

## Dossier E33



### 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

Compétence : « Traiter et exploiter l'information ou le contact client »

Présentation de cette sous-épreuve en



Par Marjolaine Jaubert

PFMP du .../.../..... au .../.../.....  
Suivi par .....

## Table des matières

<b>Partie 1 : Fiche Signalétique de l'entreprise .....</b>	<b>3</b>
.....	3
<b>IDENTIFICATION DE L'ORGANISATION .....</b>	<b>3</b>
<b>ENVIRONNEMENT JURIDIQUE ET ECONOMIQUE DE L'ORGANISATION.....</b>	<b>3</b>
A) Environnement juridique .....	3
B) Politique commerciale de l'organisation.....	3
<b>LES OUTILS NUMERIQUES UTILISÉS .....</b>	<b>4</b>
C) Aménagement du point de vente.....	4
<b>Partie 2 : ÉTUDE DE MARCHÉ.....</b>	<b>5</b>
Le marché .....	5
La concurrence .....	5
Le circuit de distribution .....	5
Les consommateurs .....	6
Perspectives du marché .....	6
<b>Partie 3 : ÉTUDE DES OUTILS DE FDRC DU POINT DE VENTE .....</b>	<b>7</b>
Les concurrents .....	7
Segmentation de la clientèle de mon point de vente : .....	7
Politique de fidélisation en fonction des catégories de clients : .....	7
Moyens et outils de fidélisation et de développement de la relation client présents dans mon entreprise : .....	8
Ma contribution à la fidélisation et au développement de la relation client en PFMP .....	8
Moyens et outils de fidélisation et de développement de la relation client non mis en place dans l'entreprise : .....	9
<b>Proposition de deux actions de fidélisation et/ou développement de la relation client .....</b>	<b>9</b>
<b>Sources des informations présentées dans le rapport : .....</b>	<b>10</b>
<b>Annexe 1 : Grille d'évaluation de la situation 1 .....</b>	<b>11</b>
<b>Degrés de maîtrise des compétences pour déterminer le profil du candidat et TRADUCTION ELEVE .....</b>	<b>12</b>



**Explications Audio**

### IDENTIFICATION DE L'ORGANISATION

Nom :	Logo :
Raison sociale :	
Adresse :	
Code postal/Ville :	
N° de téléphone :	
Courriel :	
Site internet :	<input type="checkbox"/> marchand <input type="checkbox"/> non-marchand
Réseaux sociaux de l'entreprise :	
Intranet :	
Effectif total :	
Activité principale :	
Activité(s) secondaire(s) :	
Différents rayons/secteurs :	
Nom des différents de chaque rayon : faire un organigramme en annexe 1	
Nom du dirigeant :	

### ENVIRONNEMENT JURIDIQUE ET ECONOMIQUE DE L'ORGANISATION

#### A) Environnement juridique

Type d'organisation : <input type="checkbox"/> publique <input type="checkbox"/> privée
Forme juridique : <input type="checkbox"/> SA <input type="checkbox"/> SARL <input type="checkbox"/> SAS <input type="checkbox"/> EURL <input type="checkbox"/> Autre : .....

#### B) Politique commerciale de l'organisation

Niveau de gamme des produits :
Stratégie de prix :
Outils de communication :

## LES OUTILS NUMERIQUES UTILISÉS

Outils	Présents dans l'organisation	Utilisés en PFMP (Donnez un exemple d'utilisation réalisée)
Solution CRM	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Chatbot	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Application mobile	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Instagram	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Facebook	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Site web	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Flash Code	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Borne/Automate	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ordinateur	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Smartphone	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tablette	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Carte de fidélité	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Forum	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Autre : à préciser	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### C) Aménagement du point de vente

Surface de vente en m2 :

Surface des réserves en m2 :

Description des facteurs d'ambiance :

## Partie 2 : ÉTUDE DE MARCHÉ

### Le marché

Segment étudié :

CA en volume et en valeur :



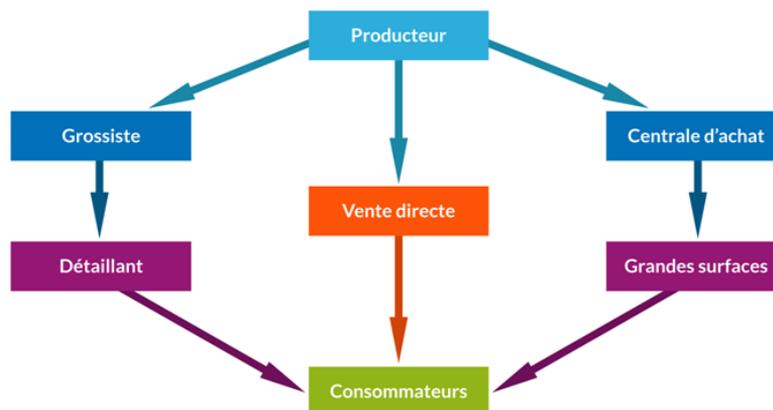
**Explications Audio**

### La concurrence

Identifiez 3 concurrents directs et indirects sur le marché :

