



Région académique
Auvergne-Rhône-Alpes

INFORMATIONS ELEVE

Nom :
Prénom :
Adresse :

Tél :
Mel :

CONTACTS UTILES :

Proviseur :

Proviseur Adjoint :

Directeur délégué à la formation
professionnelle :

Professeur référent PFMP 3 :

Professeur référent PFMP 4 :

Professeur référent PFMP 5 :

Professeur référent PFMP 6 :

Session :

NOM DU LYCEE ET COORDONNEES

BACCALAUREAT MCV

Métiers du Commerce et de la Vente



LIVRET DE SUIVI DE PFMP

INFORMATIONS GENERALES

L'équipe pédagogique du lycée professionnel vous remercie de votre précieuse collaboration grâce à laquelle notre élève pourra découvrir la réalité du monde professionnel.

Ce livret vous permettra :

- d'apprécier l'importance de la période de formation,
- de donner vos appréciations sur les attitudes professionnelles de l'élève.

Votre stagiaire peut être amené(e) à vous consulter pour l'aider dans sa démarche de collecte d'informations nécessaires à la réalisation des travaux demandés par ses enseignants.

La durée totale de formation en milieu professionnel est de 22 semaines, répartie sur les trois années de formation.

Cette période en entreprise doit permettre à l'élève :

- ☞ **de développer** ses capacités d'autonomie ;
- ☞ **d'exercer** les activités nécessaires à la mise en œuvre des compétences requises pour l'obtention du diplôme du baccalauréat professionnel Métiers de l'Accueil ;
- ☞ **de contribuer à l'acquisition de la professionnalité ;**
- ☞ **d'apprendre à travailler en situation réelle ;**
- ☞ **de découvrir l'entreprise dans ses fonctions, ses contraintes, sa structure...**
- ☞ **de s'insérer dans une équipe** dans laquelle il peut identifier la mesure de l'importance des relations humaines.

L'élève stagiaire fait connaissance avec l'entreprise sur le plan humain et professionnel. Il découvre son organisation générale, le rôle et la répartition des services.

Présentation du baccalauréat professionnel métiers du commerce et de la vente

Ce stage doit être une sensibilisation aux réalités de la vie en entreprise et une participation aux diverses tâches et activités liées à l'accueil, le conseil et la vente auprès des clients, la fidélisation et le développement de la clientèle à travers divers outils et notamment, les outils digitaux.

Pendant les trois années qui mènent vers le baccalauréat, nos objectifs de formation s'articulent autour de 4 blocs de compétences :

- Conseiller et vendre
- Suivre les ventes
- Fidéliser la clientèle et développer la relation client
- Animer et Gérer l'espace de commercial OU Prospecter et valoriser l'offre commerciale

Pour en savoir plus, flashez le QR code :



Classe de
Première et
Terminale

Bilan du tuteur sur le savoir-être les softs-skills de l'élève

SAVOIRS-ÊTRE EVALUATION*	PFMP 3				PFMP 4				PFMP 5				PFMP 6				
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
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 d'esprit critique, remettre en question, être curieux																	
Se remettre en question soi-même																	
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																	
Faire preuve d'efficacité dans son travail, prendre des initiatives																	
S'adapter aux situations et aux contextes																	
Être créatif, sortir des sentiers battus																	
Collaborer, travailler en équipe																	
Être à l'écoute et au service des clients																	
Date et appréciations :																	

1 = novice – 2 = débrouillé – 3 = averti – 4 = expert



Négociation des activités du BLOC 1 et positionnement de l'élève en vue de la sous-épreuve U31 : Vente-conseil (sous épreuve de l'E3 : Pratique professionnelle)

