue à réaliser par l’élève lors du prochain stage.

**\* Lors de la seconde période de stage du 14 mars 2022 au 09 avril 2022**

Il s’agit de **la présentation de la mise en œuvre de l’action retenue à l’issue du premier stage.**

A partir de l’analyse de la situation de fidélisation et/ou de développement de la relation client, le candidat présente **la mise en œuvre opérationnelle de l’action retenue par le jury.**

L’interrogation se déroule dans l’entreprise ou au lycée.

Le candidat, présente la façon dont l’action retenue a été mise en œuvre et en fait le bilan, à l’aide d’un outil numérique.

Un entretien vise ensuite à approfondir l’exposé réalisé par le candidat.

Nous demandons au candidat d’utiliser le cahier multimédia disponible sur l’ENT.

Dans les entreprises où cela est possible nous invitons les tuteurs à laisser la possibilité aux stagiaires de réaliser leur présentation pendant le temps passé en entreprise.

Nous vous remercions d’accorder la possibilité de prises de vue (vidéos, captures d’écran ou photographies).

Vous trouverez ci-joint les **compétences à évaluer** lors de la période en entreprise de nos élèves.

Mme RAFA Zohra

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Groupe de compétences 1 : Conseiller et vendre**  **Assurer la veille commerciale**  Rechercher, hiérarchiser, exploiter et actualiser en continu les informations sur l’entreprise et son marché  Maitriser la technologie des produits  Sélectionner les outils de recherche d'information les plus adaptés  **Réaliser la vente dans un cadre omnicanal**  Intégrer l’omnicanal dans le processus de vente  Prendre contact avec le client  S’adapter au contexte commercial et au comportement du client  Découvrir, analyser et identifier le(s) besoin(s) du client, sa (ses) motivation(s) et ses freins éventuels  Découvrir, analyser et reformuler les besoins du client  Présenter l’entreprise et/ou ses produits et/ou ses services  Conseiller le client en proposant la solution adaptée  Argumenter  Réaliser une démonstration le cas échéant  Répondre aux objections du client  Proposer les produits et/ou les services associés  Détecter les opportunités de vente(s)additionnelle(s) et les concrétiser  S’assurer de la disponibilité du produit  Formaliser l'accord du client  **Assurer l’exécution de la vente**  Mettre en place les modalités de règlement et de livraison  Rassurer le client sur son choix  Prendre congé  **Groupe de compétences 2 : Suivre les ventes**  **Assurer le suivi de la commande du produit et/ou du service**  Suivre l’évolution de la commande et éventuellement du règlement  Informer le client des délais et des modalités de mise à disposition  **Mettre en œuvre le ou les services associés**  Sélectionner le cas échéant le prestataire le plus adapté  Collecter et transmettre les informations au service de l'entreprise ou aux prestataires concernés  Suivre l’exécution du ou des service(s) associé(s) et en rendre compte  Effectuer le cas échéant les relances  **Traiter les retours et les réclamations du client**  Identifier le(s) problème(s) rencontré(s) par le client  Proposer une solution adaptée en tenant compte des procédures de l’entreprise et de la règlementation  **S’assurer de la satisfaction du client**  Collecter les informations de satisfaction auprès des clients  Mesurer et analyser la satisfaction du client  Transmettre les informations sur la satisfaction du client  Exploiter les informations recueillies à des fins d’amélioration  Proposer des éléments de nature à améliorer la satisfaction client  **Groupe de compétences 3 : Fidéliser la clientèle et développer la relation client**  **Traiter et exploiter l'information ou le contact client**  Traiter les messages et/ou les demandes des clients  Recueillir, extraire, exploiter, synthétiser les données : de sources internes ; de sources externes  Rendre compte des données appropriées  Proposer ces actions de fidélisation et/ou de