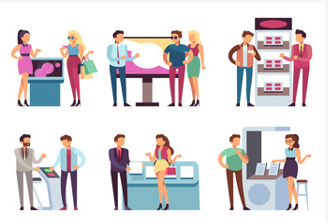


Bac Pro Commerce-Vente

GUIDE 

de suivi des Périodes de Formation en Milieu Professionnel (PFMP) de 1ère



Etablissement scolaire

Logo/adresse/tél/courriel

**Sommaire :**

Introduction : objectifs de ce livret……………………………………P 2

Organisation des PFMP ……………………………………………………P 3

Suivi des PFMP………………………………………………………………. P 3

Travaux à réaliser lors des PFMP…………….………………………P 28

Aide à la réussite de l’épreuve E33………………………………….P 31

Les épreuves certificatives ……………………………………….…...P 35

**Introduction :** objectifs de ce livret

* Ce livret constitue un lien entre l’élève, l’entreprise d’accueil et l’établissement de formation
* Il permet d’informer les différentes parties sur les attendus, le déroulé et le suivi des PFMP

**A quels moments utiliser ce livret ?**

* Avant la période de PFMP lors de la recherche d’un lieu de stage
* Pendant la période de PFMP pour recenser, réaliser les activités attendues et le suivi des absences et des retards (par l’élève et/ou le tuteur)
* Après la période de PFMP afin d’exploiter le travail réalisé en PFMP

Organisation des **PFMP**classes de 1ère et terminales

16 semaines de PFMP

PFMP 1ère

8 semaines sur 2 périodes

PFMP Terminale

8 semaines sur 2 périodes

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| PFMP 3 | PFMP4 |  | PFMP5 | PFMP6 |

Choix du lieu de PFMP : il **doit permettre** de valider les compétences attendues.

**Types d'organisations :**

**Pour l’option A « Animation et gestion de l’espace commercial »**   
L’activité s’exerce essentiellement au sein d’une unité commerciale,  physique et ou à distance, de toute taille, généraliste ou spécialisée, dans laquelle peuvent être réalisées des activités de vente ou de distribution   
**Pour l’option B « Prospection clientèle et valorisation de l’offre commerciale »**   
L’activité  nécessite  soit  des  déplacements  en  visite  de  clientèle,  y  compris  en  démarchage  à domicile,  soit  une relation  client à distance.    
L’élève en baccalauréat professionnel «Métiers du commerce et de la  vente», option B, peut, par être conduit à effectuer une partie de son activité au sein de son entreprise pour accueillir des clients ou pour réaliser des tâches de préparation et de suivi des ventes.

Le suivi des **PFMP** :

|  |  |
| --- | --- |
| Deux visites  Prévues durant la période de PFMP | |
| **Une visite de « courtoisie »** sur la première partie de la période.  Afin de :   * S’assurer de la présence de l’élève * Du respect des attendus (horaires, posture...)   Réalisée par un enseignant des matières générales | **Une visite évaluative** positionnée en fin de période.  Afin de :   * Valider les compétences développées par l’élève en PFMP * Aider à la construction du parcours d’orientation   Réalisée par un enseignant des matières professionnelles |

**Le suivi se réalise à l’aide :**

* Du document de suivi en visite de courtoisie **Annexe 1**
* De la grille de suivi des compétences **Annexe 2** PFMP1 et 2 **Annexe 4** PFMP3 et 4
* De la grille de suivi des attitudes professionnelles PFMP1 et 2 **Annexe 3**

PFMP3 et 4 **Annexe 5**

* Du bilan PFMP 1ère **Annexe 6** et Terminale **Annexe 7**
* De l’attestation de présence de 1ère **Annexe 8** et de Terminale **Annexe 9**
* Du suivi de l’avancée des travaux **Annexe 10**

**Annexe 1 :** Document de suivi en visite de courtoisie PFMP 3

Classe :

PFMP du au

Compte rendu de la première visite (visite de courtoisie).

Cette visite doit avoir lieu **lors des 10 premiers jours de PFMP**.

Merci de noter vos observations ci-après **:**

Nom et prénom de l’élève :

**Attitudes**: (ponctualité, tenue vestimentaire, intégration dans l’équipe, dynamisme, prise d’initiatives…) :

**Tâches accomplies :**

**Tâches prévues dans les semaines à venir :**

**Problèmes éventuels constatés :**

Nom et fonction de la personne rencontrée :

Nom de l’enseignant :

Visite effectuée le :

Cachet de l’entreprise

**Annexe 1 Bis :** Document de suivi en visite de courtoisie de PFMP 4

Classe :

PFMP du au

Compte rendu de la première visite (visite de courtoisie).

Cette visite doit avoir lieu **lors des 10 premiers jours de PFMP**.

Merci de noter vos observations ci-après **:**

Nom et prénom de l’élève :

**Attitudes**: (ponctualité, tenue vestimentaire, intégration dans l’équipe, dynamisme, prise d’initiatives…) :

**Tâches accomplies :**

**Tâches prévues dans les semaines à venir :**

**Problèmes éventuels constatés :**

Nom et fonction de la personne rencontrée :

Nom de l’enseignant :

Visite effectuée le :

Cachet de l’entreprise

**Annexe 1 Ter :** Document de suivi en visite de courtoisie de PFMP 5

Classe :

PFMP du au

Compte rendu de la première visite (visite de courtoisie).

Cette visite doit avoir lieu **lors des 10 premiers jours de PFMP**.

Merci de noter vos observations ci-après **:**

Nom et prénom de l’élève :

**Attitudes**: (ponctualité, tenue vestimentaire, intégration dans l’équipe, dynamisme, prise d’initiatives…) :

**Tâches accomplies :**

**Tâches prévues dans les semaines à venir :**

**Problèmes éventuels constatés :**

Nom et fonction de la personne rencontrée :

Nom de l’enseignant :

Visite effectuée le :

Cachet de l’entreprise

**Annexe 1 Quater :** Document de suivi en visite de courtoisie de PFMP 6

Classe :

PFMP du au

Compte rendu de la première visite (visite de courtoisie).

Cette visite doit avoir lieu **lors des 10 premiers jours de PFMP**.

