

CAP
ÉQUIPIER POLYVALENT DU
COMMERCE

GUIDE D'ACCOMPAGNEMENT
PÉDAGOGIQUE

Liminaire : Le titulaire du CAP Equipier Polyvalent du Commerce a accès au système d'information de l'entreprise. Ses compétences numériques doivent lui permettre une utilisation rationnelle du SI pour conduire ses activités quotidiennes. Ses usages s'intégreront dans les processus métier, à savoir :

- **La recherche et la lecture des informations**
- **La collecte, le prélèvement d'informations**
- **L'actualisation de données**

Ce paramètre devra être pris en compte et intégré dans le cadre de la formation de l'apprenant.

BLOC DE COMPÉTENCES 1 : RECEVOIR ET SUIVRE LES COMMANDES

Compétences	Conseils pédagogiques <i>Modalités d'animation / Prolongements éventuels / Compétences du XXI^{ème} siècle</i>	Savoirs associés / Limites de savoirs (Pour rappel)
<p>Le contexte omnicanal a fortement transformé les modalités de traitement des commandes. Les commandes envisagées dans ce bloc concernent la passation de commandes auprès du fournisseur et la préparation de commandes passées par le client (click and collect, picking, ship from store...).</p> <p>Le degré de participation à la passation de la commande varie en fonction de l'entreprise d'accueil. Chez un artisan par exemple, l'élève pourra participer à la commande de consommables, alors que dans la grande distribution sa participation à la commande de produits sera plus limitée. De ce fait, le formateur devra tenir compte des compétences acquises en entreprise par les élèves pour proposer un parcours de formation personnalisé, notamment avec des logiciels de stocks.</p> <p>Les activités devront être réalisées par les élèves en tenant compte de la réglementation sur les règles d'hygiène, de santé et de sécurité au travail en vigueur.</p>		
<p>Participer à la passation des commandes fournisseur</p> <p>Surveiller l'état des stocks</p> <p>Préparer les propositions de commandes</p> <p>Utiliser le mode de transmission adapté</p> <p>Transmettre la commande après validation</p> <p>Assurer le suivi des commandes</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Conduire l'élève à identifier les principaux agents économiques de son environnement personnel et/ou professionnel en étudiant les acteurs locaux • Amener l'élève à identifier le rôle de l'entreprise (environnement social et sociétal) à une échelle locale, nationale, voire internationale • Conduire l'élève à étudier un cas concret d'entreprise locale pour étudier l'offre et la demande et à se positionner au sein d'une équipe dans l'organigramme • Aider l'élève à faire un lien entre circuits de distribution et omnicanalité par l'étude de cas concrets d'entreprises et des habitudes de consommation des 	<p>Le circuit économique simplifié et ses agents</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les principaux agents économiques (ménages, entreprises, institutions financières et administratives) et leur rôle - Les spécificités du rôle de l'entreprise dans l'économie : économique, social, sociétal <p>L'entreprise</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le marché de l'entreprise : l'offre, la demande, l'environnement - L'organisation interne de l'entreprise

élèves

- Placer l'élève en situation d'identifier et d'expliquer les causes et les conséquences d'une rupture de stock ainsi que les éléments permettant de l'éviter



Co intervention mathématiques : Par exemple, lire et interpréter des données, représenter des tableaux et des graphiques, calculer

- Solliciter les entreprises locales pouvant permettre de réaliser et d'identifier les différentes étapes d'un inventaire
- Mettre l'élève en situation professionnelle réelle ou simulée afin de lui permettre de se servir des différents supports de communication (téléphone, courriel, outils numériques) utilisés par les entreprises pour participer à la commande



Co-intervention français : Par exemple, dire et écrire le métier

Ressources pédagogiques :

- Logiciels de caisse et de gestion des stocks : P'titStock, Odoo, PrestaShop...
- Documents d'entreprise

Les circuits et canaux de distribution

- Les circuits de distribution
- Les canaux de vente
- L'interaction des canaux de vente physiques et virtuels

Les documents relatifs à la commande

- Les informations nécessaires à la passation de commande
- Les étapes d'une commande

Les niveaux de stocks

- Les notions de stock, la cadence des ventes, la saisonnalité
- La définition et les conséquences d'une rupture de stock
- L'évaluation des quantités à commander

Le cadencier

- Les différentes formes de cadencier

L'inventaire

- Les objectifs de l'inventaire
- Les différents types d'inventaire
- Les procédures utilisées

La communication professionnelle

- Les formes de la communication

<p>Réceptionner</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identifier les documents de livraison et de traçabilité - Contrôler la qualité et la quantité - Comparer le bon de commande et le bon de livraison 	<p>Modalités d'animation envisageables :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Témoignage de l'élève concernant ses propres commandes en ligne • Laboratoires de vente • Epiceries ou boutiques pédagogiques ouvertes à une clientèle • Rencontres/témoignages avec des professionnels, • Visites d'entreprises, visites d'entrepôts • Actions avec des organisations permettant à l'élève de le mettre en situation authentique de passation de commande et de de réception de marchandises. • Présentation par les élèves des procédures de passation de commandes fournisseurs au retour des PFMP <p>Pour aller plus loin : Une collaboration avec des professionnels qui contribue à favoriser l'intégration de l'élève dans son environnement professionnel – professionnels de santé, professionnels de conseil en image...</p> <ul style="list-style-type: none"> • Permettre à l'élève de connaître les principales règles d'hygiène et de respect de la chaîne du froid et de comprendre les enjeux qui y sont liés • Amener l'élève à effectuer des relevés de températures à l'entrée des marchandises de produits frais et surgelés 	<ul style="list-style-type: none"> - Les supports de communication <p>Les documents relatifs à la livraison</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les informations nécessaires à la livraison - Les étapes de la réception <p>Les procédures de l'entreprise</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les règles d'organisation de la zone de réception
---	--	--

- Relever les anomalies éventuelles et les transmettre au responsable
- Classer les documents de réception et de traçabilité

- Il est recommandé que l'enseignant soit formé au respect de la prévention des risques liés à l'activité physique (PRAP IBC), à l'utilisation des outils de manutention et Equipements de Protection Individuels en partenariat avec le dispositif Enseignement Santé et Sécurité au Travail (CARSAT, INRS)



Co-intervention mathématiques : Par exemple, évaluer des ordres de grandeur pour choisir des appareils adaptés



Transversalité avec la PSE : (module C4 et C5)

Ressources pédagogiques :

- CARSAT
- INRS

- Sites :

<http://www.inrs.fr> (rubrique commerce)

Tutoprev INRS, tutoriels, vidéo, articles,

- Tutoprev pédagogie
- Affiches, plaquettes,
- Images de plateaux techniques : Chasses aux risques
- Films Napo (personnage sécurité)

Bossons futé.com

- Revues : Travail et sécurité

- Les contrôles qualitatifs et quantitatifs
- Les informations à transmettre en cas d'anomalies
- Les procédures à réaliser en cas de livraison non conforme
- L'enregistrement de la réception
- Les outils dédiés aux procédures de réception

Les règles d'hygiène et de sécurité

- Les principales règles d'hygiène et sécurité qui concourent à la qualité en matière de livraison/réception
- La chaîne du froid
- La traçabilité
- Les sanctions encourues par l'entreprise et le salarié en cas de non-respect des règles
- La sécurité du personnel : tenue de travail, équipements de protection individuels, gestes et postures

Le règlement intérieur

- Le rôle et le contenu du règlement intérieur

Modalités d'animation envisageables :

- Espaces pédagogiques professionnels ouverts ou non à une clientèle
- Visite de réserves de magasins, d'entrepôts permettant d'identifier l'organisation des différents espaces, du mobilier et du matériel de stockage
- Mise en situation pour sensibiliser aux risques professionnels liés à l'activité physique et au respect des règles de santé et sécurité au travail
- Intervention d'un professionnel des services d'hygiène pour présenter la constitution d'un Plan de Maîtrise Sanitaire (PMS)
- Présentation par les élèves des procédures de réception de marchandises au retour des PFMP

Pour aller plus loin :

Réalisation par les élèves d'un PMS élaboré pour un espace pédagogique professionnel proposant des produits alimentaires frais

Réalisation par les élèves de tutoriels, de guides des « bonnes pratiques d'hygiène » en utilisant la vidéo, le son, la réalité augmentée...