BLOC 1 : CONSEILLER ET VENDRE		PFMP3	Évaluation PFMP3				PFMP4	Évaluation PFMP 4			
TÂCHES	COMPETENCES		N	D	A	E		N	D	A	E
Veille informationnelle sur les produits et/ou les services et les concurrents	Assurer la veille commerciale	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
Prise de contact	Réaliser la vente dans un cadre omnicanal : prendre contact avec le client	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
Présentation de l'entreprise et /ou ses produits et/ou ses services	Assurer la veille commerciale : rechercher, hiérarchiser, exploiter et actualiser en continu les informations sur l'entreprise et son marché Présenter l'entreprise et/ou ses produits/services	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
Découverte et identification des besoins de client, des motivations/freins éventuels	Découvrir, analyser et identifier les besoins de client, ses motivations/freins éventuels Découvrir, analyser et reformuler les besoins du client	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
Conseil d'une solution adaptée : produit et/ou service + service associé	Conseiller le client en proposant une solution adaptée	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
Argumentation sur une solution (produit et/ou service et prix) et traitement des objections	Argumenter Réaliser une démonstration, le cas échéant Répondre aux objections du client	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
Vente(s) additionnelle(s)	Proposer le ou les services associés Détecter les opportunités de vente additionnelle et les concrétiser	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
Finalisation de la vente	S'assurer de la disponibilité du produit Formaliser l'accord du client Rassurer le client sur son choix	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
Mise en place du règlement	Mettre en place les modalités de règlement et de livraison	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
Mise en place de la livraison	Mettre en place les modalités de règlement et de livraison	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
<p>Résultats attendus : <i>L'offre de produits/service de l'entreprise et du contexte concurrentiel sont connus</i> <i>Un climat de confiance est instauré - Les procédures d'information du client sont respectées</i> <i>La solution proposée est adaptée aux besoins du client</i> <i>Les objectifs de vente et de conseil sont atteints – Les ventes additionnelles sont réalisées</i> <i>Les conditions de paiement, de financement et de livraison sont réalistes et adaptées</i> <i>Le client est satisfait</i></p>											

N = novice – D = débrouillé – A = averti – E = expert - ☒ Activité réalisée - ☐ Activité négociée

Classe de
Première

Négociation des activités du BLOC 2 et positionnement de l'élève en vue de la sous-épreuve U32 : Suivi des ventes (sous épreuve de l'E3 : Pratique professionnelle)

BLOC 2 : SUIVRE LES VENTES		PFMP3	Évaluation PFMP3				PFMP4	Évaluation PFMP 4			
TÂCHES	COMPETENCES		N	D	A	E		N	D	A	E
Suivi de la livraison et installer les produits	Suivre l'évolution de la commande et éventuellement du règlement Informé le client des délais et des modalités de mise à disposition	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
Suivi du règlement du client	Suivre l'évolution de la commande et éventuellement du règlement Informé le client des délais et des modalités de mise à disposition	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
Mise en place du ou des 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	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
Traitement des retours et des réclamations	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 réglementation	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
Collecte/remontée d'informations relatives à la satisfaction client	Collecter les informations de satisfaction auprès des clients	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
Mesure et analyse de la satisfaction client	Mesurer et analyser la satisfaction du client	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
Transmission des informations sur la satisfaction client	Transmettre les informations sur la satisfaction du client	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
Proposition d'amélioration de la satisfaction client	Exploiter les informations recueillies à des fins d'amélioration Proposer des éléments de nature à améliorer la satisfaction client	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
<p>Résultats attendus : Le produit est livré et/ou installé dans les délais et conditions prévus Le règlement client est effectif et conforme aux termes du contrat Les services associés sont fournis aux conditions prévues Les retours et réclamations sont identifiés et traités Les informations sur la satisfaction-client sont remontées et transmises, La satisfaction-client est mesurée et analysée Des propositions pertinentes d'amélioration de la satisfaction-client sont effectuées</p>											

N = novice – D = débrouillé – A = averti – E = expert - ☒ Activité réalisée - ☐ Activité négociée

Classe de
Première

Négociation des activités du BLOC 3 et positionnement de l'élève en vue de la préparation de la sous-épreuve en ponctuelle U33 : Fidélisation de la clientèle et développement de la relation client
(sous épreuve de l'E3 : Pratique professionnelle)