Merci de noter vos observations ci-après **:**

Nom et prénom de l’élève :

**Attitudes**: (ponctualité, tenue vestimentaire, intégration dans l’équipe, dynamisme, prise d’initiatives…) :

**Tâches accomplies :**

**Tâches prévues dans les semaines à venir :**

**Problèmes éventuels constatés :**

Nom et fonction de la personne rencontrée :

Nom de l’enseignant :

Visite effectuée le :

Cachet de l’entreprise

**Annexe 2 : Document de suivi des compétences PFMP3 et 4**

Positionnement à reporter en version numérique sur l’outil de suivi

Entreprise PFMP 3 :

Entreprise PFMP 4 :

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | | | Activités professionnelles prévues**1** | | Niveau de compétences  atteint | | | | | |  | | |  |
| **PFMP 3** | **PFMP**  **4** | **MI**\* | | **MF**\* | **MS**\* | **TBM**\* | **NE**\* | **Commentaires** | | |  |
| **Bloc de compétences 1 : Conseil et vente** | | | | | | | | | | | | | | |
| **Assurer la veille commerciale** Rechercher, hiérarchiser, exploiter et actualiser en continu les informations sur l’entreprise et son marché  Maîtriser 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 | | |  |  |  | |  |  |  |  |  | | |  |
| \*MI : maîtrise insuffisante | | \*MF : maîtrise fragile | \*MS : maîtrise satisfaisante | | | | \*TBM : très bonne maîtrise | | | | | | \*NE : non évaluable |

Entreprise PFMP 3 :

Entreprise PFMP 4 :

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | | | Activités professionnelles prévues**1** | | Niveau de compétences  atteint | | | | | |  | | |  |
| **PFMP 3** | **PFMP**  **4** | **MI**\* | | **MF**\* | **MS**\* | **TBM**\* | **NE**\* | **Commentaires** | | |  |
| **Bloc 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 | | |  |  |  | |  |  |  |  |  | | |  |
| \*MI : maîtrise insuffisante | | \*MF : maîtrise fragile | \*MS : maîtrise satisfaisante | | | | \*TBM : très bonne maîtrise | | | | | | \*NE : non évaluable |

Entreprise PFMP 3 :

Entreprise PFMP 4 :

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | | | Activités professionnelles prévues**1** | | Niveau de compétences  atteint | | | | | |  | | |  |
| **PFMP 3** | **PFMP**  **4** | **MI**\* | | **MF**\* | **MS**\* | **TBM**\* | **NE**\* | **Commentaires** | | |  |
| **Bloc n° 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 des actions de fidélisation et/ou de développement de la relation client en adéquation avec les données recueillies et l’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’évènements et/ou d’opérations de fidélisation/ développement de la relation client  Participer à la mise en œuvre des évènements et/ou opérations de fidélisation/ développement de la relation client  Effectuer des ventes au rebond  Réaliser les opérations de suivi post évènement  Mobiliser les outils d’internet et les réseaux sociaux | | |  |  |  | |  |  |  |  |  | | |  |
| **Évaluer les actions de fidélisation de la clientèle 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 | | |  |  |  | |  |  |  |  |  | | |  |
| \*MI : maîtrise insuffisante | | \*MF : maîtrise fragile | \*MS : maîtrise satisfaisante | | | | \*TBM : très bonne maîtrise | | | | | | \*NE : non évaluable |

Entreprise PFMP 3 :

Entreprise PFMP 4 :

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | | | Activités professionnelles prévues**1** | | Niveau de compétences  atteint | | | | | |  | | |  |
| **PFMP**  **3** | **PFMP**  **4** | **MI**\* | | **MF**\* | **MS**\* | **TBM**\* | **NE**\* | **Commentaires** | | |  |
| **Bloc n° 4A : Animer et gérer l’espace commercial** | | | | | | | | | | | | | | |
| **Assurer les opérations préalables à la vente**  Établir les commandes des produits  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  Établir le prix en fonction de variables commerciales données  Étiqueter 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 échanges 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 l’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’événement  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 | | |  |  |  | |  |  |  |  |  | | |  |
| \*MI : maîtrise insuffisante | | \*MF : maîtrise fragile | \*MS : maîtrise satisfaisante | | | | \*TBM : très bonne maîtrise | | | | | | \*NE : non évaluable |
| Entreprise PFMP 3 :  Entreprise PFMP 4 : | | | Activités professionnelles prévues**1** | | Niveau de compétences  atteint | | | | | |  | | |  |
| **PFMP 3** | **PFMP**  **4** | **MI**\* | | **MF**\* | **MS**\* | **TBM**\* | **NE**\* | **Commentaires** | | |  |
| **Bloc n° 4B : Prospecter et valoriser l’offre commerciale** | | | | | | | | | | | | | | |
| **Rechercher et analyser les informations à des fins d’exploitation**  Identifier, au sein du SIC (système d’information commercial), les informations internes utiles à l’opération de prospection, les extraire et les analyser  Collecter, traiter et analyser les informations externes  Mettre à jour le système d’information commercial | | |  |  |  | |  |  |  |  |  | | |  |
| **Participer à la conception d’une opération de prospection**  Définir la cible en cohérence avec la stratégie de l’organisation et des moyens alloués  Fixer les objectifs quantitatifs et qualitatifs de l’opération en fonction des moyens alloués  Déterminer la durée de l’opération en fonction des moyens alloués  Déterminer la ou les techniques de prospection adaptées aux objectifs du projet et aux moyens alloués | | |  |  |  | |  |  |  |  |  | | |  |
| **Mettre en œuvre une opération de prospection**  Élaborer le plan de prospection et le plan de tournée  Construire et/ou mettre à jour le fichier prospects  Sélectionner et/ou concevoir des outils d’aide à la prospection et des supports de communication  Établir le contact avec le prospect dans des situations de prospection physique et/ou à distance  Identifier les besoins du prospect  Argumenter  Traiter les objections  Conclure  Prendre congé | | |  |  |  | |  |  |  |  |  | | |  |
| **Suivre et évaluer l’action de prospection**  Traiter et exploiter les contacts obtenus lors d’une opération de prospection  Mettre à jour le fichier prospect et le système d’information mercatique  Qualifier les contacts  Définir les actions à mener auprès des contacts  Mesurer et analyser les résultats de l’opération de prospection et les écarts par rapport aux objectifs  Déterminer les causes des écarts  Proposer les actions correctives  Rendre compte de l’opération de prospection | | |  |  |  | |  |  |  |  |  | | |  |
| **Valoriser les produits et/ou les services**  Mettre en valeur l’offre dans un salon, show-room, un espace de vente éphémère, chez le client, sur les sites marchands et sur les réseaux sociaux | | |  |  |  | |  |  |  |  |  | | |  |
| \*MI : maîtrise insuffisante | | \*MF : maîtrise fragile | \*MS : maîtrise satisfaisante | | | | \*TBM : très bonne maîtrise | | | | | | \*NE : non évaluable |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| \*MI : maîtrise insuffisante | \*MF : maîtrise fragile | \*MS : maîtrise satisfaisante | \*TBM : très bonne maîtrise | \*NE : non évaluable |

