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 marchéMaitriser la technologie des produitsSélectionner les outils de recherche d'information les plus adaptés**Réaliser la vente dans un cadre omnicanal**Intégrer l’omnicanal dans le processus de ventePrendre contact avec le clientS’adapter au contexte commercial et au comportement du clientDécouvrir, analyser et identifier le(s) besoin(s) du client, sa (ses) motivation(s) et ses freins éventuelsDécouvrir, analyser et reformuler les besoins du clientPrésenter l’entreprise et/ou ses produits et/ou ses servicesConseiller le client en proposant la solution adaptéeArgumenterRéaliser une démonstration le cas échéantRépondre aux objections du clientProposer les produits et/ou les services associésDétecter les opportunités de vente(s)additionnelle(s) et les concrétiserS’assurer de la disponibilité du produitFormaliser l'accord du client**Assurer l’exécution de la vente**Mettre en place les modalités de règlement et de livraisonRassurer le client sur son choixPrendre 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 règlementInformer 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 adaptéCollecter et transmettre les informations au service de l'entreprise ou aux prestataires concernésSuivre l’exécution du ou des service(s) associé(s) et en rendre compteEffectuer le cas échéant les relances**Traiter les retours et les réclamations du client**Identifier le(s) problème(s) rencontré(s) par le clientProposer 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 clientsMesurer et analyser la satisfaction du clientTransmettre les informations sur la satisfaction du clientExploiter les informations recueillies à des fins d’améliorationProposer 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 clientsRecueillir, extraire, exploiter, synthétiser les données : de sources internes ; de sources externesRendre compte des données appropriéesProposer 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 clientParticiper à la mise en œuvre des événements et/ou opérations de fidélisation/développement de la relation clientEffectuer des ventes au rebondRéaliser les opérations de suivi post événementMobiliser les outils d'internet et les réseaux sociaux**Evaluer les actions de fidélisation et de développement de la relation client**Enrichir et actualiser le SICMesurer et analyser les résultatsRendre compte des actions et des résultats par écrit et/ou à l'oralProposer 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 contraintesPréparer les commandes des clients issues de l’omnicanalVeiller à la gestion rigoureuse des stocks et au réapprovisionnement en tenant compte des règles de sécurité et d’hygièneRéceptionner, contrôler et stocker les marchandises (quantitatif et qualitatif)Respecter les règles de valorisation des déchets et réduire le gaspillageEffectuer les relances et préparer les retours fournisseursEtablir le prix en fonction de variables commerciales donnéesEtiqueter les produits et les sécuriserEnrichir et exploiter le système d'information commercialComparer les résultats aux objectifs fixés et proposer des actions correctricesParticiper aux opérations d'inventaireIdentifier les invendus Lutter contre la démarqueGérer les retours et les changes des clients**Rendre l’unité commerciale attractive et fonctionnelle**S’assurer de la disponibilité et de la qualité des produitsImplanter les produits selon une logique commerciale et/ou d'entrepriseVérifier I ’étiquetage, le balisage et la mise en valeur des produitsS’assurer de la bonne tenue et de la propreté du rayonAccueillir, informer et orienter le client dans l’unité commerciale et à l'extérieurMettre en place la signalétiqueParticiper à l'agencement de la surface de venteAménager la vitrine et/ou le rayonMettre en scène l’offre et en optimiser la visibilitéVeiller 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 commercialeSélectionner les gammes de produits à mettre en avant en lien avec la stratégie de l’unité commercialeParticiper à la planification et à l'organisation des actions de promotion des marchandisesDémarcher une nouvelle clientèleCommuniquer sur l'évènementRecourir aux sites marchands et aux réseaux sociauxInciter à l'achat par une action commerciale, le cas échéant interactiveGénérer des contacts positifs/utilesParticiper à l’évaluation et à l'analyse des performances des actions commerciales | **□****□****□****□****□****□****□****□****□****□****□****□****□****□****□****□****□****□****□****□****□****□****□****□****□****□****□****□****□****□****□****□****□****□****□****□****□****□****□****□****□****□****□** |