



BEP MRCU

EP2 – Pratique de l'accueil, de l'information et de la vente

EPREUVE PONCTUELLE

Information à l'attention des centres d'examen et des commissions d'interrogation

Consignes aux commissions d'interrogation

Compléments d'information académiques indispensables au bon déroulement de l'épreuve EP2

Modalité d'organisation de l'EP2

- La commission d'interrogation se compose de deux professeurs de spécialité.
- Les deux parties se dérouleront à la suite l'une de l'autre et avec le même jury pour chacun des candidats.
- L'entretien avec la commission sur la « connaissance de l'environnement professionnel » (2^e partie du référentiel et de la grille) se déroule avant la « pratique simulée des activités d'accueil, d'information et de vente » (1^{ère} partie du référentiel et de la grille). L'objectif est de fournir un contexte d'interrogation au jury.
 - ↳ **Début de l'entretien : Partie « Connaissance de l'environnement professionnel »**
Dans un premier temps, le candidat présente au jury une organisation (dans laquelle il a réalisé un stage ou signé un contrat de travail), ainsi que les caractéristiques de son environnement professionnel, économique et juridique.
Dans un second temps, la commission procède à un questionnement permettant d'approfondir la présentation effectuée par le candidat.
 - ↳ **A l'issue de cette première interrogation, le jury invite le candidat à sortir quelques minutes afin de préparer le contexte des 2 simulations à venir.**
 Dans la mesure du possible, celles-ci s'appuient sur les documents fournis par le candidat, (fiches produit, catalogues...).
 - ↳ **Suite de l'entretien : Partie « Pratique simulée des activités d'accueil, d'information et de vente »**
 2 simulations, en lien avec l'organisation présentée par le candidat, sont alors réalisées. La première a trait à l'activité d'accueil et d'information, la seconde à l'activité de vente. L'un des membres de la commission d'évaluation tiendra le rôle du client ou de l'utilisateur.

Il s'agit non pas de poser une série de questions mais de créer des situations d'accueil et de vente simulées qui permettront au jury d'évaluer le candidat sur les items de la grille d'examen.

L'interrogateur qui joue le rôle du client ou de l'utilisateur amènera par exemple le candidat à rechercher une information, remettre une documentation, veiller au confort du client ou de l'utilisateur, conseiller sur un choix ou un prix, argumenter pour tenter de convaincre, respecter des consignes professionnelles...

↳ Si le candidat a effectué ses **périodes de formation en milieu professionnel en vente** de biens ou services : créer des sketches en s'appuyant sur les produits qu'il a été amené à vendre.

↳ Si le candidat a effectué sa **période auprès d'utilisateurs** : se référer à ce contexte et adapter la grille d'examen, phase 2 « Vente », comme suit : (pas d'adaptation nécessaire pour la phase 1 « Accueil et information »)

Phase 2 GRILLE MRCU : Vente	⇒ Interprétation profil ARCU (entretien de conseils argumentés niveau V)
- Comportement professionnel	- Comportement professionnel
○ Préparation de l'entretien (connaissance de l'offre, de la clientèle, du produit ou du service...)	○ Préparation de l'entretien (<u>connaissance de l'offre de service, des utilisateurs...</u>)
○ Recherche méthodique des besoins du client, de l'utilisateur	○ Recherche méthodique des <u>besoins de l'utilisateur</u>
○ Posture professionnelle adaptée	○ Posture professionnelle adaptée
- Cohérence et pertinence des réponses apportées lors de l'entretien de vente	- Cohérence et pertinence des réponses apportées lors de l'entretien de conseil
○ Présentation du produit, du service	○ <u>Présentation du service</u>
○ Réponses aux questions et objections courantes	○ Réponses aux questions et objections courantes
○ Conclusion de l'entretien de vente (vente additionnelle, encaissement, prise de congé, recherche de l'accord du client)	○ Conclusion de <u>l'entretien de conseil</u> (prise de congé, recherche de la <u>satisfaction de l'utilisateur</u>)
- Qualité de l'argumentation et de l'écoute	- Qualité de l'argumentation et de l'écoute
○ Écoute active du client, de l'utilisateur	○ <u>Écoute active de l'utilisateur</u>
○ Argumentation et conseil (démonstration, traitement des objections)	○ Argumentation et conseil (<u>explications adéquates, justifications</u> , traitement des objections <u>ou des questionnements</u>)
- Qualité de l'expression et conformité aux règles et usages professionnels	- Qualité de l'expression et conformité aux règles et usages professionnels
○ Utilisation d'un vocabulaire adapté tout au long de l'entretien	○ Utilisation d'un vocabulaire adapté tout au long de l'entretien