**Annexe 3 : Document de suivi des attitudes professionnelles Première**

Positionnement à reporter en version numérique sur l’outil de suivi

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | | |  | Niveau de maîtrise | | | | | Commentaires éventuels | |  | Niveau de maîtrise | | | | | | Commentaires éventuels |  |
|  | **PFMP 3** | **MI\*** | **MF\*** | **MS\*** | **TBM\*** | **NE\*** |  | | **PFMP 4** | **MI**\* | | **MF**\* | **MS**\* | **TBM**\* | **NE**\* |  |  |
|  | **Attitudes professionnelles et savoir-être** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|  | Respecter les horaires de travail et faire preuve de ponctualité | | |  |  |  |  |  |  |  | |  |  | |  |  |  |  |  |  |
|  | Communiquer de façon professionnelle | | |  |  |  |  |  |  | |  | |  |  |  |  |  |  |
|  | Se présenter et avoir une tenue adaptée au milieu professionnel | | |  |  |  |  |  |  | |  | |  |  |  |  |  |  |
|  | Faire preuve de curiosité professionnelle | | |  |  |  |  |  |  | |  | |  |  |  |  |  |  |
|  | Faire preuve de discrétion, de respect du secret professionnel | | |  |  |  |  |  |  | |  | |  |  |  |  |  |  |
|  | Effectuer son travail en respectant les consignes | | |  |  |  |  |  |  | |  | |  |  |  |  |  |  |
|  | Faire preuve de motivation et s’impliquer dans son travail | | |  |  |  |  |  |  | |  | |  |  |  |  |  |  |
|  | Faire preuve de dynamisme, de participation active, prendre des initiatives | | |  |  |  |  |  |  | |  | |  |  |  |  |  |  |
|  | Résoudre des problèmes, faire face aux imprévus | | |  |  |  |  |  |  | |  | |  |  |  |  |  |  |
|  | S’intégrer au sein de l’équipe | | |  |  |  |  |  |  | |  | |  |  |  |  |  |  |
|  | Tenir compte des remarques formulées pour progresser | | |  |  |  |  |  |  | |  | |  |  |  |  |  |  |
|  | Garder la maîtrise de soi | | |  |  |  |  |  |  | |  | |  |  |  |  |  |  |
| \*MI : maîtrise insuffisante | | \*MF : maîtrise fragile | \*MS : maîtrise satisfaisante | | | \*TBM : très bonne maîtrise | | | | | \*NE : non évaluable | | |  |  |  |  |  |  |  |

**Annexe 4 : Document de suivi des compétences PFMP5 et 6**

Entreprise PFMP 5 :

Entreprise PFMP 6 :

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | | | Activités professionnelles prévues**1** | | Niveau de compétences  atteint | | | | | |  | | |  |
| **PFMP 5** | **PFMP**  **6** | **MI**\* | | **MF**\* | **MS**\* | **TBM**\* | **NE**\* | **Commentaires** | | |  |
| **Bloc de compétences 1 : Conseil et vente** | | | | | | | | | | | | | | |
| **Assurer la veille commerciale** Rechercher, hiérarchiser, exploiter et actualiser en continu les informations sur l’entreprise et son marché  Maîtriser 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 | | |  |  |  | |  |  |  |  |  | | |  |
| \*MI : maîtrise insuffisante | | \*MF : maîtrise fragile | \*MS : maîtrise satisfaisante | | | | \*TBM : très bonne maîtrise | | | | | | \*NE : non évaluable |

Entreprise PFMP 5 :

Entreprise PFMP 6 :

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | | | Activités professionnelles prévues**1** | | Niveau de compétences  atteint | | | | | |  | | |  |
| **PFMP 5** | **PFMP**  **6** | **MI**\* | | **MF**\* | **MS**\* | **TBM**\* | **NE**\* | **Commentaires** | | |  |
| **Bloc 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 | | |  |  |  | |  |  |  |  |  | | |  |
| \*MI : maîtrise insuffisante | | \*MF : maîtrise fragile | \*MS : maîtrise satisfaisante | | | | \*TBM : très bonne maîtrise | | | | | | \*NE : non évaluable |

Entreprise PFMP 5 :

Entreprise PFMP 6 :

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | | | Activités professionnelles prévues**1** | | Niveau de compétences  atteint | | | | | |  | | |  |
| **PFMP 5** | **PFMP**  **6** | **MI**\* | | **MF**\* | **MS**\* | **TBM**\* | **NE**\* | **Commentaires** | | |  |
| **Bloc n° 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 des actions de fidélisation et/ou de développement de la relation client en adéquation avec les données recueillies et l’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’évènements et/ou d’opérations de fidélisation/ développement de la relation client  Participer à la mise en œuvre des évènements et/ou opérations de fidélisation/ développement de la relation client  Effectuer des ventes au rebond  Réaliser les opérations de suivi post évènement  Mobiliser les outils d’internet et les réseaux sociaux | | |  |  |  | |  |  |  |  |  | | |  |
| **Évaluer les actions de fidélisation de la clientèle 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 | | |  |  |  | |  |  |  |  |  | | |  |
| \*MI : maîtrise insuffisante | | \*MF : maîtrise fragile | \*MS : maîtrise satisfaisante | | | | \*TBM : très bonne maîtrise | | | | | | \*NE : non évaluable |

Entreprise PFMP 5 :

Entreprise PFMP 6 :