BLOC 3 : FIDELISER LA CLIENTELE ET DEVELOPPER LA RELATION CLIENT		PFMP3	Évaluation PFMP3				PFMP4	Évaluation PFMP 4			
TÂCHES	COMPETENCES		N	D	A	E		N	D	A	E
Exploiter les données clients	Traiter les messages et/ou les demandes des clients Recueillir, extraire, exploiter, synthétiser les données de sources internes et externes Proposer des actions de fidélisation et/ou de développement de la relation client en adéquation avec les données recueillies	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
Mettre en œuvre des outils de fidélisation client	Sélectionner et mettre en œuvre les outils de fidélisation et/ou de développement de la relation client de l'entreprise	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
Contribuer à la proposition et à l'organisation des opérations de fidélisation (visites, appels, relances)	Concourir à la préparation et à l'organisation d'évènements et/ou d'opérations de fidélisation/ développement de la relation client	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
Écouter et traiter les contacts, messages et/ou avis des clients	Réaliser les opérations de suivi post évènement	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
Vendre au rebond	Effectuer des ventes au rebond	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
Participer à la mise en œuvre d'action de fidélisation et de développement de la clientèle	Participer à la mise en œuvre des évènements et/ou opérations de fidélisation/développement de la relation client	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
Exploiter des sites marchands et réseaux sociaux à des fins commerciales	Mobiliser les outils d'internet et les réseaux sociaux	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
Évaluer les actions de fidélisation et de développement de la clientèle	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	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				

Résultats attendus :

Les informations utiles à la fidélisation sont remontées au responsable et aux services concernés - Les données clients sont exploitées de façon pertinente
Les outils de fidélisation existant dans l'entreprise sont proposés et mis en œuvre en fonction du profil du client - Les actions de fidélisation sont proposées et organisées en cohérence avec la politique commerciale de l'entreprise
Les sollicitations des clients (appels, mails, commentaires sur les réseaux sociaux...) reçoivent des traitements adaptés - Des ventes au rebond sont réalisées
Les animations et promotions mises en œuvre permettent d'atteindre les objectifs fixés,
Les actions de fidélisation de la clientèle et de développement de la relation client sont évaluées en vue de leur éventuelle amélioration,
La relation client est pérennisée dans le temps.



Négociation des activités du BLOC 4A et positionnement de l'élève
 (Pour information, ce bloc sera évalué en ponctuel dans l'E2 : Analyse et résolution de situations professionnelles)

BLOC 4A : ANIMER ET GERER L'ESPACE COMMERCIAL		PFMP3	Évaluation PFMP3				PFMP4	Évaluation PFMP 4			
TÂCHES	COMPETENCES		N	D	A	E		N	D	A	E
Réaliser des commandes de produits auprès de la centrale d'achat et/ou des fournisseurs	Etablir les commandes des produits auprès de la centrale d'achats et/ou des fournisseurs indépendants sélectionnés avec la hiérarchie, en tenant compte des contraintes	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
Gérer des commandes dans le contexte omnicanal de l'entreprise	Préparer les commandes des clients issues de l'omnicanal	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
Gérer des stocks et réapprovisionner	Veiller à la gestion rigoureuse des stocks et au réapprovisionnement en tenant compte des règles de sécurité et d'hygiène	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
Réceptionner et contrôler des marchandises	Réceptionner, contrôler et stocker les marchandises (quantitatif et qualitatif	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
Calculer des prix, étiqueter des produits et les sécuriser	Établir le prix en fonction de variables commerciales données Étiqueter les produits et les sécuriser	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
Participer à l'aménagement de la surface de vente, de la vitrine	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	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
Mettre en scène l'offre commerciale	Mettre en scène l'offre et en optimiser la visibilité	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
Entretenir et contribuer à l'hygiène et à la sécurité de l'UC	Veiller au respect des règles d'hygiène et de sécurité.	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
Valoriser l'offre sur des sites marchands et sur les réseaux sociaux	Valoriser l'offre sur les sites marchands et les réseaux sociaux	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
Générer du trafic dans l'UC	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	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				

