Cher(e) tuteur/tutrice,

Les diplômes du Baccalauréat professionnel Commerce et du Baccalauréat professionnel Vente changent pour devenir le Baccalauréat professionnel Métiers du Commerce et de la Vente (Bac MCV) option A (Animation et gestion de l'espace commercial) ou option B (Prospection clientèle et valorisation de l'offre commerciale).

Ces changements permettent de tenir compte de l'évolution du métier de vendeur qui nécessite désormais une compréhension de l'omnicanalité dans le parcours client et demande davantage de compétences en outils numériques.

De ce fait, les épreuves changent aussi en classe de terminale :

AVANT – AU 5ÈME STAGE

Les élèves devaient réaliser une action de promotion/animation des ventes ou une action de prospection

→

MAINTENANT – AUX 5ÈME ET 6ÈME STAGES

Les élèves doivent réaliser une action de fidélisation et de développement de la relation client (appellée FDRC)

Cette action peut être soit réelle, en fonction de vos possibilités, soit fictive.

Aucune obligation de mettre en œuvre l'action de FDRC proposée : ce qui compte c'est la démarche !

MAIS l'élève doit faire ses deux stages de terminale dans la même entreprise !

Comment cela se passe ?

1er stage Terminale

- L'élève analyse les moyens de FDRC existant dans votre entreprise.
- Il montre comment il a participé à leur mise en place au quotidien.
- Il propose 2 nouvelles actions de FDRC possibles dans votre structure.

→ Lors de la visite d'évaluation : Oral de 20 min

Choix de l'une des 2 actions à réaliser

2ème stage Terminale

L'élève met en place réellement ou de manière simulée, l'une des deux actions choisies ensemble et présente oralement sa démarche, les résultats et les apports professionnels et personnels du projet.

→ Evaluation : Oral 20 min

Au dos des exemples d'actions possibles

01 Le cadeau	02 Le code promo/l'offre spéciale	03 Les évènements exclusifs	04 L'e-mail personnalisé	05 Le parrainage
06 Le SAV	12 MEILLEURS OUTILS DE FIDÉLISATION DE LA RELATION CLIENT			07 La carte de fidélité
08 L'approche multicanale	09 Les réseaux sociaux	10 Le chatbot	11 Le CRM	12 Les outils de mesure de la fidélisation

DÉVELOPPEMENT DE LA RELATION CLIENT

1) Communication sur les réseaux sociaux :

- partenariats avec Snapchat, Instagram, redirection vers le site de vente en ligne

- programme influenceurs : ils créent des vitrines sur le site de vente en ligne

2) Site de vente en ligne :

- personnalisation de l'offre en fonction des produits déjà achetés

VS

FIDELISATION

1) Programme de fidélité Amazon Prime :

- réductions pour les adhérents, distribtion de coupons

- livraisons plus rapides et gratuites
- accès aux plateformes de médias exclusifs : Prime vidéo, Amazon music...

- facilités de paiement

Exemple : Amazon