Evaluation, positionnement indicatif : Attention il doit être proportionné au niveau V

■ TS : Très satisfaisant, acquis

↳ prestation très satisfaisante sans guidage ni aide de la commission d'interrogation

■ S : Satisfaisant, acquis en partie

↳ prestation satisfaisante sans guidage ni aides de la commission d'interrogation

↳ ou prestation très satisfaisante avec un guidage et des aides substantiels de la commission d'interrogation

■ I : Insuffisant, acquis fragiles

↳ prestation insuffisante sans guidage ni aides de la commission d'interrogation,

↳ ou prestation satisfaisante avec un guidage et des aides substantiels de la commission d'interrogation

■ TI : Très insuffisant, non acquis

↳ prestation insuffisante malgré le guidage et les aides substantiels fournis par la commission d'interrogation.

Notation sur 20, aide au positionnement

TI : [0 à 5]	I : [5 à 10]	S : [10 à 15]	TS : [15 à 20]
--------------	--------------	---------------	----------------

Notation sur un autre barème : adapter proportionnellement le positionnement ci-dessus.

Référentiel

Pour information, le référentiel du diplôme est disponible sur :

<http://ecogest.ac-grenoble.fr/index.php?tg=articles&topics=175&new=0&newc=0>

Annexe : Trame de questions pour l'entretien sur l'environnement professionnel

Domaine professionnel du commerce ou de la vente

→ Identification juridique et commerciale

- ↳ Enseigne, activité principale, forme juridique (inclus explications sommaires), forme de commerce (indépendant, associé, intégré), circuit de distribution, effectif et fonctions, méthodes de vente.

→ L'offre de produits

- ↳ Assortiment, marques principales commercialisées, gamme de prix

→ La zone de chalandise

- ↳ Présentation

→ La clientèle, la demande

- ↳ Profil (sexe, âge, PCS (ou CSP), mobiles d'achat les plus fréquents selon le SONCAS, fréquence d'achat)
- ↳ Fidélisation et développement de la clientèle (Politique et/ou actions de fidélisation, politique de communication (média, hors-média))

→ La concurrence

- ↳ Directe, indirecte, points forts, points faibles (comparé à ceux de l'entreprise du candidat)

→ Les autres atouts éventuels du point de vente sur son marché

- ↳ Existence d'une charte qualité, etc.

Domaine professionnel du service

→ Identification juridique et commerciale

- ↳ Enseigne s'il y a lieu, activité principale, secteur d'activité (marchand ou non marchand), forme juridique (en secteur marchand ; inclus explications sommaires), forme commerciale s'il y a lieu (réseau commercial franchisé ou succursaliste ou entreprise indépendante d'un groupe), effectif et fonctions, méthodes de vente.

→ L'offre de services

- ↳ Service de base (activité principale), services périphériques (facilitateurs ou liés ; différenciateurs ou complémentaires), gamme de prix (secteur marchand) ou mode de financement (secteur non marchand)

→ La zone de chalandise (secteur marchand) ou zone de compétences (non marchand)

- ↳ Présentation

→ Les clients ou usagers, la demande

- ↳ Profil (sexe, âge, PCS (ou CSP), demandes ou besoins ou mobiles SONCAS les plus fréquents, fréquence d'achat ou de visite)
- ↳ Actions de fidélisation, développement et/ou communication (Politique et/ou actions de fidélisation, politique et/ou actions de communication (média, hors-média ; publicités, livret d'accueil, brochures, etc.))

→ La concurrence (secteur marchand)

- ↳ Directe, indirecte, points forts, points faibles (comparé à ceux de l'établissement du candidat)

→ Les organismes proposant des services similaires sur la zone (secteur non marchand)

- ↳ Présentation, points forts, points faibles (comparé à ceux de l'établissement du candidat)

→ Les autres atouts éventuels de l'établissement (sur son marché ou secteur d'activité)

- ↳ Existence d'une charte qualité, d'une charte d'accueil, de normes ou de labels, etc.

Ces points d'analyse correspondent à ceux de la notice mise en ligne sur le site de l'académie de Grenoble en avril 2017 et transmise depuis aux candidats par la Division des Examens et Concours.