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | | | Activités professionnelles prévues**1** | | Niveau de compétences  atteint | | | | | |  | | |  |
| **PFMP**  **5** | **PFMP**  **6** | **MI**\* | | **MF**\* | **MS**\* | **TBM**\* | **NE**\* | **Commentaires** | | |  |
| **Bloc n° 4A : Animer et gérer l’espace commercial** | | | | | | | | | | | | | | |
| **Assurer les opérations préalables à la vente**  Établir les commandes des produits  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  Établir le prix en fonction de variables commerciales données  Étiqueter 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 échanges 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 l’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’événement  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 | | |  |  |  | |  |  |  |  |  | | |  |
| \*MI : maîtrise insuffisante | | \*MF : maîtrise fragile | \*MS : maîtrise satisfaisante | | | | \*TBM : très bonne maîtrise | | | | | | \*NE : non évaluable |
| Entreprise PFMP 5 :  Entreprise PFMP 6 : | | | Activités professionnelles prévues**1** | | Niveau de compétences  atteint | | | | | |  | | |  |
| **PFMP 5** | **PFMP**  **6** | **MI**\* | | **MF**\* | **MS**\* | **TBM**\* | **NE**\* | **Commentaires** | | |  |
| **Bloc n° 4B : Prospecter et valoriser l’offre commerciale** | | | | | | | | | | | | | | |
| **Rechercher et analyser les informations à des fins d’exploitation**  Identifier, au sein du SIC (système d’information commercial), les informations internes utiles à l’opération de prospection, les extraire et les analyser  Collecter, traiter et analyser les informations externes  Mettre à jour le système d’information commercial | | |  |  |  | |  |  |  |  |  | | |  |
| **Participer à la conception d’une opération de prospection**  Définir la cible en cohérence avec la stratégie de l’organisation et des moyens alloués  Fixer les objectifs quantitatifs et qualitatifs de l’opération en fonction des moyens alloués  Déterminer la durée de l’opération en fonction des moyens alloués  Déterminer la ou les techniques de prospection adaptées aux objectifs du projet et aux moyens alloués | | |  |  |  | |  |  |  |  |  | | |  |
| **Mettre en œuvre une opération de prospection**  Élaborer le plan de prospection et le plan de tournée  Construire et/ou mettre à jour le fichier prospects  Sélectionner et/ou concevoir des outils d’aide à la prospection et des supports de communication  Établir le contact avec le prospect dans des situations de prospection physique et/ou à distance  Identifier les besoins du prospect  Argumenter  Traiter les objections  Conclure  Prendre congé | | |  |  |  | |  |  |  |  |  | | |  |
| **Suivre et évaluer l’action de prospection**  Traiter et exploiter les contacts obtenus lors d’une opération de prospection  Mettre à jour le fichier prospect et le système d’information mercatique  Qualifier les contacts  Définir les actions à mener auprès des contacts  Mesurer et analyser les résultats de l’opération de prospection et les écarts par rapport aux objectifs  Déterminer les causes des écarts  Proposer les actions correctives  Rendre compte de l’opération de prospection | | |  |  |  | |  |  |  |  |  | | |  |
| **Valoriser les produits et/ou les services**  Mettre en valeur l’offre dans un salon, show-room, un espace de vente éphémère, chez le client, sur les sites marchands et sur les réseaux sociaux | | |  |  |  | |  |  |  |  |  | | |  |
| \*MI : maîtrise insuffisante | | \*MF : maîtrise fragile | \*MS : maîtrise satisfaisante | | | | \*TBM : très bonne maîtrise | | | | | | \*NE : non évaluable |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| \*MI : maîtrise insuffisante | \*MF : maîtrise fragile | \*MS : maîtrise satisfaisante | \*TBM : très bonne maîtrise | \*NE : non évaluable |

**Annexe 5 : Document de suivi des attitudes professionnelles Terminale**

Positionnement à reporter en version numérique sur l’outil de suivi

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | | |  | Niveau de maîtrise | | | | | Commentaires éventuels | |  | Niveau de maîtrise | | | | | | Commentaires éventuels |  |
|  | **PFMP 5** | **MI\*** | **MF\*** | **MS\*** | **TBM\*** | **NE\*** |  | | **PFMP 6** | **MI**\* | | **MF**\* | **MS**\* | **TBM**\* | **NE**\* |  |  |
|  | **Attitudes professionnelles et savoir-être** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|  | Respecter les horaires de travail et faire preuve de ponctualité | | |  |  |  |  |  |  |  | |  |  | |  |  |  |  |  |  |
|  | Communiquer de façon professionnelle | | |  |  |  |  |  |  | |  | |  |  |  |  |  |  |
|  | Se présenter et avoir une tenue adaptée au milieu professionnel | | |  |  |  |  |  |  | |  | |  |  |  |  |  |  |
|  | Faire preuve de curiosité professionnelle | | |  |  |  |  |  |  | |  | |  |  |  |  |  |  |
|  | Faire preuve de discrétion, de respect du secret professionnel | | |  |  |  |  |  |  | |  | |  |  |  |  |  |  |
|  | Effectuer son travail en respectant les consignes | | |  |  |  |  |  |  | |  | |  |  |  |  |  |  |
|  | Faire preuve de motivation et s’impliquer dans son travail | | |  |  |  |  |  |  | |  | |  |  |  |  |  |  |
|  | Faire preuve de dynamisme, de participation active, prendre des initiatives | | |  |  |  |  |  |  | |  | |  |  |  |  |  |  |
|  | Résoudre des problèmes, faire face aux imprévus | | |  |  |  |  |  |  | |  | |  |  |  |  |  |  |
|  | S’intégrer au sein de l’équipe | | |  |  |  |  |  |  | |  | |  |  |  |  |  |  |
|  | Tenir compte des remarques formulées pour progresser | | |  |  |  |  |  |  | |  | |  |  |  |  |  |  |
|  | Garder la maîtrise de soi | | |  |  |  |  |  |  | |  | |  |  |  |  |  |  |
| \*MI : maîtrise insuffisante | | \*MF : maîtrise fragile | \*MS : maîtrise satisfaisante | | | \*TBM : très bonne maîtrise | | | | | \*NE : non évaluable | | |  |  |  |  |  |  |  |

**Annexe 6 : Le bilan PFMP de 1ère**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | PFMP 3  Dates : | PFMP 4  Dates : |
| Entreprise d’accueil |  |  |
| Nom du tuteur |  |  |
| Fonction du tuteur |  |  |
| Nombre de retard  Date/Raison |  |  |
| Nombre de jours d’absence |  |  |
| Dates de récupération |  |  |
| Appréciations générales   * Points forts * Points à faire progresser / conseils |  |  |
| Date de l’évaluation |  |  |
| Signature du tuteur  + cachet |  |  |
| Nom et signature de l’enseignant visite n°1 |  |  |
| Nom et signature de l’enseignant visite n°2 |  |  |

**Annexe 7 : Le bilan PFMP de Terminale**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | PFMP 5  Dates : | PFMP 6  Dates : |
| Entreprise d’accueil |  |  |
| Nom du tuteur |  |  |
| Fonction du tuteur |  |  |
| Nombre de retard  Date/Raison |  |  |
| Nombre de jours d’absence |  |  |
| Dates de récupération |  |  |
| Appréciations générales   * Points forts * Points à faire progresser / conseils |  |  |
| Date de l’évaluation |  |  |
| Signature du tuteur  + cachet |  |  |
| Nom et signature de l’enseignant visite n°1 |  |  |
| Nom et signature de l’enseignant visite n°2 |  |  |

**Annexe 8 : Attestation de présence en PFMP de 1ère**

#### **Attestation de présence en PFMP**

**Identification de l’élève :**

Nom : Prénom :

Adresse :

Code postal : Ville :

**PFMP3 :** du au

**Identification de l’entreprise :**

Nom : Raison sociale :

Adresse :

Code postal : Ville : Tél :

Nom et fonction du tuteur :

Absences éventuelles et justification :