Création de supports incluant des QR-Code sonores (Exemple : Mirage Make...)



Co-intervention français : Par exemple, écrire pour soi, pour organiser sa pensée, pour mémoriser

<p>Stocker</p> <ul style="list-style-type: none"> - Utiliser le matériel de manutention adapté - Ranger les produits dans le lieu approprié en réalisant la rotation - Trier et évacuer les contenants - Maintenir l'organisation et la propreté de la réserve 	<p>Compétences du XXIème siècle :</p> <p> Aider l'élève à construire son identité de citoyen-salarié (numérique, développement durable, éthique...) et le sensibiliser au travail en équipe</p> <p> <i>Co-intervention français : Par exemple, se dire, s'affirmer, s'émanciper</i></p> <p> <i>Transversalité avec la PSE : Par exemple, l'individu dans son milieu professionnel, impliqué dans la prévention des risques</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Faire découvrir à l'élève les équipements et mobiliers de stockage lors d'une visite de réserve de magasin ou d'entrepôt, ou sur vidéo • Conduire l'élève à choisir et utiliser le matériel approprié à son activité en mettant à sa disposition différents types d'outils tels que cutters, chariots, tables élévatrices, diables... • Aider l'élève à intégrer les enjeux du développement durable et du tri des déchets dans le cadre de ses activités professionnelles 	<p>Les équipements et les installations</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le mobilier de stockage - L'organisation de l'espace de stockage - Les principales règles de circulation en réserve - Le matériel de manutention - Les règles d'hygiène et de sécurité des espaces de stockage et des matériels - Les règles de stockage des marchandises - La prévention des risques professionnels
---	---	---

	<p>Ressources pédagogiques :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Plans collectés en entreprise • Espaces pédagogiques professionnels ouverts ou non à la clientèle <p>Modalités d'animation envisageables :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Visite d'un drive, d'entrepôts • Présentation par les élèves des procédures de stockage de commande des clients mises en œuvre dans leur entreprise d'accueil • CARSAT 	<p>Le rangement des produits</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les principaux critères de rangement des produits - La rotation des produits - La chaîne du froid - Les dates de consommation des produits - L'adressage des produits <p>Le tri sélectif</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les principes et les obligations du tri sélectif <p>Les systèmes antivols sur les produits</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les différents antivols et leur mise en place
<p>Préparer les commandes destinées aux clients</p> <ul style="list-style-type: none"> - Prélever et rassembler les produits commandés - Reconditionner et stocker les produits selon leur spécificité - Vérifier l'adéquation entre la commande et la préparation - Enregistrer et 	<ul style="list-style-type: none"> • Amener l'élève à préparer les commandes omnicanales passées par les clients et à choisir si nécessaire, le conditionnement adapté (sacs isothermes, bacs, sacs en papier...) • Sensibiliser à la nécessité de rester en veille sur l'évolution de l'omnicanal et ses répercussions sur les modalités de préparation des commandes • Proposer des situations pédagogiques ou scénarios 	<p>Les différents modes de préparation des commandes omnicanales</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le click and collect, le picking, le ship from store. <p>Le conditionnement et l'emballage</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les fonctions et la nature du conditionnement, de l'emballage - Les règles d'hygiène et de sécurité

entreposer les colis destinés aux clients ou retournés

permettant à l'élève de vérifier l'adéquation entre la commande et la préparation, d'enregistrer et d'entreposer les colis

Ressources pédagogiques :

Espaces pédagogiques professionnels ouverts ou non à la clientèle

Modalités d'animation envisageables (parmi d'autres) :

Présentation par les élèves des procédures de préparation de commandes clients au retour des PFMP



Co-intervention français : Par exemple, entrer dans l'échange oral lors d'un exposé

Compétences du XXIème siècle :



Organisation, rigueur, autonomie, adaptabilité, polyvalence.

BLOC DE COMPÉTENCES 2 : METTRE EN VALEUR ET APPROVISIONNER

Compétences	Conseils pédagogiques	Savoirs associés / Limites de savoirs (Pour rappel)
<p>Entre espaces de vente physiques ou virtuels, boutiques et rayons traditionnels, étals et stands, magasins urbains connectés et espaces « expérientiels », <i>concept stores</i>, univers théâtralisés et comptoirs de restauration des enseignes de distribution, le concept de « surface de vente » devient polymorphe : il nécessite de fait, des capacités d'adaptation à l'environnement et justifie du caractère polyvalent de l'activité et de l'intitulé du diplôme. Le titulaire est amené à utiliser des équipements et outils d'aide à la gestion du rayon ou de la surface de vente (écrans tactiles, tablettes connectées, smartphones) et logiciels professionnels. Il contribue à l'approvisionnement et à la mise en valeur des produits et de l'espace commercial quel que soit le type de produit (alimentaire et non alimentaire) et quel que soit le format du point de vente.</p> <p>Le 4 « Concept Store Casino » : https://www.youtube.com/watch?v=HCMURKWrHbI Le 4 « Dossier de presse » : https://www.groupe-casino.fr/wp-content/uploads/2018/10/Dossier-de-presse-Le-4-Casino.pdf</p>		
<p>Approvisionner, mettre en rayon et ranger selon la nature des produits</p> <ul style="list-style-type: none"> - Déterminer les quantités à mettre en rayon - Anticiper les ruptures en rayon - Identifier les produits à mettre en rayon - Acheminer les produits de la réserve vers la surface de vente - Déballer les produits à mettre en rayon - Appliquer les règles de présentation marchande - Effectuer le remplissage des linéaires, réaliser <i>le facing</i>, procéder au réassortiment - Procéder à la rotation des produits - Détecter les produits impropres à la vente et les retirer 	<p>Dans le cadre d'une PFMP, en atelier pédagogique, à partir de situations réelles ou virtuelles, l'élève sera amené à sélectionner les produits adéquats, dans les quantités requises, à les acheminer sur la surface de vente. Il utilisera pour cela les outils numériques mis à sa disposition, tout en respectant les règles de sécurité et d'hygiène.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Proposer à l'élève des situations de formation variées, tant sur le choix des structures des espaces commerciaux, des contextes, que sur les types de produits. ▪ Accompagner l'élève dans la mise à jour de la maîtrise des nouveaux outils d'approvisionnement et de mise en rayon (le mettre en situation d'opérer une veille technologique). ▪ Proposer l'utilisation des matériels d'acheminement des produits vers la surface de vente aux matériels manuels qui ne nécessitent pas l'obtention du CACES (certificat d'aptitude à la conduite en sécurité). <p>Au cours d'une PFMP, d'une activité en magasin pédagogique ou de l'exploitation d'un site pédagogique d'E-Commerce, l'élève s'interrogera sur les savoirs associés qui lui seront nécessaires dans les activités de rangement des produits, d'implantation, de respect de la réglementation (en fonction des familles) et jusqu'à l'orientation du client (Cf. Bloc 3). Les mesures de prévention en lien avec les zones de circulation, l'état des sols, la sécurisation du stockage et le rangement des marchandises, l'information sur le lieu de vente seront également traités dans des situations concrètes.</p>	<p>Les biens et les services</p> <ul style="list-style-type: none"> - Distinction entre biens et services - Production marchande / non-marchande <p>Les familles de produits</p> <ul style="list-style-type: none"> - La classification des produits - Les différents types de marques - Les principaux labels (d'origine, de qualité, bio et équitables) - Le rôle des normes <p>L'organisation de l'espace commercial</p> <ul style="list-style-type: none"> - Physique et virtuel - Les principales règles d'implantation des linéaires au sein des unités commerciales physiques et virtuelles

A l'aide du plan de la surface commerciale, du planogramme (papier ou digital) ou tout autre support d'aide à la mise en rayon des produits (consignes orales et/ou écrites), l'élève sera placé en situation de réaliser sa mise en rayon en respectant les règles imposées par le contexte professionnel (ou les consignes)



⇒ Co-intervention : Programme de Mathématiques - calcul de capacité de stockage d'un linéaire

- Le professeur/formateur mettra en œuvre des actions qui nécessiteront la bonne application des règles de sécurité lors de l'action de déballeage des produits et des règles d'hygiène appliquées aux produits.



