

Baccalauréat professionnel Métiers du commerce et de la vente

Épreuve E3 : Pratique professionnelle

Sous-épreuve E33 : FIDÉLISATION DE LA CLIENTÈLE ET DÉVELOPPEMENT DE LA RELATION CLIENT

Coefficient 3

GRILLE D'ÉVALUATION E33 :

Épreuve orale ponctuelle

Durée : 40 minutes

Déroulement de l'épreuve

L'épreuve orale se déroule en deux temps :

1^{ère} temps : présentation par le candidat (15 minutes maximum)

Le candidat présente, à l'aide d'un outil de présentation numérique de son choix, l'analyse de la situation de fidélisation de la clientèle et/ou de développement de la relation client (FDRC) de son organisation, l'action de FDRC retenue dont il justifie la pertinence et la cohérence pour l'organisation. Il décrit également sa contribution à la mise en œuvre de cette action et le bilan commercial et personnel qu'il en retire.

2nde temps: entretien (25 minutes)

L'entretien vise à approfondir l'exposé présenté par le candidat, tant sur la phase préparatoire que sur la phase opérationnelle, mais également à vérifier les compétences et connaissances mobilisées à cette occasion.

Rappel : En l'absence de présentation numérique le jour de l'interrogation, le candidat ne peut être interrogé et se voit attribuer la note zéro.

Session :

Centre d'examen :

Date de l'épreuve :

Nom et prénom du (de la) candidat(e) :

Numéro du (de la) candidat(e) :

Composition de la commission d'interrogation :

Mme / M.professeur(e) d'économie gestion

Mme / M. professionnel(le) du secteur du commerce et de la vente

Fonction Entreprise

Ou

Mme / M.professeur(e) d'économie gestion

Le dossier d'évaluation comprend :

- Les degrés de maîtrise pour déterminer le profil du candidat
- La grille des critères et indicateurs d'évaluation
- La fiche de commentaires objectivés

Degré de maîtrise des compétences évaluées

1. Novice	2. Débrouillé	3. Averti	4. Expert
PHASE PRÉPARATOIRE			
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
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
Ne propose pas une action de FDRC	Propose une action peu adaptée au contexte	Propose une action adaptée au contexte mais peu cohérente au regard de la stratégie commerciale	Propose une action pertinente au regard du contexte et de la stratégie commerciale
PHASE OPÉRATIONNELLE			
Ne sélectionne pas d'outils de FDRC	Sélectionne des outils de FDRC en cohérence partielle avec le contexte	Sélectionne des outils de FDRC cohérents avec le contexte et le profil client	Sélectionne des outils de FDRC cohérents avec le contexte et le profil client en analysant leur complémentarité
N'évoque pas sa contribution à l'action	Décrit superficiellement sa contribution à l'action	Décrit correctement sa contribution à l'action	Analyse sa contribution en explicitant son implication dans le processus
Ne cherche pas à repérer les opportunités commerciales de ventes au rebond	Perçoit partiellement les opportunités commerciales de ventes au rebond	Repère les principales opportunités commerciales de ventes au rebond	Repère et provoque les opportunités commerciales de ventes au rebond
N'enrichit pas le SIC	Préconise un enrichissement sommaire du SIC	Préconise ou réalise un enrichissement adapté du SIC	Préconise ou réalise un enrichissement adapté et continu du SIC tout au long de l'action de FDRC
Ne présente ni bilan des acquis ni bilan commercial	Présente un bilan partiel des acquis et des résultats de l'action de FDRC	Présente un bilan adapté des acquis et des résultats de l'action de FDRC	Présente une analyse des acquis et des résultats de l'action de FDRC en utilisant des indicateurs pertinents
Ne préconise pas d'améliorations au regard du bilan de l'action de FDRC	Préconise des améliorations inadaptées au regard du bilan de l'action de FDRC	Préconise des améliorations adaptées au regard du bilan de l'action de FDRC	Préconise des améliorations pertinentes au regard du bilan de l'action de FDRC et de l'orientation commerciale de l'entreprise
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

	Critères et indicateurs d'évaluation	PROFIL			
		1	2	3	4
TRAITER ET EXPLOITER L' INFORMATION OU LE CONTACT CLIENT	<p>Pertinence du choix des sources d'information, des données recueillies et remontées (Clarté des informations collectées, mobilisation des données internes (SIC) et externes, fiabilité, récence, utilité des sources sélectionnées)</p> <p>Qualité du traitement des sollicitations clients (Capacité à expliciter sa contribution à la FDRC dans les actions du quotidien, appréciation de l'efficacité de sa pratique)</p> <p>Pertinence de l'action proposée (Faisabilité de l'action de FDRC proposée, cohérence avec le contexte et la stratégie commerciale de l'entreprise)</p>				
CONTRIBUER À DES ACTIONS DE FIDÉLISATION ET DE DÉVELOPPEMENT DE LA RELATION CLIENT	<p>Cohérence du choix des outils de fidélisation de la clientèle et/ou de développement de la relation client avec le contexte (Choix et mobilisation d'outils de fidélisation et/ou de développement de la relation client, y compris digitaux, en adéquation avec le contexte et le profil client)</p> <p>Qualité de la contribution à l'opération de FDRC (Description et compréhension de la finalité du processus, participation à l'organisation de l'évènement et/ou de l'opération)</p> <p>Opportunité de la proposition de ventes au rebond (Repérage de situations commerciales favorables induites par l'évènement ou l'opération en face à face ou à distance)</p>				
ÉVALUER LES ACTIONS DE FIDÉLISATION ET DE DÉVELOPPEMENT DE LA RELATION CLIENT	<p>Justesse de l'enrichissement et de l'actualisation du SIC (Transmission des données collectées au bon interlocuteur, pertinence de l'actualisation et de l'enrichissement des fichiers)</p> <p>Pertinence de l'analyse des résultats (Analyse des performances commerciales : indicateurs quantitatifs et qualitatifs, analyse des difficultés rencontrées et surmontées, analyse des acquis)</p> <p>Intérêt des propositions d'amélioration (Adéquation des préconisations de remédiation avec le bilan de l'action de FDRC et l'orientation commerciale de l'entreprise)</p>				
COMMUNIQUER	<p>Qualité de la communication orale et écrite : (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

Analyse et mise en œuvre opérationnelle d'une action de fidélisation de la clientèle et développement de la relation client

Commentaires objectifs :

Professionalité du candidat dans sa capacité à :

- Traiter et exploiter l'information ou le contact client
- Contribuer à des actions de fidélisation et de développement de la relation client
- Évaluer les actions de fidélisation et de développement de la relation client
- Communiquer

Appréciation globale :

Nom et signature des membres de la commission d'interrogation :

Note :

/ 20