Avenant du au

A…………………., le

Cachet de l’entreprise : Signature du tuteur :

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**PFMP4 :** du au

**Identification de l’entreprise :**

Nom : Raison sociale :

Adresse :

Code postal : Ville :

Nom et fonction du tuteur :

Absences éventuelles et justification :

Avenant du au

A…………………., le

Cachet de l’entreprise : Signature du tuteur :

**Annexe 9 : Attestation de présence en PFMP de Tle**

#### **Attestation de présence en PFMP**

**Identification de l’élève :**

Nom : Prénom :

Adresse :

Code postal : Ville :

**PFMP3 :** du au

**Identification de l’entreprise :**

Nom : Raison sociale :

Adresse :

Code postal : Ville : Tél :

Nom et fonction du tuteur :

Absences éventuelles et justification :

Avenant du au

A…………………., le

Cachet de l’entreprise : Signature du tuteur :

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**PFMP4 :** du au

**Identification de l’entreprise :**

Nom : Raison sociale :

Adresse :

Code postal : Ville :

Nom et fonction du tuteur :

Absences éventuelles et justification :

Avenant du au

A…………………., le

Cachet de l’entreprise : Signature du tuteur :

Les travaux à réaliser lors des PFMP :

**En classe de 1ère chaque PFMP donne lieu à deux retours d’activité : en lien avec le bloc 1 et ou le bloc 2 (une activité peut couvrir les 2 blocs en même temps).**

**En classe de terminale chaque PFMP donne lieu à un retour d’activité : en lien avec le bloc 1 et/ou le bloc 2 (l’activité peut couvrir les 2 blocs en même temps).**

En fonction des activités réalisées en PFMP, l’élève réalise au moins deux retours d’activité par PFMP.

Ces travaux sont **présentés de manière numérique** sous la forme de fiches, de diaporama, de vidéo ou de reportage photos… Ils viendront alimenter le Portefolio et seront pris en compte dans la validation des compétences.

Ils pourront donner lieu à une présentation orale (lors de la PFMP ou en EPLE).

**Annexe 6** : Retour d’activité **(minimum attendu)**

1. L’organisation

* Identification
* Ses principales activités
* Structure

1. Ma place et mon rôle dans l’organisation
   * Service
   * Missions confiées
2. Situation de travail
   * Contexte
   * Problématique / objet de travail
   * Acteurs internes et acteurs externes concernés
3. Démarches et activités conduites
4. Outils et supports mobilisés
5. Obstacles et/ou complexité rencontrés
6. Résultat(s) obtenu(s)

Les difficultés rencontrées lors de la réalisation de cette activité

Auto-évaluez-vous : Ce que vous avez bien réussi, ce que vous avez moins réussi.

Que devez-vous faire pour vous améliorer la prochaine fois ?

1. Compétences développées

**🡪Le tout illustré par des documents, captures d’écran, photos****…**

**Annexe 10** : Suivi des travaux (à compléter lors de la visite N°2)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **PFMP** | **Activité professionnelle** | |
| **3**  **Lieu** | Thème :  Bloc :  Description : | Thème :  Bloc :  Description : |
| **4**  **Lieu** | Thème :  Bloc :  Description : | Thème :  Bloc :  Description : |

**Annexe 11**: Suivi des travaux (à compléter lors de la visite N°2)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **PFMP** | **Activité professionnelle** | |
| **5**  **Lieu** | Thème :  Bloc :  Description : | |
| 2 Actions de FDRC proposées : | L’action retenue : |
| **6**  **Lieu** | Thème :  Bloc :  Description : | |
|  | Action de FDRC réalisée : | |

|  |
| --- |
| Les épreuves certificatives du Bac Métiers du commerce et de la vente  Un bloc de compétence = une épreuve |
| Source Ac-Lyon  **En PFMP 5 et 6 :** en Classe de terminale : mise en place d’une action de fidélisation  Cône de signalisation avec un remplissage uniLes PFMP 5 et 6 sont réalisées au même endroit    Pellicule avec un remplissage uni https://www.youtube.com/watch?v=jHqhVLAi1vA  Aide à la réussite de l’épreuve E33     |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | | Supports possibles de présentation | | | | | * Diaporama * Genially | * Vidéo * Cartes mentales | | * Canva * Padlet… | | Flèche : courbe légère contour**Proposition de plan épreuve E33 situation 1** | | | | | **Présentation du contexte** | | | | | Présentation de l’entreprise (cf fiche signalétique livret de 2de) et de son environnement. | | | | | **Diagnostic** | | | | | Présentation et analyse des actions de FDRC mises en place par l’entreprise (Forces/Faiblesses)  Mise en avant de ce que font les concurrents en matière de FDRC | | | | | **Proposition de deux actions de FDRC répondant aux besoins de l’entreprise** Utilisation de la méthode QQOQCCP | | | | | **Action N°1** | | **Action N°2** | | | Quoi, Qui, Où, Quand, Comment, Combien, Pourquoi | | Quoi, Qui, Où, Quand, Comment, Combien, Pourquoi | |   **Choix d’une des deux actions par le jury (enseignant +tuteur) : remise d’une feuille de route**     |  | | --- | | Flèche : courbe légère contourProposition de plan épreuve E33 situation 2 | | **Présentation de l’action de FDRC retenue** | | Objectifs/Cible/Budget  Lien avec le contexte | | **Préparation de l’action de FDRC** | | Planification/Moyens/Contraintes | | Mise en place | | Description de la mise en place  Mise en avant de votre rôle  Opportunité de proposition de vente à rebond | | Bilan et analyse de l’action de FDRC | | Bilan quantitatif et qualitatif  Actualisation du SIC  Comparaison objectifs et réalisations  Remontées des avis clients  Améliorations possibles  Difficultés rencontrées  Compétences développées |   Une image contenant texte  Description générée automatiquement  Ressource complémentaire : Lien Génially : <https://view.genial.ly/60f92bb9eeb9f50de79f5d77/presentation-presentation-epreuve-e33> |

|  |  |
| --- | --- |
| **Baccalauréat professionnel Métiers du commerce et de la vente** | |
| **Épreuve E3 : Pratique professionnelle**  Coefficient : 3 | |
| **Groupe de compétences 1 :**  **CONSEILLER ET VENDRE** | |
| **GRILLE D’ÉVALUATION SOUS ÉPREUVE :**  **VENTE-CONSEIL E31 (CCF)** | |
| **Session :**  **Date de l’épreuve :** | **Établissement :** |
| Nom et prénom du (de la) candidat(e) : ……………………………………………………..…………………………………  Numéro du (de la) candidat(e) : ………………………………………….………………………………………….…………….. | |
| **Composition de la commission d’évaluation :**  Mme / M. : ………………………………..…………..…professeur(e) d’économie gestion du (de la) candidat(e)  Mme / M.  : ………………………………………….…professionnel (le) du secteur du commerce et de la vente  Fonction..……………………………..………………Entreprise :  …………………………….………………….……………………  Mme/ M.  : …………………………………..…………professeur(e) d’économie gestion du (de la) candidat(e) | |