⇒ Transversalité : Enseignement de PSE – l'individu dans son milieu professionnel impliqué dans la gestion des risques

L'élève devra être mis en situation de procéder à la rotation, à la détection et au retrait des produits impropres à la vente. Il devra respecter la législation sur les dates de péremption et les règles d'hygiène et de sécurité.

Il devra pouvoir rendre compte à l'écrit ou à l'oral des anomalies rencontrées.



⇒ Co-intervention : Programme de Français – les écrits professionnels

Proposition de modalités d'animation :

Les magasins ou épicerie pédagogiques, les entreprises lycéennes au fonctionnement réel ou simulé sont des supports de formation et d'évaluation particulièrement pertinents pour l'intégralité du bloc de compétences 2 : ils offrent des opportunités de contextualisation et de scénarisation des apprentissages et de mise en cohérence des enseignements généraux et professionnels.

<https://sites.google.com/site/lepiceriedevosenvies/>

<http://eduscol.education.fr/experitheque/consultFicheIndex.php?idFiche=12941>

Conduire les élèves, dans le cadre de travaux individuels ou de groupe, à :

- Observer l'organisation de l'espace commercial (physique ou virtuel – site « e-commerce ») et repérer les règles (exemple : zone froide, zone chaude...) ou l'architecture d'un site. On pourra proposer une analyse comparative à partir de ressources issues de PFMP
- Réaliser des fiches produits dans un contexte professionnel donnant du sens à l'exercice (par exemple : pour venir alimenter un site pédagogique d'e-commerce)
- Prendre en charge l'organisation et l'actualisation d'un rayon d'un site d'e-commerce

Les principes de mise en rayon

- La rotation des produits
- Les dates de consommation des produits
- La chaîne du froid et les températures de conservation
- La capacité de stockage d'un linéaire

Les niveaux de stock

- Les niveaux de stock, cadences des ventes, la saisonnalité
- La définition et les conséquences d'une rupture de stock
- L'évaluation des quantités à commander

Les mobiliers

- Les principaux mobiliers de rangement, de vente et de présentation utilisés

Les règles de sécurité

- *Les risques liés à l'activité physique (PSE) (cf. PRAP IBC)*
- *Les gestes et postures à adopter (PSE)*
- La sécurité du consommateur* : les mesures de prévention

	<p>pédagogique (drive ou vente à distance) alimenté avec les fiches produits constituées en amont</p> <p><u>Ressources pédagogiques</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Les outils numériques de consultation et de saisie des données (<i>outils de Gestion de Relation Client – Exemple : ODOO</i>) - Les solutions mobiles et connectées (<i>Glide Apps – outil gratuit qui permet de générer des applications mobiles à partir d'un tableur : possibilité de créer des fichiers produits, clients, fournisseurs... pour simuler les outils d'aide à la gestion du point de vente sur mobiles ou tablettes</i>) - Les documents (papier, numériques) de relevés des anomalies, relevés de prix, traçabilité... (privilégier les applications numériques nomades) - Site d'E-Commerce (exemples : ODOO, PRESTASHOP) - Questionnaire sur les mesures de prévention <p><u>Compétences du XXIème siècle</u> : compétences numériques</p>	
<p>Mettre en valeur les produits et l'espace commercial</p> <ul style="list-style-type: none"> - Procéder au réassortiment - Participer à la mise en valeur les produits - Participer à l'aménagement de l'espace d'exposition, de vente, des vitrines - Veiller à la propreté et nettoyer les surfaces de vente - Veiller à conserver tous les lieux de vente rangés (cabines, rayons, etc.) 	<p>L'ensemble des activités proposées en formation et en PFMP doivent permettre à l'élève de mesurer l'importance du réassortiment et son impact sur les performances et sur l'image de l'espace commercial physique et virtuel.</p> <p>Amener l'élève à repérer les différents types de promotion et d'animation à partir de ressources et d'exemples issus de PFMP. Conduire l'élève à repérer les critères de mise en valeur des produits et à les mettre en œuvre à partir de l'analyse de situations diversifiées (visites de commerces, de foires et salons, de vidéos, de ressources issues de PFMP...)</p> <p>Modalités d'animation proposées :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dans le cas où l'établissement est doté d'une vitrine, prévoir son aménagement par rotation de façon individuelle ou collective. Sous réserve d'une convention avec les entreprises partenaires de PFMP, organiser la mise en valeur des produits mis à disposition. Dans le cas d'établissement qui offre une diversité de formations (STI, Métiers d'Art...), mettre en valeur les produits réalisés par les élèves • Chaque PFMP peut donner lieu à la réalisation de plusieurs activités (réalisation de facing, tête de gondole, vitrine, podium, îlots, silhouette...). Ces activités pourront servir de support à la réalisation de fiches descriptives (description de 	<p>Les facteurs d'ambiance</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les différents types de facteurs d'ambiance et leurs principales caractéristiques <p>Les règles d'implantation</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les règles d'implantation et de présentation des produits - La théâtralisation de l'offre <p>Les actions d'animation/promotion</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les principales techniques de promotion et d'animation - La réglementation applicable aux promotions et aux animations

	<p>l'emploi, de l'organisation, de l'activité) sous format vidéo, sous forme de tutoriel, de story board...</p> <p><u>Ressources pédagogiques</u> : Augment (application de réalité augmentée) ; Folios : pour permettre à l'élève de garder en mémoire la trace de ses activités, compétences mises en œuvre et accompagner sa pratique réflexive. L'outil pourra également être déployé dans le cadre du suivi des différentes étapes du Chef d'œuvre</p> <p> <u>Compétences du XXIème siècle</u> : Créativité, coopération, résolution de problèmes</p> <p> La mise en valeur et la théâtralisation de l'offre fournissent un grand nombre d'opportunités pour développer à la fois la créativité et la coopération dans le cadre de la mise en œuvre d'un chef d'œuvre (en centre de formation, en entreprise ou à l'occasion d'une action ponctuelle d'animation ou de promotion)</p> <p> Transversalité : Arts appliqués</p>	
<p>Participer aux opérations de conditionnement des produits</p> <ul style="list-style-type: none"> - Préparer et nettoyer les équipements et le mobilier - Rassembler le matériel et fournitures nécessaires à l'opération de conditionnement - Sélectionner le(s) produit(s), selon les références, les quantités, les prix - Conditionner et/ou emballer le produit - Calculer le prix de vente - Appliquer les règles d'hygiène, de sécurité et de conservation du 	<p>La sensibilisation croissante des consommateurs aux enjeux écologiques et le développement de l'économie circulaire ont favorisé le développement de la vente en vrac (liquide ou solide) et de la vente au détail de produits alimentaires ou non alimentaires (cosmétique, hygiène, petits articles de bricolage, mercerie, consommables...). De même, les démarches « Zéro déchets » et « zéro emballage », le retour des contenants consignés, modifient les gestes professionnels et imposent le respect de la réglementation qui encadre ces pratiques. Ces modalités de commercialisation nécessitent des conditions d'hygiène et de sécurité irréprochables, entraînant des contraintes dans l'aménagement de l'espace, l'entretien et le remplissage des bacs, le stockage, la préservation des produits et leur étiquetage.</p> <p>-----</p> <p>Dans un contexte commercial concurrentiel, la personnalisation s'adresse désormais à tout type de consommateurs pour une très large gamme de produits : de l'achat d'impulsion au cadeau complémentaire de dernière minute, en passant par le coffret déjà prêt ou réalisé sur mesure, de nombreux univers s'emparent de cette tendance.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ A partir d'un bon de commande, d'une fiche technique, d'une fiche de préparation, d'une photo, de consignes, d'une silhouette type, l'élève sera amené à concevoir et organiser la présentation de paniers cadeaux, <p></p>	<p>L'emballage et le conditionnement</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les techniques de mise en valeur des produits conditionnés - Les fonctions et la nature du conditionnement et de l'emballage - Le matériel et les fournitures nécessaires au conditionnement <p>Le calcul du prix</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le PAHT, le PVHT, le PV TTC en fonction du taux de TVA appliqué, la marge, la réduction commerciale <p>Les règles d'hygiène et de sécurité (s'appliquent aux produits alimentaires et non alimentaires)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les règles appliquées aux