Classe de
Première

SUITE négociation des activités du BLOC 4A et positionnement de l'élève

BLOC 4A : ANIMER ET GERER L'ESPACE COMMERCIAL		PFMP3	Évaluation PFMP3				PFMP4	Évaluation PFMP 4			
TÂCHES	COMPETENCES		N	D	A	E		N	D	A	E
Participer à la planification et à l'organisation d'actions de promotion	Participer à la planification et à l'organisation des actions de promotion des marchandises Communiquer sur l'évènement 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	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
Démarcher de nouveaux clients en externe	Démarcher une nouvelle clientèle	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
Participer à l'évaluation des performances des actions commerciales	Participer à l'évaluation et à l'analyse des performances des actions commerciales	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
<p>Résultats attendus : <i>L'approvisionnement est réalisé en adéquation avec les besoins des clients, conformément aux procédures de l'entreprise et en utilisant les équipements et matériels adéquats, Les ventes sont suivies régulièrement et les stocks sont optimisés afin d'une part, d'éviter les ruptures et les surstocks et d'autre part, de mettre en avant le cas échéant, certains produits, Les e-commandes sont préparées avec soin et sans aucune erreur, Les produits sont correctement étiquetés et sécurisés, Des mesures sont prises pour lutter contre la démarque, L'espace commercial est sécurisé, accueillant, ordonné, accessible et propre, Les produits sont mis en valeur, par l'utilisation de supports et matériels appropriés, dans le respect des règles en vigueur et de la politique commerciale, Des améliorations sont proposées et mises en œuvre dans la présentation et la mise en scène des produits sur l'espace de vente, dans l'aménagement de la vitrine ou de la surface de vente, La communication concernant l'unité commerciale est à jour et en adéquation avec l'image de celle-ci, La communication numérique est efficace, Les actions de création de trafic et de démarchage sont pertinentes et engagées conformément aux attentes.</i></p>											

1 = novice – 2 = débrouillé – 3 = averti – 4 = expert- ☒ Activité réalisée - ☐ Activité négociée

Classe de
Première

Négociation des activités du BLOC 4B et positionnement de l'élève

(Pour information, ce bloc sera évalué en ponctuel dans l'E2 : Analyse et résolution de situations professionnelles)

BLOC 4B : PROSPECTER ET VALORISER L'OFFRE COMMERCIALE		PFMP3	Évaluation PFMP3				PFMP4	Évaluation PFMP 4			
TÂCHES	COMPETENCES		N	D	A	E		N	D	A	E
Exploiter et mettre à jour le système d'information commercial	Identifier, au sein du SIC (système d'information commercial), les informations internes utiles à l'opération de prospection, les extraire et les analyser Mettre à jour le système d'information commercial 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 et définir les actions à mener	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
Rechercher et exploiter des informations externes	Collecter, traiter et analyser les informations externes	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
Participer à l'organisation de la 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	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
Réaliser de la 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 et traiter les objections Conclure et pendre congé	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
Évaluer et analyser des résultats de prospection	Mesurer et analyser les résultats de l'opération de prospection et les écarts par rapport aux objectifs Déterminer les causes des écarts et proposer les actions correctives Rendre compte de l'opération de prospection	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				

Classe de
Première

Suite négociation des activités du BLOC 4B et positionnement de l'élève
(Pour information, ce bloc sera évalué en ponctuel dans l'E2 : Analyse et résolution de situations professionnelles)