**DEGRÉS DE Maîtrise DES COMPÉTENCES ÉVALUÉES**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **1** | **2** | **3** | **4** |
| Ne collecte pas les informations issues du marché, de l’entreprise et de ses produits | Collecte des informations partielles et/ou imprécises | Collecte, hiérarchise et sélectionne correctement les informations | Collecte, hiérarchise, sélectionne correctement les informations et les exploite de façon pertinente |
| Ne questionne pas et n’est pas à l’écoute des besoins du client | Réalise un questionnement imprecis et pratique une écoute superficielle | Procède à un questionnement permettant de cerner les principaux besoins et attentes. Écoute le client et reformule les principaux apports du questionnement | Réalise un questionnement de nature à identifier l’ensemble des besoins et attentes du client en appliquant les principes de l’écoute active (empathie, reformulation, assertivité) |
| Ne propose pas d’offre de produits et/ou services | Propose une offre de produits et/ou de services peu adaptée qui répond partiellement aux attentes du client | Propose une offre de produits et/ou de services qui répond aux principaux besoins et attentes du client | Propose une offre de produits et/ou de services répondant aux principaux besoins et attentes du client et s’assure de son adhésion |
| Ne réalise pas d’argumentation | Réalise une argumentation peu cohérente | Réalise une argumentation adaptée | Réalise une argumentation adaptée dont l’efficacité est renforcée par une communication verbale et non-verbale convaincantes |
| Ne met pas en place des modalités de règlement, ni de livraison | Met approximativement en place des modalités de règlement et de livraison | Met correctement en place des modalités de règlement et de livraison | Met correctement en place des modalités de règlement et de livraison et se montre capable d’orienter le client vers le choix qui concilie au mieux ses intérêts et ceux de l’entreprise |
| S’exprime avec difficulté en n’ adaptant pas sa communication non verbale | S’exprime avec des approximations concernant la clarté de ses propos et sa communication non verbale | S’exprime clairement et met en œuvre une communication non verbale adaptée | S’exprime clairement et met en oeuvre un vocabulaire et une communication non verbale professionnels et adaptés au contexte de la vente |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Compétences** | **Critères et indicateurs d’évaluation** | **PROFIL** | | | |
| **1** | **2** | **3** | **4** |
| **ASSURER LA VEILLE COMMERCIALE** | * **Qualité, maîtrise et utilisation pertinente des informations relevées et sélectionnées sur le marché, l’entreprise et ses produits** * (Fiabilité, récence, utilité des informations collectées, hiérarchisées) |  |  |  |  |
| **RÉALISER LA VENTE DANS UN CADRE OMNICANAL** | **Qualité du questionnement, de l’écoute et de la reformulation des besoins du client**  (Justesse et pertinence du questionnement et de la reformulation des besoins en faisant preuve d’écoute active)  **Proposition d’une offre de produits et/ou de services adaptée et cohérente**  (Analyse pertinente des attentes et proposition d’une solution adéquate ou conforme aux attentes du client)  **Mise en œuvre d’une argumentation convaincante et efficace**  (Maîtrise et adaptation de l’argumentaire aux attentes du client) |  |  |  |  |
| **ASSURER L’EXÉCUTION DE LA VENTE** | * **Mise en place des modalités de règlement et de livraison conformes aux engagements pris vis-à-vis du client, aux intérêts de l’entreprise ainsi qu’à la législation et à la règlementation en vigueur**   (Pertinence des modes de règlement et de livraison dans le respect de la stratégie commerciale et en adéquation avec la législation et la réglementation) |  |  |  |  |
| **COMMUNICATION** | * **Adaptation de la communication verbale et non verbale au contexte de la vente**   (Adéquation pertinente des réponses et du paralangage au contexte de la vente) |  |  |  |  |

1 : Novice 2 : Débrouillé 3 : Averti 4 : Expert (les croix doivent être positionnées au milieu des colonnes)

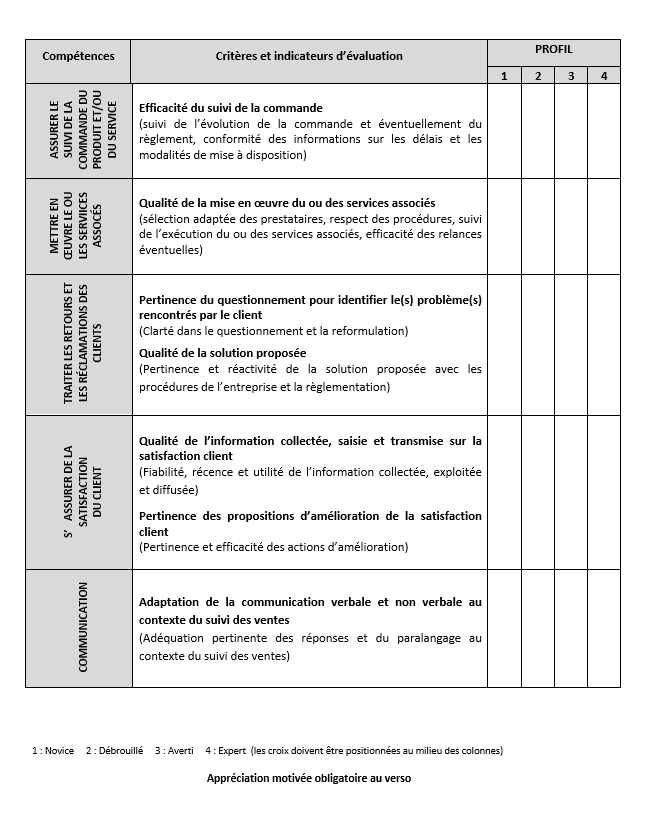
**Appréciation motivée obligatoire au verso**

|  |
| --- |
| **Observations, commentaires** (justification de la note) :  **Note proposée pour le candidat :**  **…./20\***  \*Note arrondie au demi-point supérieur |
| Nom et signature des membres de la commission d’évaluation : |

|  |  |
| --- | --- |
| **Baccalauréat professionnel Métiers du commerce et de la vente** | |
| **Épreuve E3 : Pratique professionnelle**  Coefficient 2 | |
| **Groupe de compétences 2 :**  **SUIVRE LES VENTES** | |
| **GRILLE D’ÉVALUATION SOUS ÉPREUVE :**  **SUIVI DES VENTES : E32 (CCF)** | |
| **Session :**  **Date de l’épreuve :** | **Établissement :** |
| Nom et prénom du (de la) candidat(e) : ……………………………………………………..…………………………………  Numéro du (de la) candidat(e) : ………………………………………….………………………………………….…………….. | |
| **Composition de la commission d’évaluation :**  Mme / M. : ………………………………..…………..…professeur(e) d’économie gestion du (de la) candidat(e)  Mme / M.  : …………………………………………….…professionnel (le) du secteur du commerce et de la vente  Fonction..……………………………..………………Entreprise :  …………………………….………………….………………………  Mme/ M.  : ……………………………………..…………professeur(e) d’économie gestion du (de la) candidat(e) | |