produit et le protocole de traçabilité (1) tout au long du processus selon le produit



paniers gourmands ou assemblages à partir de produits alimentaires ou non alimentaires (coffret cadeaux cosmétique, hygiène, coffret naissance, liste non exhaustive). Selon l'enseigne et les situations d'apprentissage proposées, l'élève disposera d'un degré d'autonomie variable qui lui permettra d'exprimer sa créativité dans le choix des produits dans le respect d'un budget imparti, leur agencement et leur présentation dans les contenants et emballages prévus à cet effet.

↻ En transversalité : Arts appliqués

- Il conviendra de favoriser et diversifier les situations de formation permettant à l'élève de mettre en œuvre les règles d'hygiène et de sécurité dans le cadre des opérations de conditionnement des produits alimentaires et non alimentaires *[pour exemple : produits cosmétiques (règle d'hygiène, de conservation) ; la lingerie (hygiène) ; petits articles de bricolage (visserie...) vendus à l'unité ou au poids (règles de sécurité pour éviter les coupures, les blessures...)]* – Liste non exhaustive



↻ En transversalité : Enseignement de PSE – l'individu dans son milieu professionnel impliqué dans la gestion des risques

Commerces de proximité, supermarchés et hypermarchés investissent le marché en augmentation de la "vente au comptoir" en magasin : entre bars à salade, à soupes..., snacking, préparation des sandwiches ou rayons traditionnels en supermarchés en libre-service ou service assisté, l'apprenant devra être mis en situation de manipuler (déballer, découper, assembler, peser...) les produits en respectant les protocoles et mesures d'hygiène spécifiques liées aux produits alimentaires et non alimentaires, de choisir les emballages et packaging adaptés, de s'assurer de la présence et de l'exactitude des informations portées sur l'étiquetage (prix, informations commerciales, informations réglementaires, DLC...)
↻ Au cours des PFMP et selon la spécificité du point de vente, les élèves seront amenés à observer et à appliquer les règles d'hygiène et de sécurité liées aux produits conditionnés.

Proposition de modalités d'animation : les apprenants seront amenés à analyser les risques liés à une situation concrète (issues de PFMP ou proposées par l'enseignant) selon la méthode des 5M - diagramme d'Ishikawa)

Ressources : fiches pratiques - DGCCRF

Les contextes précités induisent le calcul des prix des produits assemblés (alimentaires ou non alimentaires) (PAHT, PVHT, PV TTC en fonction du taux de TVA



appliqué, réduction commerciale). Il conviendra également de confronter l'apprenant au calcul des équivalences en kilogramme, grammes, litres, unités... ainsi qu'au pesage des produits. Ces apprentissages s'intégreront obligatoirement dans une situation contextualisée.

matériels, emballages et produits d'entretien

- Les règles de conservation
- Les règles appliquées à l'utilisation et au nettoyage du matériel

Les organismes de contrôle

- Les principaux organismes de contrôle et leur rôle

La TVA

- Le rôle de la TVA
- Les principaux taux

➤ Co-intervention : Mathématiques – calculs commerciaux et financiers

- A l'aide d'exemples concrets, l'élève sera sensibilisé aux différentes dimensions de la traçabilité et à ses enjeux (1) :
 - **La traçabilité au sens de la santé et de la sécurité des consommateurs, des utilisateurs** : informations sur les substances présentes (y compris dans l'emballage) / allergies / numéro de lot / rappel des produits / indicateur d'effraction / responsable légal / date limite de consommation / consignes de sécurité / précautions d'emploi... Cette traçabilité doit garantir au consommateur une parfaite sécurité de consommation, de l'achat à la fin de vie du produit.
 - **La traçabilité au sens origine-provenance-logistique** : cette traçabilité doit permettre au consommateur/utilisateur de connaître les conditions de production et d'acheminement des produits, lui permettant le cas échéant de procéder à des arbitrages personnels autres que le prix
 - **La traçabilité au sens de la contrefaçon** : assurance que le produit vient bien de la marque ou de l'origine géographique indiquée sur le produit. Cette traçabilité doit garantir qu'il ne s'agit pas d'une contrefaçon.

On insistera plus particulièrement sur les enjeux et la mise en œuvre de la traçabilité au sens de la santé et de la sécurité des consommateurs. Il conviendra de sensibiliser les élèves au respect de la réglementation et aux conséquences juridiques en cas d'erreur dans des situations concrètes

L'élève sera placé en situation de renseigner un document authentique (fiche ou cahier papier ou numérique) de traçabilité des produits avec rigueur et régularité : cette activité est particulièrement importante dans le cadre des opérations de conditionnement de produits dissociés de lots (constitution de paniers ou coffrets cadeaux ; d'assemblage de produits alimentaires...). Pour ce faire, il devra connaître les principes de la réglementation, les techniques et principaux outils de la traçabilité (code-barres, QR codes, codification EAN, RFID, fiche de traçabilité...)

Ressources

Fiche ou cahier de traçabilité (papier ou numérique) à partir de :

- Ressources professionnelles utilisées par les entreprises partenaires (alimentaires ou non alimentaires)
- D'outils utilisés par les professeurs d'Hôtellerie/Restauration ou d'Alimentation / de la proposition du CREG

Le site des produits rappelés en France : <https://www.oulah.fr/> offre des exemples concrets qui pourraient être intégrés dans un scénario pédagogique

