


Intitulés épreuves	E31 : vente conseil (Bloc 1) Coeff : 3	E32 : suivi des ventes (Bloc 2) Coeff : 2	E33 : Fidélisation et Développement de la relation client (FDRC) (Bloc 3) Coeff : 3
Contenu Des Épreuves	<p>3 supports professionnels variés par bloc de compétences (situations réelles ou observées en milieu professionnel ou des situations simulées en formation).</p>  <p>Les supports apportés obligatoirement par le candidat le jour de la sous-épreuve</p>		<p>Deux parties :</p> <ul style="list-style-type: none"> - l'analyse de la situation de fidélisation et/ou de développement de la relation client (FDRC) de l'organisation qui aboutit au choix d'une action de FDRC dont la pertinence et la cohérence pour l'organisation sont justifiées, - la façon dont l'action de FDRC retenue a été mise en œuvre ainsi que le bilan commercial et personnel que le candidat en fait.
Forme de l'épreuve	<p align="center">Oral (30 mn) basé sur la sélection 1 support/3 10 mn de présentation - 20 mn entretien Pas de notation du support</p>		<p align="center">Oral (40mn) 15 mn de présentation – 25 mn entretien</p>
Composition du jury	<p align="center">1 enseignant + 1 professionnel des métiers de la vente ou du commerce (à défaut 1 second enseignant)</p>		<p align="center">1 enseignant + 1 professionnel des métiers de la vente ou du commerce (à défaut 1 second enseignant)</p>
Composition du dossier	<ul style="list-style-type: none"> • 3 supports • Attestations périodes de formation professionnelles en entreprise ou certificat de travail + attestation du nombre d'heures <p>Anomalies :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Partie administrative absente ou nbre heures insuffisant → dossier non valide prononcé et signalé au candidat dont le diplôme ne sera pas délivré - Supports professionnels absents → candidat non interrogé et note zéro attribuée et signalée à l'élève au candidat 		<p>Le candidat arrive avec son propre matériel pour sa présentation numérique ou, en l'absence de matériel personnel, s'assure au minimum une semaine avant la date de l'épreuve, de la compatibilité du matériel et des logiciels du centre d'examen avec la solution numérique retenue.</p> <p>Anomalie : En l'absence de présentation numérique le jour de l'interrogation, le candidat ne peut être interrogé et se voit attribuer la note zéro.</p>
Critère d'évaluation	<ul style="list-style-type: none"> • Qualité, maîtrise et utilisation pertinente des informations relevées et sélectionnées sur le marché, l'entreprise et ses produits • Qualité du questionnement, de l'écoute et de la reformulation des besoins du client • Proposition d'une offre de produits et/ou de services adaptée et cohérente • Mise en œuvre d'une argumentation convaincante et efficace • 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 réglementation en vigueur • Adaptation de la communication verbale et non verbale au contexte de la vente 	<ul style="list-style-type: none"> • Efficacité du suivi de la commande • Qualité de la mise en œuvre du ou des services associés • Pertinence du questionnement pour identifier le(s) problème(s) rencontré(s) par le client • Qualité de la solution proposée • Qualité de l'information collectée, saisie et transmise sur la satisfaction client • Pertinence des propositions d'amélioration de la satisfaction client • Adaptation de la communication verbale et non verbale au contexte du suivi des ventes 	<ul style="list-style-type: none"> • Qualité du traitement des sollicitations clients • Pertinence du choix des sources d'information, des données recueillies et remontées • Pertinence des actions proposées • Cohérence du choix des outils de fidélisation de la clientèle et/ou de développement de la relation client avec le contexte • Qualité de la contribution à l'opération de fidélisation et/ou de développement de la relation client • Opportunité de la proposition de ventes au rebond • Justesse de l'enrichissement et de l'actualisation du SIC • Pertinence de l'analyse des résultats • Intérêt des propositions d'amélioration • Qualité de la communication orale et écrite