



**ACADÉMIE
DE CRÉTEIL**

*Liberté
Égalité
Fraternité*



Option A : Animation et gestion de l'espace commercial
Option B : Prospection clientèle et valorisation de l'offre commerciale

Accompagnement pour la sous-épreuve E33 :

« Fidélisation de la clientèle et développement de la relation client »

1- Rappel réglementaire :

Activité 3 : Fidélisation de la clientèle et développement de la relation client

Condition d'exercice du détenteur du BAC MCV dans le cadre de l'activité 3 :

Le titulaire du diplôme participe aux actions qui visent à fidéliser la clientèle actuelle et à lui proposer de nouveaux produits et/ou de nouveaux services. Il évalue les résultats de ces actions de fidélisation et de développement de la relation client. À cette occasion, il exploite et enrichit le système d'information commercial de l'entreprise.

Les résultats attendus dans le cadre de l'activité 3 seront :



- Les informations utiles à la fidélisation sont remontées au responsable et aux services concernés,
- Les données clients sont exploitées de façon pertinente,
- Les outils de fidélisation existant dans l'entreprise sont proposés et mis en œuvre en fonction du profil du client,
- Les actions de fidélisation sont proposées et organisées en cohérence avec la politique commerciale de l'entreprise,
- Les sollicitations des clients (appels, mails, commentaires sur les réseaux sociaux...) reçoivent des traitements adaptés,
- Des ventes au rebond sont réalisées,
- Les animations et promotions mises en œuvre permettent d'atteindre les objectifs fixés,
- Les actions de fidélisation de la clientèle et de développement de la relation client sont évaluées en vue de leur éventuelle amélioration,
- La relation client est pérennisée dans le temps.

Groupe de compétences 3 : Fidéliser la clientèle et développer la relation client

Le contexte professionnel :

Le titulaire du baccalauréat professionnel Métiers du commerce et de la vente joue un rôle majeur omnicanal, dans un environnement fortement concurrentiel, face à une clientèle mieux informée et plus exigeante. Il agit dans le respect de la réglementation en vigueur et des procédures de son entreprise.

Dans ce contexte, pour assurer des actions de fidélisation et/ou de développement de la relation client ce dernier dispose :

- Du SIC (système d'information commercial)
- De moyens de communication, d'objectifs fixés, d'un budget à respecter
- D'outils et supports de fidélisation
- D'argumentaires de vente

Réglementation de la sous-épreuve E33 : Fidélisation de clientèle et développement de la relation client

Objectifs et contenus de la sous-épreuve :

Cette sous-épreuve vise à évaluer les capacités du candidat à :



- Réaliser une analyse de la mise en œuvre de la fidélisation de la clientèle et/ou du développement de la relation client (FDRC) dans l'organisation d'accueil,
- Prendre en compte les objectifs, les contraintes et l'environnement de l'organisation en vue de proposer de nouvelles actions de fidélisation de la clientèle et/ou de développement de la relation client,
- Contribuer à la mise en œuvre d'une action de fidélisation de la clientèle et/ou de développement de la relation client
- Établir le bilan commercial de l'action et mesurer les apports personnels de la démarche mise en œuvre.

La sous-épreuve se rapporte à la maîtrise du groupe de compétences 3 « *Fidéliser la clientèle et développer la relation client* »

L'évaluation de cette sous-épreuve se déroule en contrôle en cours de formation (CCF) durant les PFMP de l'année de terminale et comporte 2 phases.

Points de vigilances :

- Les deux périodes de PFMP de la classe de terminale s'effectuent dans l'option choisie. **Les PFMP 5 et 6 sont réalisées dans la même organisation afin de permettre la réalisation des deux phases de l'action de FDRC.**
- Dans le cas contraire, une dérogation est accordée de plein droit dans les cas suivants :



- L'organisation est dissoute ou liquidée. L'élève ne peut par conséquent réaliser sa PFMP 6. Produire un justificatif : copie d'écran d'un site d'information légale
- L'organisation refuse d'accueillir à nouveau le candidat pour effectuer sa PFMP 6. Produire un justificatif : écrit de l'organisation signifiant le motif du refus

Toute autre situation dérogatoire doit être soumise à l'avis de l'inspecteur d'académie en charge du baccalauréat professionnel MCV concerné.