BLOC 4B : PROSPECTER ET VALORISER L'OFFRE COMMERCIALE		PFMP3	Évaluation PFMP3				PFMP4	Évaluation PFMP 4			
TÂCHES	COMPETENCES		N	D	A	E		N	D	A	E
Exploiter des sites marchands et des réseaux sociaux à des fins commerciales	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	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
Réaliser des actions de promotion (show-room, salons, mise en place du produit chez le client...) et de présentation de l'offre commerciale		<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
<p>Résultats attendus : <i>Un plan de prospection est établi et/ou suivi, Des supports de communication sont diffusés, La base de données prospects est enrichie, Les prospects sont qualifiés, Des besoins potentiels sont identifiés, Des rendez-vous sont pris ou des visites sont programmées, L'entreprise, ses produits et/ou services sont présentés aux prospects, Le produit est mis en place chez le client (cas du B to B) Les résultats de l'action de prospection sont analysés, La communication numérique est utilisée de façon efficace, L'offre est présentée de façon attractive.</i></p>											

1 = novice – 2 = débrouillé – 3 = averti – 4 = expert - ☒ Activité réalisée - ☐ Activité négociée

Classe de
Terminale

Négociation des activités du BLOC 1 et positionnement de l'élève en vue de la sous-épreuve U31 : Vente-conseil (sous épreuve de l'E3 : Pratique professionnelle)

BLOC 1 : CONSEILLER ET VENDRE		PFMP3	Évaluation PFMP3				PFMP4	Évaluation PFMP 4			
TÂCHES	COMPETENCES		N	D	A	E		N	D	A	E
Veille informationnelle sur les produits et/ou les services et les concurrents	Assurer la veille commerciale	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
Prise de contact	Réaliser la vente dans un cadre omnicanal : prendre contact avec le client	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
Présentation de l'entreprise et /ou ses produits et/ou ses services	Assurer la veille commerciale : rechercher, hiérarchiser, exploiter et actualiser en continu les informations sur l'entreprise et son marché Présenter l'entreprise et/ou ses produits/services	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
Découverte et identification des besoins de client, des motivations/freins éventuels	Découvrir, analyser et identifier les besoins de client, ses motivations/freins éventuels Découvrir, analyser et reformuler les besoins du client	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
Conseil d'une solution adaptée : produit et/ou service + service associé	Conseiller le client en proposant une solution adaptée	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
Argumentation sur une solution (produit et/ou service et prix) et traitement des objections	Argumenter Réaliser une démonstration, le cas échéant Répondre aux objections du client	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
Vente(s) additionnelle(s)	Proposer le ou les services associés Détecter les opportunités de vente additionnelle et les concrétiser	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
Finalisation de la vente	S'assurer de la disponibilité du produit Formaliser l'accord du client Rassurer le client sur son choix	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
Mise en place du règlement	Mettre en place les modalités de règlement et de livraison	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
Mise en place de la livraison	Mettre en place les modalités de règlement et de livraison	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
<p>Résultats attendus : <i>L'offre de produits/service de l'entreprise et du contexte concurrentiel sont connus</i> <i>Un climat de confiance est instauré - Les procédures d'information du client sont respectées</i> <i>La solution proposée est adaptée aux besoins du client</i> <i>Les objectifs de vente et de conseil sont atteints – Les ventes additionnelles sont réalisées</i> <i>Les conditions de paiement, de financement et de livraison sont réalistes et adaptées</i> <i>Le client est satisfait</i></p>											

N = novice – D = débrouillé – A = averti – E = expert - ☒ Activité réalisée - ☐ Activité négociée

Classe de
Terminale

Négociation des activités du BLOC 2 et positionnement de l'élève en vue de la sous-épreuve U32 : Suivi des ventes (sous épreuve de l'E3 : Pratique professionnelle)