**DEGRÉS DE MAîTRISE DES COMPÉTENCES ÉVALUÉES**





|  |
| --- |
| **Observations, commentaires** (justification de la note) :  **Note proposée pour le candidat :**  **…./20\***  \*Note arrondie au demi-point supérieur |
| Nom et signature des membres de la commission d’évaluation : |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Baccalauréat professionnel Métiers du commerce et de la vente | | |
| Sous-épreuve E33: Fidélisation de la clientèle et développement de la relation client  Épreuve orale en CCF - Coefficient 3 | | |
| GRILLE D’ÉVALUATION | | |
| Situation d’évaluation n°1  Phase préparatoire à la mise en œuvre d’une action de FDRC | ***Durée 20 minutes***  ***10 minutes de présentation***  ***10 minutes d’entretien*** | |
| Session :  Date de l’épreuve : | | **Établissement :** |
| Nom et prénom du (de la)candidat(e) : …………………………………….……………………………………………….………  Numéro du (de la) candidat(e) : …………………………………………..…………………………………………………………… | | |
| Composition de la commission d’interrogation :  M / Mme …………………………………………………….professeur(e) d’économie gestion du (de la) candidat  M / Mme …………………………………………………… professionnel(le) du secteur du commerce et de la vente  Fonction ……………………...…………Entreprise …………………………………………………………………………………………  M / Mme ……………………………………………………….professeur(e) d’économie gestion du (de la) candidat | | |
| Le dossier d’évaluation de la « phase préparatoire » comprend :   * Les degrés de maîtrise pour déterminer le profil du candidat * La grille des critères et indicateurs d’évaluation * La fiche de commentaires objectivés | | |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **1. Novice** | **2. Débrouillé** | **3. Averti** | **4. Expert** |
| Ne mobilise pas les sources d’information nécessaires pour recueillir et remonter des données | Mobilise des sources d’information permettant de recueillir et de remonter des données partielles | Mobilise des sources internes et externes significatives permettant de recueillir et de remonter des données quantitatives et qualitatives exploitables | Mobilise des sources internes et externes significatives permettant de recueillir et de remonter des données quantitatives et qualitatives utiles dans le cadre de la FDRC |
| Ne traite pas les sollicitations clients | Traite partiellement les sollicitations clients | Traite correctement les sollicitations clients et en explicite sa contribution | Traite judicieusement les sollicitations clients, en explicite sa contribution et la justifie |
| Ne propose pas d’actions de FDRC | Propose des actions peu adaptées au contexte | Propose deux actions dont l’une est pertinente au regard du contexte et de la stratégie commerciale | Propose deux actions pertinentes au regard du contexte et de la stratégie commerciale |
| Communique avec difficulté et ne présente pas de support numérique | Ne communique pas clairement  Utilise un support numérique peu adapté | Communique clairement, utilise un support numérique adapté | Réalise une communication structurée et professionnelle en utlisant un support numérique attractif |

**Degrés de maîtrise des compétences pour déterminer le profil du candidat lors de**

**« La phase préparatoire à la mise en œuvre d’une action de FDRC»**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **TRAITER ET EXPLOITER L’INFORMATION OU LE CONTACT CLIENT** | **Critères et indicateurs d’évaluation** | **PROFIL** | | | |
| **1** | **2** | **2** | **4** |
| **Pertinence du choix des sources d’information, des données recueillies et remontées**  (Clarté des informations collectées, mobilisation des données internes (SIC) et externes, fiabilité, récence, utilité des sources sélectionnées)  **Qualité du traitement des sollicitations clients**  (Capacité à expliciter sa contribution à la FDRC dans les actions du quotidien, appréciation de l’efficacité de sa pratique)  **Pertinence des actions proposées**  (Faisabilité des 2 actions de FDRC proposées, cohérence avec le contexte et la stratégie commerciale de l’entreprise)  **Qualité de la communication orale et écrite :**  **(**Qualité de l’écoute active, de l’argumentation et du vocabulaire professionnel, attractivité du support numérique et structuration de la présentation) |  |  |  |  |

**1 : Novice 2 : Débrouillé 3 : Averti 4 : Expert (les croix doivent être positionnées au milieu des colonnes)**

**Appréciation motivée obligatoire au verso**

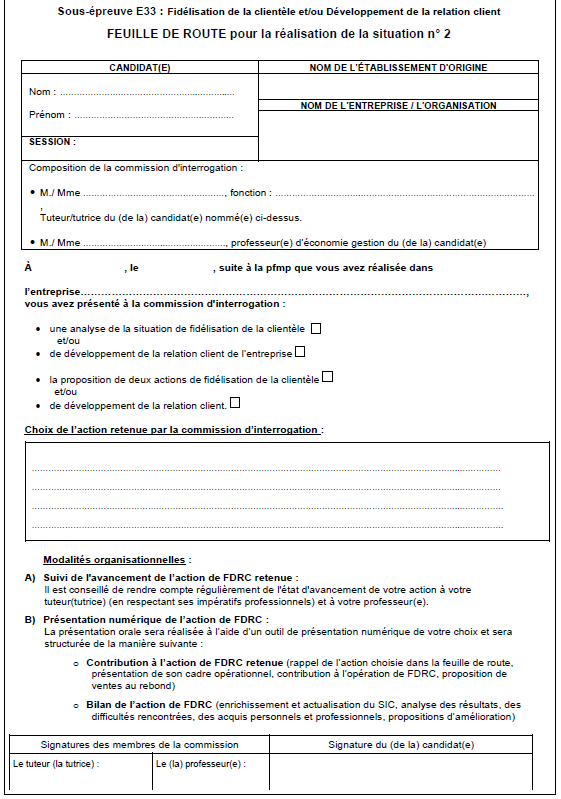
|  |
| --- |
| Baccalauréat professionnel Métiers du commerce et de la vente |