	<p>Proposition de modalités d'animation :</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>L'emballage et le conditionnement</i> : à partir d'un cas concret ou d'un produit spécifique à emballer, amener les élèves à exprimer leur créativité, à développer des compétences relationnelles, à mettre en œuvre un travail collaboratif à travers la conception d'un emballage innovant ou adapté à une spécificité <p>  </p> <p>  </p> <p>  ↻ Transversalité : arts appliqués ↻ Co-intervention : Mathématiques et/ou Français </p> <p>https://eduscol.education.fr/experitheque/consultFicheIndex.php?idFiche=13674</p> <p>  Résolution de problèmes, Coopération, Créativité </p> <ul style="list-style-type: none"> • Organiser l'observation du protocole de traçabilité des produits alimentaires (1) de la restauration scolaire de l'établissement <p>  ↻ TRANSVERSALITE: Les établissements engagés dans une démarche de labellisation E3D trouveront ici une entrée pragmatique pour étayer la réflexion autour du développement durable et de l'économie circulaire </p> <p><u>Ressources</u> Réseau Vrac https://reseauvrac.org/ France inter : de grandes marques veulent remettre la consigne au goût du jour : https://www.franceinter.fr/environnement/loop-des-grandes-marques-veulent-remettre-la-consigne-au-gout-du-jour Veille informationnelle : https://lehub.laposte.fr/tendances/2019-annee-bascule-pour-pratiques-plus-responsables Day by Day : mon épicerie vrac : http://daybyday-shop.com/</p> <p>Compétences du XXIème siècle : sens de l'observation, rigueur, coopération, créativité</p>	
<p>Installer et mettre à jour la signalétique</p> <ul style="list-style-type: none"> - Éditer des étiquettes prix, produits, étiquettes promotionnelles (sous format 	<p>Cette compétence est encadrée par un environnement réglementaire fort. L'information sur le lieu de vente et la publicité sur le lieu de vente font appel à des compétences de communication et à la créativité. Elles s'exercent dans un contexte omnicanal au moyen d'outils numériques ou digitalisés. En revanche, certains environnements professionnels (marché de plein vent par exemple) utilisent des supports de signalétiques dits « traditionnels » : il conviendra donc de positionner</p>	<p>L'information et la publicité sur le lieu de vente</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les informations obligatoires, la réglementation en matière de prix, - Les rôles respectifs de l'ILV et

<p>numérique ou papier, ardoise)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Installer et mettre à jour l'ILV et la PLV - Mettre en place et vérifier le balisage - Vérifier l'exactitude de l'affichage et alerter en cas d'anomalies 	<p>l'apprenant en situation de les mettre également en œuvre.</p> <p>Les situations proposées aux élèves doivent leur permettre d'identifier les différents supports d'ILV/PLV et leurs rôles (par exemple : à partir de l'étude, de la présentation et la comparaison de supports issus de chaque PFMP par les élèves)</p> <p>Les élèves seront placés en situation de créer des supports (affichettes, affiches, bandeaux...) dans des contextes porteurs de sens, en centre de formation ou en PFMP. Il conviendra de sensibiliser les élèves au respect de la réglementation et aux conséquences financières et juridiques en cas d'erreur, à partir de situations concrètes</p> <p>Ressources :</p> <ul style="list-style-type: none"> - CANVA - EASEL.LY - Générateur de QR Code - Etiquettes digitales (en PFMP) - Editeur de création d'étiquette prix - Application de décryptage d'étiquettes alimentaires <p> ↔ En transversalité : Enseignement de PSE (Module D3) ; Arts appliqués</p>	<p>de la PLV,</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les supports de l'ILV et de la PLV <p>L'étiquetage et la traçabilité (1)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les principes de la codification - Les règles d'étiquetage et de marquage des produits selon la législation en vigueur et la typologie des produits - La traçabilité des produits : principes, règles et techniques (1) - Les risques encourus en cas de non-respect des règles <p>La protection du consommateur</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les principales obligations de l'entreprise - Les organismes de protection des consommateurs
<p>Lutter contre la démarque et participer aux opérations d'inventaire</p> <ul style="list-style-type: none"> - Poser les antivol sur les produits - Identifier, repérer et implanter les produits à dates courtes - Repérer et enregistrer la démarque connue - Ranger et compter les produits - Enregistrer le comptage et rendre compte 	<p>La lutte contre la démarque connue et inconnue tout comme la lutte contre gaspillage alimentaire sont des préoccupations majeures des enseignants. Cette lutte, encadrée par la réglementation, revêt un intérêt économique non négligeable. Le titulaire du CAP est en charge d'activités quotidiennes en lien avec la lutte contre la démarque, le gaspillage et les opérations d'inventaire.</p> <p>Proposition de modalité d'animation : Il conviendra de privilégier une démarche concrète adossée à une boutique d'application, à des situations en PFMP ou en établissement scolaire (inventaire des magasins de fournitures – Exemple : STI) ; les situations proposées par l'équipe doivent amener les élèves à s'organiser pour effectuer un inventaire physique dans une boutique d'application.</p> <p>Sensibiliser les élèves aux enjeux de la lutte contre la démarque.</p> <p>Préparer les élèves à effectuer une saisie manuelle et/ou informatique des relevés.</p> <p> Transversalité/Co-intervention : S'INFORMER – INFORMER – COMMUNIQUER - A partir des ressources (campagne de communication) publiées par le Ministère de l'agriculture, FCD, ADEME, France Nature Environnement, de la presse et/ou des partenaires économiques (...), lire et décoder les messages, lire les images... Proposer aux apprenants de créer leur propre « campagne d'information »</p>	<p>La démarque</p> <ul style="list-style-type: none"> - La démarque connue, inconnue, les principales causes - Les moyens de lutte contre la démarque - Les moyens de lutte contre le gaspillage et la réglementation applicable - Les informations à porter sur les documents de démarque <p>L'inventaire</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les objectifs de l'inventaire - Les différents types d'inventaire - Les procédures utilisées - La nature des informations à noter sur les documents

	Compétences du XXIème siècle : créativité ; coopération ; usages des outils numériques	
--	--	--

Proposition de prolongement 1

Le code de l'éducation prévoit qu'une information et une éducation à l'alimentation et à la lutte contre le gaspillage soient dispensées dans les établissements scolaires :

<https://eduscol.education.fr/cid47664/une-education-alimentation-precoce-durable.html>

https://cache.media.eduscol.education.fr/file/alimentation/59/8/programme_national_pour_l_alimentation_743598.pdf

Impliquer les apprenants dans un projet pédagogique proposé en transversalité autour de l'éducation à l'alimentation : par exemple, lutter contre le gaspillage alimentaire dans le contexte de la cantine scolaire

Les deux volets du projet englobent la formation du citoyen et du consommateur et la formation du futur professionnel (adossé au programme)

Cette activité établira un lien direct avec :

- Lien avec l'étiquetage nutritionnel
- Lien avec la lutte contre le gaspillage alimentaire
- Lien avec les circuits économiques
- EMC : « Devenir Citoyen : de l'école au citoyen »

Cette éducation intègre **différentes dimensions** :

- **nutritionnelle** ;
- **sensorielle**, puisque l'éducation au goût est complémentaire de l'approche nutritionnelle. Cela favorise le plaisir de manger et des moments de partage propice aux échanges.
- **culturelle et patrimoniale** : les élèves peuvent découvrir, à travers l'étude de la gastronomie, un art de vivre, la découverte de pratiques culinaires différentes d'un pays à l'autre, la reconnaissance d'un patrimoine culturel immatériel par l'UNESCO, etc.
- **géopolitique** : enjeu mondial avec 7,5 milliards d'êtres humains sur Terre actuellement et 9,8 milliards prévus en 2050, l'accès à une alimentation de qualité et en quantité suffisante interroge les pratiques agricoles, les nouvelles techniques de production, les échanges entre pays, etc.
- **environnementale** : la gestion du gaspillage et des pertes alimentaires, les modes de production agricoles, la performance économique et environnementale, pour ne citer que ses aspects, constituent également un enjeu d'avenir dans le cadre d'une responsabilité collective.

Les professeurs d'économie-gestion, de géographie, PSE (prévention santé environnement), langues vivantes, EPS (éducation physique et sportive), etc., peuvent conduire un ensemble de projets d'éducation à l'alimentation en lien avec les programmes d'enseignement et **les autres acteurs** intervenant au sein de l'établissement scolaire (adjoint économique ou gestionnaire, chef de cuisine, conseiller principal d'éducation, assistant d'éducation, infirmier, médecin, collectivité territoriale, producteur local, association, etc.)

