|  |
| --- |
| EPREUVE E33Situation d’évaluation n° 2  |

**Présentation orale prenant appui sur une présentation numérique**

**Durée 20 mn**

Il s’agit de présenter la mise en œuvre de l’action de FDRC retenue par le jury à l’issue de la 1ère PFMP. Cette action figure dans la feuille de route remise au candidat.

Critères d’évaluation :

* Cohérence du choix des outils de fidélisation de la clientèle et/ou du développement de la relation client ;
* Qualité de la contribution à l’opération de fidélisation et/ou de développement de la relation client ;
* Opportunité de la proposition de ventes au rebond ;
* Justesse de l’enrichissement et de l’actualisation du SIC ;
* Pertinence de l’analyse des résultats ;
* Intérêt des propositions d’amélioration ;
* Qualité de la communication orale et écrite.

L’interrogation se déroule dans l’organisation d’accueil au cours de la dernière PFMP ou dans le centre de formation à l’issue de la dernière PFMP.

L’interrogation dure **20 minutes** maximum.

Elle se déroule en deux phases :

**1ère phase** : présentation de la mise en œuvre de l’action de FDRC (**10 minutes** maximum).

Le candidat présente, à l’aide d’un outil de présentation numérique de son choix, la façon dont l’action de FDRC retenue a été mise en œuvre et en fait le bilan. Il n’est pas interrompu pendant son exposé.

**2ème phase** : entretien **(10 minutes).**

L’entretien vise à approfondir l’exposé présenté par le candidat.

La commission d’interrogation est composée du tuteur et de l’un des professeurs d’économie-gestion du candidat. En l’absence du tuteur, un autre professeur d’économie-gestion du candidat est mobilisé.

PROPOSITION DE PLAN

**I - Rappel de l’action choisie dans la feuille de route (rappel situation 1)**

* Titre de l’action
* Objectifs de l’action (fidélisation de la clientèle et/ou développement de la relation client)

**II - Présentation du cadre opérationnel de l’action sélectionnée**

* Présentation de l’entreprise
* Zone chalandise
* Marché et concurrence
* Clientèle visée
* Les types de produits liés à l’action
* Présentation de l’omnicanalité (présentation des réseaux sociaux et autres moyens de communication de l’entreprise).

**III - Contribution à l’opération de FDRC : Démarches mises en œuvre dans le cadre de l’action**

* Rétroplanning
* Moyens humains et matériels prévus
* Budget pour l’opération
* Moyens de communication interne et/ou externe
* Mobilisation de l’omnicanalité

**IV. Le bilan de l’action de FDRC**

1. Enrichissement et l’actualisation du SIC
* Collecte d’informations ou de données quantitatives et qualitatives des clients
1. Mesure et analyse des résultats
* Bilan quantitatif et qualitatif
* Comparaison avec les objectifs
* Remontées des avis clients
1. Propositions d’amélioration
* Evocation de nouvelles pistes de FDRC ou mise en œuvre différente
1. Auto-éaluation
* Difficultés rencontrées lors de la mise en place de l’action ou de son déroulement
* Enrichissement personnel et professionnel

Le dossier à remettre au Jury est composé de la feuille de route et de la présentation numérique de l’action de FDRC.

Pour la présentation orale, les supports numériques sont au choix du candidat (diaporama, carte mentale, capsule vidéo, padlet, …)