Concurrents directs	Concurrents indirects

### Le circuit de distribution



Circuit direct

Circuit court

Circuit long

Vente à distance

Vente en magasin

Vente à distance et en magasin

## Les consommateurs

Profil des consommateurs :

<b>Age</b>	
<b>Sexe</b>	
<b>Type de produits consommés</b>	
<b>Panier moyen/budget alloué</b>	
<b>Motivations d'achat</b>	
<b>Freins à l'achat</b>	
<b>Lieu d'achat</b>	
<b>Les influenceurs</b>	

### Perspectives du marché

⇒ **Opportunités** : *tendances et développement dans la société, changements dans le comportement des consommateurs, progrès techniques, pouvoir d'achat des consommateurs...*

⇒ **Menaces** : *changements légaux au détriment de l'entreprise, entrée de nouveaux concurrents sur le marché, concurrents moins chers, activité économique faible...*

## Partie 3 : ÉTUDE DES OUTILS DE FDRC DU POINT DE VENTE

### Les concurrents

Identifiez les outils de fidélisation et de développement de la relation client de l'un des concurrents directs du point de vente :



**Explications Audio**

### Segmentation de la clientèle de mon point de vente :

Types de client (Ex : Top 10, fidèles, zappeurs...)	Descriptif (âge, sexe, types de produits consommés, panier moyen, fréquence d'achat et/ou toute autre information pertinente)

### Politique de fidélisation en fonction des catégories de clients :

Catégorie(s) de clients :	Politique de fidélisation mise en place	Remarques : est-ce pertinent ? Pourrait-on proposer autre chose ? Si oui, quoi ?

**Moyens et outils de fidélisation et de développement de la relation client présents dans mon entreprise :**

**Différence entre  
fidélisation et  
développement de la**



Moyen/Outils	Utilisé pour fidéliser	Utilisé pour développer la relation client	Objectif(s)/intérêt(s) pour le point de vente	Intérêt(s) pour le client	Remarques : est-ce pertinent ? Pourrait-on proposer autre chose ? Si oui, quoi ?
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			

**Ma contribution à la fidélisation et au développement de la relation client en PFMP**

Je décris trois situations dans lesquelles j'ai contribué à fidéliser la clientèle ou à développer la relation client :

Description des situations : client, besoin, produits recherchés, mobiles et freins...	Outils de fidélisation et/ou de développement de la relation client utilisé et justification du choix de l'outil	Mes activités : qu'est-ce que j'ai fait et dit ? Est-ce que j'étais seul, en autonomie, tutoré ?	Auto-évaluation de mon travail : points à améliorer pour une prochaine situation similaire, points forts

Moyens et outils de fidélisation et de développement de la relation client non mis en place dans l'entreprise :



Explications Audio

Moyen/Outils	Pour fidéliser	Pour développer la relation client	Objectif(s)/intérêt(s) pour le point de vente	Intérêt(s) pour le client	Remarques : est-ce pertinent ? Pourrait-on le proposer ? Le mettre en place ? Si oui, pourquoi et comment ?
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			

Proposition de deux actions de fidélisation et/ou développement de la relation client

Description et justification de l'action 1	Description et justification de l'action 2