En fonction de la dynamique de classe, pourquoi ne pas envisager un « atelier-relais » adapté aux préoccupations des élèves et au contexte ? (dispositif et outils pédagogiques proposés par Egalim)



↻ Co-intervention : Programme de français - entrer dans l'échange oral : prendre sa place dans le quotidien de la classe (écouter, intervenir, contredire, nuancer, confirmer, reformuler) dans un débat, lors d'un exposé, d'un compte-rendu... en s'appuyant éventuellement sur des notes ou des supports numériques

A partir des préoccupations identifiées par les élèves de la classe, l'atelier-relais et ses outils permettent de confronter leurs points de vue et faire émerger des idées majoritaires et/ou nouvelles.

<https://www.egalimentation.gouv.fr/pages/atelier-relais>

Compétences du XXI^{ème} siècle : Coopération, Créativité, Résolution de problèmes, Communication

Proposition de prolongement 2

L'actualité de la filière, la trace écrite des savoirs-associés, les comptes rendus écrits des activités (...) pourraient faire l'objet d'une transposition dans le cadre d'une publication (feuillelet d'information par exemple) sous une forme dynamique ou sous un format composite (Programme de Français - Supports variés : textes, images, schémas, graphiques, infographie...) en s'attachant à des indices visuels spécifiques (mise en forme, page, colonne, titres, mots-clés...) mettant en œuvre des outils numériques.

La somme des feuillelets d'information devient un objet de synthèse à destination des élèves.

Co-intervention : Programme de français

- Connaissance et maîtrise de la langue
- S'informer, Informer, Communiquer
- Ecriture, Réécriture
- Enseigner le français à l'heure du numérique

Proposition de prolongement 3

Co-intervention : Programme de français

Perspective d'étude : Dire, Ecrire, Lire le métier

« Le livre de stage dont je suis le héros »

Cf. LPO Jean Jaurès CARMAUX (lien Expérithèque)

« Il a été imaginé de tirer profit de l'expérience des PFMP pour proposer un écrit de retour de stage sous forme romanesque et collaborative, intitulée « Le roman dont vous êtes le héros ». Cette pratique a été élaborée par le professeur de français, auquel s'est associée celle d'enseignement professionnel. Les activités concernent le retour réflexif sur les expériences du stage, mais aussi la planification, la « rédaction collaborative et la réflexion sur l'arborescence narrative. Un parcours narratif est pré-formaté à partir d'un encodage numérique (« Textallion ») très facile d'emploi, qui permet la circulation d'un chapitre à l'autre comme la greffe des liens hypertextes. Le numérique propose donc une « maquette » de roman interactif dans laquelle les élèves glissent leur expérience professionnelle, en rendant compte aussi bien des erreurs (imaginées ou réellement vécues) que des réussites. Par le biais de la fiction, le retour des élèves sur leur stage favorise par ailleurs le retour sur les erreurs, plus faciles à raconter que sous la forme d'un témoignage. » Rapport 2019-078 de l'IGEN « Recensement des bonnes pratiques pédagogiques dans l'enseignement

professionnel »

<https://eduscol.education.fr/experitheque/consultFicheIndex.php?idFiche=12955>

BLOC DE COMPÉTENCES 3 : CONSEILLER ET ACCOMPAGNER LE CLIENT DANS SON PARCOURS D'ACHAT

Compétences	Conseils pédagogiques
	<p>Le parcours d'achat peut, pour un produit ou un service donné, « désigner le chemin suivi et les actions entreprises par le client entre le moment où il constate son besoin et celui où il passe à l'achat. Il comprend également des éléments post-achat (utilisation du produit/service, avis, etc.) ». Ce parcours, devenu plus complexe depuis le développement d'Internet, du commerce électronique et du mobile commerce comprend généralement des éléments <i>online</i> et <i>offline</i> et devient naturellement un parcours d'achat omnicanal et phygital (points de vente physiques et interactions en ligne avec les entreprises). Une stratégie omnicanale permet de mettre en synergie les canaux disponibles d'une unité commerciale et d'optimiser leur utilisation simultanée. Les canaux de contact, de vente et de distribution deviennent interconnectés. Ils fonctionnent ensemble au lieu de se concurrencer. La commercialisation des produits ainsi que le conseil et l'accompagnement du client se déroulent désormais dans un contexte omnicanal qui induit la maîtrise par l'équipier polyvalent du commerce de nouvelles compétences.</p>
<p>Préparer son environnement de travail</p> <p>Préparer son matériel</p> <p>Respecter une tenue professionnelle adaptée au contexte et à l'image de l'unité commerciale</p> <p>Vérifier le bon fonctionnement du matériel et des outils d'aide à la vente</p>	<p>La préparation de l'environnement de travail est une étape en amont de la prise de poste. L'élève se rend compte que les activités en back-office sont aussi importantes que celles en front-office.</p> <p>En préparant correctement son environnement de travail, l'élève se met dans de bonnes dispositions et dans de bonnes conditions pour accueillir, accompagner et conseiller le client.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conduire l'élève à vérifier <ul style="list-style-type: none"> - que la caisse soit opérationnelle (fond de caisse préparé et compté, rouleaux de caisse, sacs) ; - que les outils d'aide à la vente sont connectés et fonctionnels (Smartphones, tablettes, écrans, BYOD « bring your own device », AVEC « apportez votre équipement personnel de communication », ...) • Amener l'élève à bien vérifier la balance, en caisse ou sur la surface de vente (tare) • Amener l'élève à préparer son matériel (en alimentaire : les ustensiles nécessaires à son activité tels que couteaux, gants...) • Présenter à l'élève l'importance, le rôle et l'impact de la tenue professionnelle sur l'image du magasin, en lien avec les règles d'hygiène et de sécurité • Mettre l'élève en situation d'appréhender la notion d'ergonomie au travail et d'analyser les impacts positifs pour l'entreprise (économique avec des gains de productivité) et pour le salarié (meilleur confort et davantage de sécurité) mais aussi les conséquences d'une mauvaise ergonomie au poste de travail (mauvaise posture, efforts excessifs, gestes répétitifs sur sa santé physique et psychologique (absentéisme, turn-over, perte de performance, accidents du travail, maladies professionnelles (lien avec la PSE)) • Faire réfléchir l'élève sur la notion d'image, d'image de marque • Conduire l'élève à repérer les enjeux de l'image de l'entreprise (la fidélisation de la clientèle, la confiance des consommateurs, la différenciation des concurrents...) et à appréhender la notion de RSE, facteur qui influence aujourd'hui fortement l'image d'une entreprise. <p>Ressources pédagogiques :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Matériel d'encaissement numérique • Environnement Numérique de Travail