BLOC 2 : SUIVRE LES VENTES		PFMP3	Évaluation PFMP3				PFMP4	Évaluation PFMP 4			
TÂCHES	COMPETENCES		N	D	A	E		N	D	A	E
Suivi de la livraison et installer les produits	Suivre l'évolution de la commande et éventuellement du règlement Informé le client des délais et des modalités de mise à disposition	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
Suivi du règlement du client	Suivre l'évolution de la commande et éventuellement du règlement Informé le client des délais et des modalités de mise à disposition	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
Mise en place du ou des 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	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
Traitement des retours et des réclamations	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 réglementation	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
Collecte/remontée d'informations relatives à la satisfaction client	Collecter les informations de satisfaction auprès des clients	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
Mesure et analyse de la satisfaction client	Mesurer et analyser la satisfaction du client	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
Transmission des informations sur la satisfaction client	Transmettre les informations sur la satisfaction du client	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
Proposition d'amélioration de la satisfaction client	Exploiter les informations recueillies à des fins d'amélioration Proposer des éléments de nature à améliorer la satisfaction client	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
<p>Résultats attendus : Le produit est livré et/ou installé dans les délais et conditions prévus Le règlement client est effectif et conforme aux termes du contrat Les services associés sont fournis aux conditions prévues Les retours et réclamations sont identifiés et traités Les informations sur la satisfaction-client sont remontées et transmises, La satisfaction-client est mesurée et analysée Des propositions pertinentes d'amélioration de la satisfaction-client sont effectuées</p>											

N = novice – D = débrouillé – A = averti – E = expert - ☐ Activité réalisée - ☑ Activité négociée

Classe de
Terminale

**Négociation des activités du BLOC 3 et positionnement de l'élève en vue de la préparation de la sous-épreuve en ponctuelle U33 : Fidélisation de la clientèle et développement de la relation client
(sous épreuve de l'E3 : Pratique professionnelle)**

BLOC 3 : FIDELISER LA CLIENTELE ET DEVELOPPER LA RELATION CLIENT		PFMP3	Évaluation PFMP3				PFMP4	Évaluation PFMP 4			
TÂCHES	COMPETENCES		N	D	A	E		N	D	A	E
Exploiter les données clients	Traiter les messages et/ou les demandes des clients Recueillir, extraire, exploiter, synthétiser les données de sources internes et externes Proposer des actions de fidélisation et/ou de développement de la relation client en adéquation avec les données recueillies	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
Mettre en œuvre des outils de fidélisation client	Sélectionner et mettre en œuvre les outils de fidélisation et/ou de développement de la relation client de l'entreprise	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
Contribuer à la proposition et à l'organisation des opérations de fidélisation (visites, appels, relances)	Concourir à la préparation et à l'organisation d'évènements et/ou d'opérations de fidélisation/ développement de la relation client	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
Écouter et traiter les contacts, messages et/ou avis des clients	Réaliser les opérations de suivi post évènement	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
Vendre au rebond	Effectuer des ventes au rebond	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
Participer à la mise en œuvre d'action de fidélisation et de développement de la clientèle	Participer à la mise en œuvre des évènements et/ou opérations de fidélisation/développement de la relation client	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
Exploiter des sites marchands et réseaux sociaux à des fins commerciales	Mobiliser les outils d'internet et les réseaux sociaux	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
Évaluer les actions de fidélisation et de développement de la clientèle	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	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				

Résultats attendus :

*Les informations utiles à la fidélisation sont remontées au responsable et aux services concernés - Les données clients sont exploitées de façon pertinente
Les outils de fidélisation existant dans l'entreprise sont proposés et mis en œuvre en fonction du profil du client - Les actions de fidélisation sont proposées et organisées en cohérence avec la politique commerciale de l'entreprise
Les sollicitations des clients (appels, mails, commentaires sur les réseaux sociaux...) reçoivent des traitements adaptés - Des ventes au rebond sont réalisées
Les animations et promotions mises en œuvre permettent d'atteindre les objectifs fixés,
Les actions de fidélisation de la clientèle et de développement de la relation client sont évaluées en vue de leur éventuelle amélioration,
La relation client est pérennisée dans le temps.*

Classe de
Terminale

**Négociation des activités du BLOC 4A et positionnement de l'élève
(Pour information, ce bloc sera évalué en ponctuel dans l'E2 : Analyse et résolution de situations professionnelles)**