## Sources des informations présentées dans le rapport :

Explications  
Audio



Source et date	Type de source interne	Type de source externe
	<input type="checkbox"/> Fichier client <input type="checkbox"/> Tableaux de bord <input type="checkbox"/> Rapport de visite client <input type="checkbox"/> Notes/remarques rédigées par les salariés de l'entreprise <input type="checkbox"/> Remarques personnelles <input type="checkbox"/> Résultats d'une enquête interne à l'entreprise <input type="checkbox"/> Autre : .....	<input type="checkbox"/> Article de presse <input type="checkbox"/> Article de revue spécialisée <input type="checkbox"/> Etude d'un organisme privé (INC, Crédoc, Kompass...) <input type="checkbox"/> Etude d'un organisme spécialisé auprès de panel de consommateurs et de distributeurs <input type="checkbox"/> Test produit auprès d'un échantillon de consommateurs <input type="checkbox"/> Autre : .....
	<input type="checkbox"/> Fichier client <input type="checkbox"/> Tableaux de bord <input type="checkbox"/> Rapport de visite client <input type="checkbox"/> Notes/remarques rédigées par les salariés de l'entreprise <input type="checkbox"/> Remarques personnelles <input type="checkbox"/> Résultats d'une enquête interne à l'entreprise <input type="checkbox"/> Autre : .....	<input type="checkbox"/> Article de presse <input type="checkbox"/> Article de revue spécialisée <input type="checkbox"/> Etude d'un organisme privé (INC, Crédoc, Kompass...) <input type="checkbox"/> Etude d'un organisme spécialisé auprès de panel de consommateurs et de distributeurs <input type="checkbox"/> Test produit auprès d'un échantillon de consommateurs <input type="checkbox"/> Autre : .....
	<input type="checkbox"/> Fichier client <input type="checkbox"/> Tableaux de bord <input type="checkbox"/> Rapport de visite client <input type="checkbox"/> Notes/remarques rédigées par les salariés de l'entreprise <input type="checkbox"/> Remarques personnelles <input type="checkbox"/> Résultats d'une enquête interne à l'entreprise <input type="checkbox"/> Autre : .....	<input type="checkbox"/> Article de presse <input type="checkbox"/> Article de revue spécialisée <input type="checkbox"/> Etude d'un organisme privé (INC, Crédoc, Kompass...) <input type="checkbox"/> Etude d'un organisme spécialisé auprès de panel de consommateurs et de distributeurs <input type="checkbox"/> Test produit auprès d'un échantillon de consommateurs <input type="checkbox"/> Autre : .....

## Annexe 1 : Grille d'évaluation de la situation 1

### 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



**Explications  
Audio**

## Degrés de maîtrise des compétences pour déterminer le profil du candidat et TRADUCTION ELEVE

	1. Novice	2. Débrouillé	3. Averti	4. Expert	Traduction : Indicateurs d'auto-évaluation élève
Pertinence du choix des sources d'information, des données	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	<ul style="list-style-type: none"> <li>Je sais sélectionner des informations fiables, utiles et récentes concernant les clients/prospects du point de vente</li> <li>Je sais faire la différence entre une source interne et externe d'information</li> <li>Je suis capable de mesurer la satisfaction des clients (je connais les outils de mesure et sais les mettre en œuvre)</li> <li>Je sais faire remonter une information claire au bon interlocuteur</li> <li>J'identifie clairement les moyens mis en œuvre par l'entreprise pour fidéliser et/ou développer la relation client</li> </ul>
Qualité du traitement des sollicitations	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	<ul style="list-style-type: none"> <li>J'apporte des réponses adaptées aux demandes des clients (des réponses qui leur donnent satisfaction)</li> <li>Je respecte les règles de confidentialité et de déontologie (je reste discret concernant les informations personnelles de mes clients)</li> <li>Je peux expliquer mes actions et les justifier clairement</li> </ul>
Pertinence des actions proposées	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	<ul style="list-style-type: none"> <li>Je suis capable d'expliquer les actions de fidélisation mises en place par l'entreprise et de les justifier</li> <li>J'ai un regard critique sur les actions mises en place</li> <li>Je peux proposer d'autres actions pertinentes et réalistes de FDRC</li> <li>Je peux sélectionner des outils adaptés au profil du client et au canal de communication (sur site marchand, en face à face, sur un réseau social, par mail...)</li> </ul>
Qualité de la communication orale	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	<ul style="list-style-type: none"> <li>Je structure ma présentation</li> <li>Je respecte le temps imparti</li> <li>Je m'exprime dans un langage courant à soutenu</li> <li>Je parle distinctement, j'articule</li> <li>J'utilise une intonation dynamique</li> <li>Mes gestes sont fluides et discrets</li> <li>J'utilise un support numérique attractif (couleurs, photos, titres)</li> </ul>

TRAITER ET EXPLOITER L'INFORMATION OU LE CONTACT CLIENT	Critères et indicateurs d'évaluation	PROFIL			
		1	2	3	4
	<p><b>Pertinence du choix des sources d'information, des données recueillies et remontées</b> (clarté des informations collectées, mobilisation des données internes (SIC) et externes, fiabilité, récence, utilité des sources sélectionnées)</p> <p><b>Qualité du traitement des sollicitations clients</b> (Capacité à expliciter sa contribution à la FDRC dans les actions du quotidien, appréciation de l'efficacité de sa pratique)</p> <p><b>Pertinence des actions proposées</b> (faisabilité des 2 actions de FDRC proposées, cohérence avec le contexte et la stratégie commerciale de l'entreprise)</p> <p><b>Qualité de la communication orale et écrite :</b> (Qualité de l'écoute active, de l'argumentation et du vocabulaire professionnel, attractivité du support numérique et structuration de la présentation)</p>				

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 objectifs :

Professionalité 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