MCV A : M Jean-François GABORET : jean-francois.gaboret@ac-creteil.fr

MCV B : Mme Angélique VALETTE : angelique.valette@ac-creteil.fr

Dans le cas où le candidat n'effectue pas ses deux PFMP dans la même entreprise, il doit être mis en place un accompagnement spécifique lui permettant de redéfinir ses propositions d'actions de FDRC ; et ce avant la fin de la première semaine de la PFMP 6 afin de mettre en place l'évaluation de la seconde phase dans les délais. Les propositions redéfinies ne remettent pas en cause l'évaluation de la phase 1 réalisée lors de la PFMP 5.

SITUATION D'ÉVALUATION 1 : PHASE PRÉPARATOIRE A LA MISE EN ŒUVRE D'UNE ACTION DE FDRC INTERROGATION ORALE

Critères d'évaluation



- 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 communication orale et écrite.

Déroulement de l'interrogation :

L'interrogation se déroule **lors de la première PFMP de l'année de terminale (PFMP5)** dans l'organisation d'accueil.

La présentation numérique doit être terminée au moment de l'interrogation.

L'absence de présentation numérique n'empêche pas l'interrogation mais l'item "**Qualité de la communication orale et écrite**" sera positionné en "**novice**" dans la grille (comme stipulé dans la grille d'évaluation).

L'interrogation dure 20 minutes maximum. Elle se déroule en deux phases :

⇒ **1^{ère} phase : présentation par le candidat (10 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 pour aboutir à deux propositions d'actions de FDRC dont il justifie la pertinence et la cohérence pour l'organisation. Il s'agit donc bien d'une analyse et non d'une simple description ou photographie à un instant t. L'analyse inclut une réflexion approfondie du candidat. Une simple énumération des FDRC ne saurait suffire. Cette analyse débouche en cohérence sur deux propositions de FDRC (nouvelles ou d'approfondissement).

Cette présentation doit comporter les éléments suivants :

A- Analyse de la stratégie de fidélisation de la clientèle et / ou de développement de la relation client dans l'organisation d'accueil :

- Contexte et démarche mercatique (activité, CA, effectifs, profils clients, segmentation, concurrence...),
- Diagnostic des actions de FDRC, description de l'existant :
Outils de l'entreprise (blogs, réseaux sociaux, carte de fidélité, mercatique digitale, e-réputation...),
Les événements et/ou opérations de FDRC (événements commerciaux, opérations commerciales, actions de mercatique directe, action de promotion des ventes...),
Analyse de la vente au rebond (décrire le processus de la vente au rebond au sein de l'organisation),
Analyse SWOT : forces, faiblesses, menaces et opportunités.
- Bilan des actions existantes, regard critique, possibilité de faire une évaluation globale des forces et des faiblesses, des opportunités et des menaces des actions mises en place par l'entreprise.

B- Proposition de 2 actions de FDRC.

Elles peuvent être justifiées grâce à une analyse approfondie menée par exemple à l'aide du QQQCCP.

Qui (personnes concernées, cible visée ?), Quoi (en quoi consiste l'action ?), Où (où va-t-elle se dérouler ?), Quand (à quel moment l'action va-t-elle se dérouler ?), Comment (Quelles sont les étapes de mon action, comment va-t-elle se dérouler ?), Combien (Combien de temps va durer l'action ? Quel est le budget nécessaire à la réalisation de cette action ?) Pourquoi ? (Quels sont les objectifs quantitatifs et/ou qualitatifs de cette action ?

⇒ 2^{nde} phase : entretien avec le candidat (10 minutes maximum)

L'entretien vise à approfondir l'exposé présenté par le candidat.

A la fin de cette épreuve le jury positionne le candidat sur la grille d'évaluation et apporte un soin particulier à la rédaction du commentaire objectif ainsi qu'à l'appréciation globale

À la fin de cette épreuve orale, **la commission d'interrogation se concerte** et remet au candidat une « feuille de route » qui précise l'action de FDRC retenue à mettre en œuvre.