BLOC 4A : ANIMER ET GERER L'ESPACE COMMERCIAL		PFMP3	Évaluation PFMP3				PFMP4	Évaluation PFMP 4			
			N	D	A	E		N	D	A	E
TÂCHES	COMPETENCES										
Réaliser des commandes de produits auprès de la centrale d'achat et/ou des fournisseurs	Etablir les commandes des produits auprès de la centrale d'achats et/ou des fournisseurs indépendants sélectionnés avec la hiérarchie, en tenant compte des contraintes	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
Gérer des commandes dans le contexte omnicanal de l'entreprise	Préparer les commandes des clients issues de l'omnicanal	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
Gérer des stocks et réapprovisionner	Veiller à la gestion rigoureuse des stocks et au réapprovisionnement en tenant compte des règles de sécurité et d'hygiène	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
Réceptionner et contrôler des marchandises	Réceptionner, contrôler et stocker les marchandises (quantitatif et qualitatif	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
Calculer des prix, étiqueter des produits et les sécuriser	Établir le prix en fonction de variables commerciales données Étiqueter les produits et les sécuriser	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
Participer à l'aménagement de la surface de vente, de la vitrine	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	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
Mettre en scène l'offre commerciale	Mettre en scène l'offre et en optimiser la visibilité	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
Entretenir et contribuer à l'hygiène et à la sécurité de l'UC	Veiller au respect des règles d'hygiène et de sécurité.	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
Valoriser l'offre sur des sites marchands et sur les réseaux sociaux	Valoriser l'offre sur les sites marchands et les réseaux sociaux	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
Générer du trafic dans l'UC	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	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				

Classe de
Terminale

SUITE négociation des activités du BLOC 4A et positionnement de l'élève

BLOC 4A : ANIMER ET GERER L'ESPACE COMMERCIAL		PFMP3	Évaluation PFMP3				PFMP4	Évaluation PFMP 4			
TÂCHES	COMPETENCES		N	D	A	E		N	D	A	E
Participer à la planification et à l'organisation d'actions de promotion	Participer à la planification et à l'organisation des actions de promotion des marchandises Communiquer sur l'évènement 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	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
Démarcher de nouveaux clients en externe	Démarcher une nouvelle clientèle	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
Participer à l'évaluation des performances des actions commerciales	Participer à l'évaluation et à l'analyse des performances des actions commerciales	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
<p>Résultats attendus : <i>L'approvisionnement est réalisé en adéquation avec les besoins des clients, conformément aux procédures de l'entreprise et en utilisant les équipements et matériels adéquats, Les ventes sont suivies régulièrement et les stocks sont optimisés afin d'une part, d'éviter les ruptures et les surstocks et d'autre part, de mettre en avant le cas échéant, certains produits, Les e-commandes sont préparées avec soin et sans aucune erreur, Les produits sont correctement étiquetés et sécurisés, Des mesures sont prises pour lutter contre la démarque, L'espace commercial est sécurisé, accueillant, ordonné, accessible et propre, Les produits sont mis en valeur, par l'utilisation de supports et matériels appropriés, dans le respect des règles en vigueur et de la politique commerciale, Des améliorations sont proposées et mises en œuvre dans la présentation et la mise en scène des produits sur l'espace de vente, dans l'aménagement de la vitrine ou de la surface de vente, La communication concernant l'unité commerciale est à jour et en adéquation avec l'image de celle-ci, La communication numérique est efficace, Les actions de création de trafic et de démarchage sont pertinentes et engagées conformément aux attentes.</i></p>											

1 = novice – 2 = débrouillé – 3 = averti – 4 = expert- ☒ Activité réalisée - ☐ Activité négociée

Classe de
Terminale

Négociation des activités du BLOC 4B et positionnement de l'élève

(Pour information, ce bloc sera évalué en ponctuel dans l'E2 : Analyse et résolution de situations professionnelles)