**Sous-épreuve E33 : Fidélisation de la clientèle et Développement de la Relation Client**

**Situation n°1 : phase préparatoire à la mise en œuvre d’une action de FDRC**

|  |
| --- |
| **Commentaires objectivés :**  **Professionnalité du candidat dans sa capacité à :**   * **Traiter et exploiter l’information ou le contact client.** |
| **Appréciation globale :** |

|  |  |
| --- | --- |
| **Nom et signature des membres de la commission d’interrogation :** | **Note :**  **/ 20** |



Remettre un exemplaire à l’élève et au tuteur

|  |  |
| --- | --- |
| Baccalauréat professionnel Métiers du commerce et de la vente | |
| Sous-épreuve E33 : Fidélisation de la clientèle et développement de la relation client  Épreuve orale en CCF - Coefficient 3 | |
| GRILLE D’ÉVALUATION | |
| Situation d’évaluation n°2  Phase de présentation de la mise en œuvre de l’action de FDRC retenue | ***Durée 20 minutes***  ***10 minutes de présentation***  ***10 minutes d’entretien*** |
| Session :  Date de l’épreuve : | **Établissement :** |
| Nom et prénom du (de la) candidat(e) : ……………………………………………………………………………………………  Numéro du (de la) candidat(e) : ……………………………………………………………………………………………………… | |
| Composition de la commission d’interrogation :  M / Mme ……………………………………………………professeur(e) d’économie gestion du (de la) candidat(e)  M / Mme ………………………………………………… professionnel(le) du secteur du commerce et de la vente  Fonction ……………………...…………Entreprise …………………………………………………………………………………………  M / Mme ……………………………………………………professeur(e) d’économie gestion du (de la) candidat(e) | |
| Le dossier d’évaluation de la « phase de mise en œuvre » comprend :   * Les degrés de maîtrise pour déterminer le profil du candidat * La grille des critères et indicateurs d’évaluation * La fiche de commentaires objectivés | |

**Degrés de maîtrise des compétences pour déterminer le profil du candidat lors de la**

**« Phase de mise en œuvre »**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **1. Novice** | **2. Débrouillé** | **3. Averti** | **4. Expert** |
| Ne sélectionne pas d’outils de FDRC | Sélectionne des outils de FDRC en cohérence partielle avec le contexte | Sélectionne des outils de FDRC cohérents avec le contexte et le profil client | Sélectionne des outils de FDRC cohérents avec le contexte et le profil client en analysant leur complémentarité |
| N’évoque pas sa contribution à l’action | Décrit superficiellement sa contribution à l’action | Décrit correctement sa contribution à l’action | Analyse sa contribution en explicitant son implication dans le processus |
| Ne cherche pas à repérer les opportunités commerciales de ventes au rebond | Perçoit partiellement les opportunités commerciales de ventes au rebond | Repère les principales opportunités commerciales de ventes au rebond | Repère et provoque les opportunités commerciales de ventes au rebond |
| N’enrichit pas le SIC | Préconise un enrichissement sommaire du SIC | Préconise ou réalise un enrichissement adapté du SIC | Préconise ou réalise un enrichissement adapté et continu du SIC tout au long de l’action de FDRC |
| Ne présente ni bilan des acquis ni bilan commercial | Présente un bilan partiel des acquis et des résultats de l’action de FDRC | Présente un bilan adapté des acquis et des résultats de l’action de FDRC | Présente une analyse des acquis et des résultats de l’action de FDRC en utilisant des indicateurs pertinents |
| Ne préconise pas d’améliorations au regard du bilan de l’action de FDRC | Préconise des améliorations inadaptées au regard du bilan de l’action de FDRC | Préconise des améliorations adaptées au regard du bilan de l’action de FDRC | Préconise des améliorations pertinentes au regard du bilan de l’action de FDRC et de l’orientation commerciale de l’entreprise |
| Communique avec difficulté et ne présente pas de support numérique | Ne communique pas clairement  Utilise un support numérique peu adapté | Communique clairement, utilise un support numérique adapté | Réalise une communication structurée et professionnelle en utilisant un support numérique attractif |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **CONTRIBUER À DES ACTIONS DE FIDÉLISATION ET DE DÉVELOPPEMENT DE LA RELATION CLIENT** | **Critères et indicateurs d’évaluation** | **PROFIL** | | | |
| **1** | **2** | **2** | **4** |
| * **Cohérence du choix des outils de fidélisation de la clientèle et/ou de développement de la relation client avec le contexte** * (Choix et mobilisation d’outils de fidélisation et/ou de développement de la relation client, y compris digitaux, en adéquation avec le contexte et le profil client) * **Qualité de la contribution à l’opération de FDRC** * (Description et compréhension de la finalité du processus, participation à l’organisation de l’évènement et/ou de l’opération)   **Opportunité de la proposition de ventes au rebond**  (Repérage de situations commerciales favorables induites par l’évènement ou l’opération en face à face ou à distance) |  |  |  |  |
| **ÉVALUER LES ACTIONS DE FIDÉLISATION ET DE DÉVELOPPEMENT DE LA RELATION CLIENT** | **Justesse de l’enrichissement et de l’actualisation du SIC**  (Transmission des données collectées au bon interlocuteur, pertinence de l’actualisation et de l’enrichissement des fichiers)  **Pertinence de l’analyse des résultats**  (Analyse des performances commerciales : indicateurs quantitatifs et qualitatifs, analyse des difficultés rencontrées et surmontées, analyse des acquis)  **Intérêt des propositions d’amélioration**  (Adéquation des préconisations de remédiation avec le bilan de l’action de FDRC et l’orientation commerciale de l’entreprise)  **Qualité de la communication orale et écrite :**  **(**Qualité de l’écoute active, de l’argumentation et du vocabulaire professionnel, attractivité du support numérique et structuration de la présentation) |  |  |  |  |

1 Novice 2 : Débrouillé 3 : Averti 4 : Expert (les croix doivent être positionnées au milieu des colonnes)

**Appréciation motivée obligatoire au verso**

|  |
| --- |
| Baccalauréat professionnel Métiers du commerce et de la vente |

**Sous-épreuve E33. Fidélisation de la clientèle et Développement de la Relation Client**

**Situation d’évaluation n°2 : Phase de présentation de la mise en œuvre de l’action de FDRC retenue**

|  |
| --- |
| **Commentaires objectivés**  **Professionnalité du candidat dans sa capacité à :**   * **Contribuer à des actions de fidélisation et de développement de la relation client** * **Évaluer les actions de fidélisation et de développement de la relation client** |
| **Appréciation globale** |

|  |  |
| --- | --- |
| **Nom et signature des membres de la commission d’interrogation** | **Note :**  **/ 20** |