La feuille de route est **signée par la commission et le candidat** pour contractualiser la démarche de FDRC à mettre en œuvre lors de la PFMP 6.

Il est demandé de rédiger la feuille de route en 3 exemplaires : 1 exemplaire à conserver par l'enseignant, 1 exemplaire destiné à l'élève et 1 exemplaire à remettre au tuteur afin que chaque partie prenante possède une trace du travail à fournir dans le cadre de la phase 2 de la sous-épreuve.

Il est également demandé de conserver la trace de la présentation numérique du candidat.

Le candidat est invité à rendre compte régulièrement de l'état d'avancement de l'action à son tuteur(tutrice) dans le respect de ses impératifs professionnels.

Composition de la commission d'interrogation :

La commission d'interrogation est composée du tuteur ou du maître d'apprentissage et de l'un des professeurs d'économie gestion du candidat.



GRILLE SOUS-EPREUVE E33 PHASE 1
(Word et PDF)

FEUILLE DE ROUTE
(Word et PDF)



SITUATION D'ÉVALUATION 2 : PHASE DE PRÉSENTATION DE LA MISE EN ŒUVRE DE L'ACTION DE FDRC RETENUE INTERROGATION ORALE

Critères d'évaluation



- Qualité de la contribution à l'opération de fidélisation et/ou de développement de la relation client,
- Opportunité de la proposition de vente 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

Déroulement de l'interrogation :

L'interrogation se déroule dans l'organisation d'accueil au cours de la dernière PFMP ou dans le centre de formation à l'issue de la dernière PFMP.

La présentation numérique doit être terminée au moment de l'interrogation.

L'absence de présentation numérique n'empêche pas l'interrogation mais l'item "**Qualité de la communication orale et écrite**" sera positionné en "**novice**" dans la grille d'évaluation (comme stipulé dans la grille d'évaluation).

L'interrogation dure 20 minutes maximum. Elle se déroule en deux phases :

⇒ **1^{ère} phase : présentation par le candidat (10 minutes maximum)**

Le candidat présente, à l'aide d'un outil de présentation numérique de son choix, la façon dont l'action de FDRC retenue lors de la PFMP 5 a été mise en œuvre lors de sa PFMP 6 et en fait le bilan. Il n'est pas interrompu pendant son exposé.

ATTENTION : mettre en œuvre l'action de FDRC retenue veut dire que le candidat doit obligatoirement s'impliquer dans l'organisation et concrètement réaliser son action de FDRC. Pour autant, cette mise en œuvre peut ne pas produire des effets puisque partiellement réalisée (pour cause de budget, de temps, de menace ...). Dans ce cas précis d'action de FDRC non totalement réalisée, le candidat doit pouvoir expliciter les tenants et aboutissants de son action de FDRC en envisageant les différents outils, moyens, techniques ou méthodes commerciales à mobiliser.

Cette présentation doit comporter les éléments suivants :

- A- Contribution à l'action de FDRC retenue (rappel de l'action choisie sur la feuille de route, présentation de son cadre opérationnel, contribution à l'opération de FDRC, proposition de ventes au rebond)
- B- Bilan de l'action de FDRC (enrichissement et actualisation du SIC, analyse des résultats, des difficultés rencontrées, des acquis personnels et professionnels, propositions d'amélioration)

⇒ 2^{nde} phase : entretien avec le candidat (10 minutes maximum)

L'entretien vise à approfondir l'exposé présenté par le candidat.

Il est demandé de conserver la trace de la présentation numérique du candidat.

A la fin de l'épreuve, le jury positionne le candidat sur la grille d'évaluation et apporte un soin particulier à la rédaction du commentaire objectif ainsi qu'à l'appréciation globale. Il propose une note sur 20 affectée du coefficient 3. La proposition de note ne doit pas être communiquée au candidat.

Composition de la commission d'interrogation :

La commission d'interrogation est composée du tuteur ou du maître d'apprentissage et de l'un des professeurs d'économie gestion du candidat. En l'absence du tuteur, un autre professeur d'économie-gestion du candidat est mobilisé.



GRILLE SOUS-EPREUVE E33 PHASE 2 (Word et PDF)