BLOC 4B : PROSPECTER ET VALORISER L'OFFRE COMMERCIALE		PFMP3	Évaluation PFMP3				PFMP4	Évaluation PFMP 4			
TÂCHES	COMPETENCES		N	D	A	E		N	D	A	E
Exploiter et mettre à jour le système d'information commercial	Identifier, au sein du SIC (système d'information commercial), les informations internes utiles à l'opération de prospection, les extraire et les analyser Mettre à jour le système d'information commercial 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 et définir les actions à mener	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
Rechercher et exploiter des informations externes	Collecter, traiter et analyser les informations externes	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
Participer à l'organisation de la 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	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
Réaliser de la 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 et traiter les objections Conclure et pendre congé	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
Évaluer et analyser des résultats de prospection	Mesurer et analyser les résultats de l'opération de prospection et les écarts par rapport aux objectifs Déterminer les causes des écarts et proposer les actions correctives Rendre compte de l'opération de prospection	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				



Suite négociation des activités du BLOC 4B et positionnement de l'élève
 (Pour information, ce bloc sera évalué en ponctuel dans l'E2 : Analyse et résolution de situations professionnelles)

BLOC 4B : PROSPECTER ET VALORISER L'OFFRE COMMERCIALE		PFMP3	Évaluation PFMP3				PFMP4	Évaluation PFMP 4			
TÂCHES	COMPETENCES		N	D	A	E		N	D	A	E
Exploiter des sites marchands et des réseaux sociaux à des fins commerciales	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	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
Réaliser des actions de promotion (show-room, salons, mise en place du produit chez le client...) et de présentation de l'offre commerciale		<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
Résultats attendus : <i>Un plan de prospection est établi et/ou suivi, Des supports de communication sont diffusés, La base de données prospects est enrichie, Les prospects sont qualifiés, Des besoins potentiels sont identifiés, Des rendez-vous sont pris ou des visites sont programmées, L'entreprise, ses produits et/ou services sont présentés aux prospects, Le produit est mis en place chez le client (cas du B to B) Les résultats de l'action de prospection sont analysés, La communication numérique est utilisée de façon efficace, L'offre est présentée de façon attractive.</i>											

1 = novice – 2 = débrouillé – 3 = averti – 4 = expert - ☒ Activité réalisée - ☐ Activité négociée

Classe de
Première et
Terminale

BILAN DES ABSENCES ET RETARDS

Cet état est obligatoire pour justifier du nombre de semaines de PFMP accomplies. Seules les absences avec justificatif seront acceptées. Toute absence devra être rattrapée.

PFMP 3 du .../.../.....			
Date	Matin	AM	Motif

PFMP 4 du .../.../.....			
Date	Matin	AM	Motif

PFMP 5 du .../.../.....			
Date	Matin	AM	Motif

PFMP 6 du .../.../.....			
Date	Matin	AM	Motif



PFMP 3 - ATTESTATION DE PRESENCE EN ENTREPRISE

Je soussigné (e),atteste que Mademoiselle ou Monsieur.....a effectué une période de formation en entreprise du .../.../..... au .../.../.....

Fait à, le

Signature et cachet de l'entreprise



PFMP 4 - ATTESTATION DE PRESENCE EN ENTREPRISE

Je soussigné (e),atteste que Mademoiselle ou Monsieur.....a effectué une période de formation en entreprise du .../.../..... au .../.../.....

Fait à, le

Signature et cachet de l'entreprise



PFMP 5 - ATTESTATION DE PRESENCE EN ENTREPRISE

Je soussigné (e),atteste que Mademoiselle ou Monsieur.....a effectué une période de formation en entreprise du .../.../..... au .../.../.....

Fait à, le

Signature et cachet de l'entreprise



PFMP 6 - ATTESTATION DE PRESENCE EN ENTREPRISE

Je soussigné (e),atteste que Mademoiselle ou Monsieur.....a effectué une période de formation en entreprise du .../.../..... au .../.../.....

Fait à, le

Signature et cachet de l'entreprise