	<ul style="list-style-type: none"> • Catalogues de produits (numérique et papier) • Vidéos <p>Modalités d'animation envisageables (parmi d'autres) :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Répertorier et analyser avec les élèves différentes situations d'encaissement issues d'unités commerciales physiques et notamment celles les accueillant en PFMP ainsi que des sites internet marchands. • Solliciter les entreprises d'accueil des élèves et/ou entreprises locales afin d'observer, de recenser et de tester les différents outils d'aide à la vente et d'encaissement. <p>Pour aller plus loin :</p>  <p>La transversalité avec l'enseignement de la PSE devra être faite dans l'étude des enjeux de la santé et la sécurité au travail et des risques liés à l'activité physique du métier dont l'ergonomie du poste de travail ainsi que lors de l'étude des différents contrats de travail.</p> <p>Compétences du XXIème siècle :</p>  <p>Les mises en situation et les activités proposées doivent permettre de favoriser le sens de l'organisation, de susciter la curiosité et de développer les compétences numériques.</p>
<p>Prendre contact avec le client</p> <p>Accueillir le client</p> <p>S'adapter au contexte commercial et au comportement du client</p> <p>Adopter une attitude d'accueil</p> <p>Favoriser un climat de confiance</p>	<p>La prise de contact avec le client peut se faire aussi bien en face à face (unités commerciales physiques ou chez le client lors de livraisons) qu'à distance (téléphone, réseaux sociaux, chats, e-mail, sms, site internet...). L'élève doit donc être capable de s'adapter à différents contextes (unités commerciales physiques locales, unités virtuelles). Les procédures d'accueil sont propres à chaque unité commerciale. En assurant une prise de contact efficace, l'élève contribue à optimiser l'image de l'entreprise.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mettre l'élève en situation d'appréhender différentes procédures et situations d'accueil et d'en comprendre les enjeux, à partir de contextes variés (unités commerciales physiques ou virtuelles), notamment dans le cadre des PFMP. • Dans le contexte omnicanal, faire réfléchir l'élève sur la complémentarité des canaux de prise de contact et de l'usage du mobile dans la prise de contact avec le client • Conduire l'élève à appliquer une procédure conforme aux codes de l'unité commerciale • Amener l'élève à utiliser différents outils de communication orale (téléphone, voix) et écrite (messages numériques, sms...) • À partir de cas concrets, aborder les enjeux spécifiques de la communication sur les réseaux sociaux. • Etudier avec l'élève l'importance de la communication non-verbale aussi bien en face à face qu'au téléphone (sourire, attitude, gestuelle, positionnement, regard) • Sensibiliser l'élève aux trois formes de communication (interpersonnelle, de groupe, de masse) associées aux différents moyens de communication respectifs • Conduire l'élève à repérer les composantes de la communication verbale à travers l'observation de situations réelles, simulées ou à l'aide de vidéos avec comme support une grille analyse à compléter, réalisée par l'enseignant ou l'élève, seul ou en binôme

- Permettre à l'élève de repérer les enjeux d'une communication professionnelle réussie (satisfaction du client, fidélisation, vente, image positive, avis positifs sur Internet...)
- Insister avec les élèves sur les registres de langage et l'importance d'un niveau de langage adapté dans la communication professionnelle
- Face à l'évolution permanente des canaux de contact avec les unités commerciales et du comportement du client, susciter la curiosité de l'élève pour qu'en veille permanente, il repère cette évolution et ses impacts sur la prise de contact et l'accueil du client
- Montrer à l'élève qu'il n'est pas le seul à participer à l'accueil du client et que l'ambiance, la convivialité, la propreté de l'Unité Commerciale (UC), les facteurs d'ambiance, le rangement... concourent à l'accueil du client
(en lien avec le bloc de compétences 2)

Ressources pédagogiques :

- Plateforme collaborative Slack ou mur collaboratif virtuel en ligne Padlet, webTV
- Fichiers clients
- Sites internet, pages sur les réseaux sociaux
- Procédures et chartes d'accueil recueillies en entreprises
- Articles extraits de la presse spécialisée
- Magazines d'économie-droit (*Pour l'éco, L'éco*) et ses contenus multimédia pourleco.com (payant mais possibilité de le faire acheter par le CDI)
- Logiciel gratuit *Story board Canva ou Easel.ly...*
- Logiciel de création d'équipes ou de groupes aléatoires *Keamk...*
- Téléphone fixe ou mobile ou logiciel de téléphonie (*Kafeo Gestion de contacts*)
- Outils et logiciels numériques dans leurs versions gratuites
- Réseaux sociaux
- Vidéos ressources
- Nuages de mots avec *Wordart...*
- Quizz en ligne avec *Kahoot...*
- Web radio

Modalités d'animation envisageables (parmi d'autres) :

Les élèves peuvent s'appuyer sur leur vécu en PFMP. Il est nécessaire et pertinent de proposer aux élèves des situations professionnelles réelles :

- Répertorier et analyser avec les élèves différentes situations de prise de contact et d'accueil physiques (issues des unités commerciales les accueillant en PFMP) et à distance. Favoriser des situations d'apprentissage réalistes. Varier les contextes : *phygital, Web-to-Store, Click and collect, drive, drive piétons...*
- Permettre aux élèves de prendre contact avec des unités commerciales sous différentes formes notamment dans la recherche de PFMP afin de pouvoir comparer les différentes formes de prise de contact
- Les élèves, par groupe, pourraient choisir une forme de prise de contact (en face à face, au téléphone, message sur un réseau social, sms, chat...) et réaliser un storyboard numérique (*exemple de logiciel gratuit : Canva, Easel.ly...*). Les productions des élèves pourraient faire l'objet d'une présentation orale et viendraient alimenter

	<p>un mur collaboratif virtuel en ligne</p> <ul style="list-style-type: none"> • Impliquer les élèves dans un projet où l'objectif principal serait la prise de contact sous différentes formes (<i>par exemple recenser le devenir des anciens élèves de la filière</i>). Cette situation professionnelle permettrait aux élèves d'occuper un rôle professionnel et de s'exercer • Mettre les élèves en situation grâce à des jeux de rôles, des simulations enregistrées ou filmées • Création de tutoriels par les élèves <p>Pour aller plus loin :</p>  <p>La construction des compétences concernées par les notions de communication écrite et orale pourra faire l'objet d'une co-intervention avec le professeur de lettres-histoire lors des objets d'étude liés aux compétences : communiquer, écrire le métier, lire le métier, connaître et maîtriser la langue (expression orale).</p> <p>Par ailleurs, il est nécessaire de rappeler la réglementation liée à l'utilisation des données personnelles et à leur exploitation.</p> <p>Compétences du XXIème siècle :</p>  <p>Les mises en situation, les activités proposées et les PFMP doivent permettre de développer la curiosité des élèves, leurs compétences numériques et celles liées à l'écoute active, la capacité à utiliser des outils de communication, de favoriser leur sens de l'organisation, de donner de l'autonomie.</p>
<p>Accompagner le parcours client dans un contexte omnicanal</p> <p>Adopter une écoute active</p> <p>Identifier la demande du client, la prendre en compte et/ou la transférer au responsable</p> <p>Orienter le client</p> <p>Informé le client</p> <p>Conseiller le client</p> <p>Accompagner le client dans l'utilisation des outils digitaux</p> <p>Présenter le ou les produits</p>	<p>Pour se procurer un produit, le client a à sa disposition plusieurs moyens physiques ou digitaux. Le parcours client s'entend en amont de l'arrivée du client sur l'espace de vente. Il peut recenser toutes les informations nécessaires à son futur achat en consultant les sites internet des points de vente ou des marques. L'équipier polyvalent doit pouvoir répondre à la demande des clients.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conduire l'élève à observer le contexte dans lequel le client arrive dans l'unité commerciale • Permettre à l'élève d'identifier la demande du client à l'aide d'un questionnaire pertinent, d'une écoute active, d'une observation efficace à partir d'analyses de vidéos, de simulations et en PFMP • Sensibiliser les élèves à l'émergence des nouveaux modes de consommations des clients (bio, vegan, sans gluten...) • Permettre à l'élève de repérer les nouveaux modes de consommation et l'évolution des comportements d'achat des clients (consommation responsable, recyclage, attente forte vis-à-vis de la santé, recherche de qualité et de transparence, commerce virtuel, mixité des achats physiques et en ligne : le concept des omni consommateurs, l'économie circulaire, les monnaies électroniques). Cela pourra prendre différentes formes : participation à la semaine de l'Economie Solidaire et Sociale, à la semaine du goût ; analyse d'articles de presse en organisant une revue de presse hebdomadaire ou mensuelle et une mutualisation sous forme d'exposés et de comptes rendus écrits sur un mur virtuel collaboratif • Recourir aux fiches techniques pour répondre à la demande du client • Amener l'élève à s'approprié l'espace commercial, à en comprendre l'organisation pour accompagner le client • Amener l'élève à réfléchir sur les différents services associés aux produits ou à l'offre (livraison, installation,