développement de la relation client en adéquation avec les données recueillies et orientation commerciale de l’entreprise  **Contribuer à des actions de fidélisation de la clientèle et de développement de la relation client**  Sélectionner et mettre en œuvre les outils de fidélisation et/ou de développement de la relation client de l'entreprise | **□**  **□**  **□**  **□**  **□**  **□**  **□**  **□**  **□**  **□**  **□**  **□**  **□**  **□**  **□**  **□**  **□**  **□**  **□**  **□**  **□**  **□**  **□**  **□**  **□**  **□**  **□**  **□**  **□**  **□**  **□**  **□**  **□**  **□**  **□**  **□**  **□**  **□**  **□**  **□** | Concourir à la préparation et à l'organisation d’événements et/ou d’opérations de fidélisation/développement de la relation client  Participer à la mise en œuvre des événements et/ou opérations de fidélisation/développement de la relation client  Effectuer des ventes au rebond  Réaliser les opérations de suivi post événement  Mobiliser les outils d'internet et les réseaux sociaux  **Evaluer les actions de fidélisation et de développement de la relation client**  Enrichir et actualiser le SIC  Mesurer et analyser les résultats  Rendre compte des actions et des résultats par écrit et/ou à l'oral  Proposer des axes d’amélioration  **Groupe de compétences 4A : Animer et gérer l'espace commercial**  **Assurer les opérations préalables à la vente**  Etablir les commandes des produits auprès de la centrale d’achats et/ou des fournisseurs indépendants sélectionnés avec la hiérarchie, en tenant compte des contraintes  Préparer les commandes des clients issues de l’omnicanal  Veiller à la gestion rigoureuse des stocks et au réapprovisionnement en tenant compte des règles de sécurité et d’hygiène  Réceptionner, contrôler et stocker les marchandises (quantitatif et qualitatif)  Respecter les règles de valorisation des déchets et réduire le gaspillage  Effectuer les relances et préparer les retours fournisseurs  Etablir le prix en fonction de variables commerciales données  Etiqueter les produits et les sécuriser  Enrichir et exploiter le système d'information commercial  Comparer les résultats aux objectifs fixés et proposer des actions correctrices  Participer aux opérations d'inventaire  Identifier les invendus  Lutter contre la démarque  Gérer les retours et les changes des clients  **Rendre l’unité commerciale attractive et fonctionnelle**  S’assurer de la disponibilité et de la qualité des produits  Implanter les produits selon une logique commerciale et/ou d'entreprise  Vérifier I ’étiquetage, le balisage et la mise en valeur des produits  S’assurer de la bonne tenue et de la propreté du rayon  Accueillir, informer et orienter le client dans l’unité commerciale et à l'extérieur  Mettre en place la signalétique  Participer à l'agencement de la surface de vente  Aménager la vitrine et/ou le rayon  Mettre en scène l’offre et en optimiser la visibilité  Veiller au respect des règles d’hygiène et de sécurité.  Valoriser l'offre sur les sites marchands et les réseaux sociaux  **Développer la clientèle**  Proposer des actions commerciales génératrices de trafic dans l’unité commerciale  Sélectionner les gammes de produits à mettre en avant en lien avec la stratégie de l’unité commerciale  Participer à la planification et à l'organisation des actions de promotion des marchandises  Démarcher une nouvelle clientèle  Communiquer sur l'évènement  Recourir aux sites marchands et aux réseaux sociaux  Inciter à l'achat par une action commerciale, le cas échéant interactive  Générer des contacts positifs/utiles  Participer à l’évaluation et à l'analyse des performances des actions commerciales | **□**  **□**  **□**  **□**  **□**  **□**  **□**  **□**  **□**  **□**  **□**  **□**  **□**  **□**  **□**  **□**  **□**  **□**  **□**  **□**  **□**  **□**  **□**  **□**  **□**  **□**  **□**  **□**  **□**  **□**  **□**  **□**  **□**  **□**  **□**  **□**  **□**  **□**  **□**  **□**  **□**  **□**  **□** |