

|  |
| --- |
| Baccalauréat professionnel Métiers du commerce et de la vente |
| Sous-épreuve E33 : Fidélisation de la clientèle et développement de la relation clientÉpreuve orale en CCF - Coefficient 3  |
| GRILLE D’ÉVALUATION |
| Situation d’évaluation n°2Phase de présentation de la mise en œuvre de l’action de FDRC retenue | ***Durée 20 minutes*** ***10 minutes de présentation******10 minutes d’entretien*** |
| Session :Date de l’épreuve : | **Établissement :** |
| Nom et prénom du (de la) candidat(e) : ……………………………………………………………………………………………Numéro du (de la) candidat(e) : ……………………………………………………………………………………………………… |
| Composition de la commission d’interrogation :M / Mme ……………………………………………………professeur(e) d’économie gestion du (de la) candidat(e)M / Mme ………………………………………………… professionnel(le) du secteur du commerce et de la venteFonction ……………………...…………Entreprise …………………………………………………………………………………………M / Mme ……………………………………………………professeur(e) d’économie gestion du (de la) candidat(e) |
| Le dossier d’évaluation de la « phase de mise en œuvre » comprend :* Les degrés de maîtrise pour déterminer le profil du candidat
* La grille des critères et indicateurs d’évaluation
* La fiche de commentaires objectivés
 |

**Degrés de maîtrise des compétences pour déterminer le profil du candidat lors de la**

**« Phase de mise en œuvre »**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **1. Novice** | **2. Débrouillé** | **3. Averti** | **4. Expert** |
| 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 clairementUtilise un support numérique peu adapté | Communique clairement, utilise un support numérique adapté | Réalise une communication structurée et professionnelle en utilisant un support numérique attractif |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **CONTRIBUER À DES ACTIONS DE FIDÉLISATION ET DE DÉVELOPPEMENT DE LA RELATION CLIENT** | **Critères et indicateurs d’évaluation** | **PROFIL** |
| **1** | **2** | **2** | **4** |
| * **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)
* **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)

**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) |  |  |  |  |
| **ÉVALUER LES ACTIONS DE FIDÉLISATION ET DE DÉVELOPPEMENT DE LA RELATION CLIENT** | **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)**Pertinence de l’analyse des résultats**(Analyse des performances commerciales : indicateurs quantitatifs et qualitatifs, analyse des difficultés rencontrées et surmontées, analyse des acquis)**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)**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) |  |  |  |  |

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**

**Situation d’évaluation n°2 : Phase de présentation de la mise en œuvre de l’action de FDRC retenue**

|  |
| --- |
| **Commentaires objectivés****Professionnalité du candidat dans sa capacité à :*** **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**
 |
| **Appréciation globale** |

|  |  |
| --- | --- |
| **Nom et signature des membres de la commission d’interrogation** | **Note :****/ 20** |