<p>Proposer des services associés</p> <p>Renseigner le bon de commande, le document de vente et rédiger, un message</p> <p>Remettre les colis et produits réservés aux clients</p> <p>Réaliser des livraisons</p>	<p>retouche, carte de fidélité, programme de fidélisation dématérialisé, extension de garantie, commande de produit, devis, ...)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conduire l'élève à appliquer une méthodologie de conseil en proposant notamment des démonstrations, dégustations, tests de produit. • Déterminer les quantités nécessaires de produits en fonction du besoin exprimé par le client (<i>co-intervention maths</i>) • Permettre à l'élève de maîtriser les nouveaux outils d'aide à la vente afin d'accompagner le client dans leur utilisation (borne interactive, tablette, caisse libre-service, point de collecte des colis,...) • Proposer aux élèves d'étudier les différents documents liés à la commande au travers de documents issus de PFMP. Prise de commande manuelle ou numérique. • Amener l'élève à administrer le suivi d'une commande client afin de lui remettre son produit en respectant les procédures (Click & collect) • En fonction des lieux de PFMP, l'élève pourra être amené à réaliser des livraisons. Il faudrait ainsi veiller à accompagner l'élève dans la mise en place des procédures de la relation client à domicile <p>Ressources pédagogiques :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Matériel d'encaissement numérique/caisses tactiles • Environnement Numérique de Travail • Fiches techniques et argumentaires de produits. • Magasin pédagogique • Sites marchands • Supports collectés en entreprise • Echantillons, produits de démonstration <p>Modalités d'animation envisageables (parmi d'autres) :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Solliciter les entreprises d'accueil pour présenter les nouvelles technologies, les différents moyens de digitalisation de l'unité commerciale, les pratiques de vente et les services (<i>Click & collect, express click & collect, click & reserve, borne interactive, espaces de co-working, mur digital, géocalisation des produits et recherches de produits en magasin, Web in store : commandes de produits par le conseiller pour le client sur tablettes...</i>) • Visiter les nouveaux concepts de point de vente • Utiliser le magasin pédagogique pour mettre l'élève en situation <p>Pour aller plus loin :</p> <p>La construction des compétences concernées par les notions de quantités à déterminer, du rendu-monnaie, de différents calculs inhérents à la vente et à l'encaissement et des documents commerciaux pourra faire l'objet d'une co-intervention avec le professeur de mathématiques et de l'utilisation du tableur lors de l'étude du domaine Calculs commerciaux et financiers.</p> <p>Compétences du XXIème siècle :</p> <p>Les mises en situation et les modalités pédagogiques proposées doivent permettre de développer l'écoute active et la curiosité des élèves vis-à-vis de leur environnement professionnel, des capacités d'analyse, les compétences numériques. Elles devront également contribuer à développer l'autonomie, la réactivité et la</p>
---	---



	prise d'initiatives des élèves.
<p>Finaliser la prise en charge du client</p> <p>Enregistrer les achats et/ou retours</p> <p>Proposer un moyen de fidélisation</p> <p>Encaisser et/ou accompagner l'encaissement digital, automatique et/ou mobile</p> <p>Réaliser les opérations complémentaires à l'encaissement</p> <p>Prendre congé</p> <p>Fermer la caisse et procéder aux opérations de clôture</p> <p>Collecter et actualiser l'information</p>	<p>C'est la fin du parcours client et l'élève doit veiller au bon déroulement de cette finalité de prise en charge.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Amener l'élève à s'adapter à l'univers d'encaissement en l'informant et en pratiquant sur les différents moyens d'encaissement (<i>encaissement traditionnel, automatique, sur tablette, sans contact, mobile, en rayon...</i>) • Conduire l'élève à appliquer une méthodologie de procédures suivant les moyens d'encaissements et les procédures de dépannage • Présenter à l'élève les services après encaissement tels que l'ensachage, l'emballage cadeau... • Présenter à l'élève les différents services et documents liés à l'encaissement et l'amener à les maîtriser (<i>facture, bon de garantie, fichier client...</i>) • Permettre à l'élève de maîtriser l'encaissement manuel avec le rendu de monnaie, le contrôle du chèque... • Amener l'élève à maîtriser la clôture de la caisse (Ticket Z, les moyens de paiement, les bons de réduction, le fond de caisse) (co-intervention maths) • Présenter à l'élève les différents modes de fidélisation et les informations pouvant être collectées et utilisées et la réglementation en vigueur <p>Ressources pédagogiques :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Matériel d'encaissement numérique • Environnement Numérique de travail • Fiches techniques et argumentaire de produits • Magasin pédagogique • Sites marchands • Supports/ outils collectés en entreprise <p>Modalités d'animation envisageables (parmi d'autres) :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Solliciter les entreprises d'accueil pour présenter les nouvelles technologies d'encaissement (<i>caisses automatiques, paiements sans contact en caisse et en rayon...</i>) • Visiter les nouveaux concepts de point de vente, à défaut les découvrir à travers des vidéos et une grille d'observation et d'analyse (avantages/limites pour l'unité commerciale et pour le client) • Mettre en œuvre une situation d'encaissements variés <p>Pour aller plus loin : Insister sur la réglementation de la communication électronique.</p> <p>Compétences du XXIème siècle :</p> <div style="display: flex; align-items: center;">  <p>Organisation, rigueur</p> </div>

Recevoir les réclamations courantes

Écouter et identifier clairement le type de réclamation

Proposer une action corrective dans le cas d'une réclamation simple

Transférer les réclamations non solutionnées au responsable

Expliquer au client la solution proposée

Le traitement des réclamations courantes est un processus à part entière dans le parcours client qui permet de créer des relations durables avec le client. Il participe aussi bien à la satisfaction qu'à la fidélisation du client. L'équipier polyvalent doit pouvoir recevoir les réclamations courantes sans se mettre en difficulté en proposant une solution satisfaisante au client.

- Amener l'élève à écouter activement le client
- Permettre à l'élève d'identifier le type de réclamation :
 - Soit elle est simple, c'est-à-dire qu'il peut y répondre sans faire appel à son responsable ;
 - Soit l'élève n'a pas de solution à proposer et doit donc transférer la réclamation à son responsable.
- Insister auprès de l'élève sur la nécessité de prendre et noter le message correctement (sans erreurs), lisiblement afin qu'il puisse le transmettre à son responsable
- Conduire l'élève à expliquer au client la solution qui lui est proposée avec calme, empathie et clarté
- Sensibiliser l'élève à l'importance de la gestion des réclamations, des retours et échanges clients, à son impact et à sa contribution dans la satisfaction et la fidélisation du client

Ressources pédagogiques :

- Matériel d'encaissement numérique
- Environnement Numérique de Travail
- Catalogues de produits
- Bloc note ou logiciel CRM/GRC
- Fichiers clients
- Supports de communication
- Documents commerciaux (facture...)
- Conditions Générales de Vente (CGV)
- Procédures (retours clients...)

Modalités d'animation envisageables (parmi d'autres) :

- Répertorier et analyser avec les élèves différentes réclamations courantes issues de commerces physiques et notamment de ceux les accueillant en PFMP, ainsi que des sites internet marchands. Varier les contextes: *phygital, Web-to-Store, Click and collect...*
- Solliciter les entreprises d'accueil des élèves et/ou entreprises locales afin de recenser les différents outils d'aide à la vente et logiciel de GRC dans les différents points de vente.
- Réaliser des jeux de rôles et des simulations en magasin pédagogique
- Proposer aux élèves des mises en situation à partir des procédures de retours clients récupérées en PFMP et sur différents sites internet marchands.

Pour aller plus loin :



Transversalité : faire du lien avec le PSE lors de l'étude des risques sociaux.

Compétences du XXIème siècle :



Les mises en situation et les activités proposées doivent permettre de développer les compétences liées à l'écoute active, à l'empathie et à des méthodes simples de gestion du stress.