



Région académique
NOUVELLE-AQUITAINE

Baccalauréat professionnel Métiers du commerce et de la vente

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

Épreuve orale en CCF - Coefficient 3

GRILLE D'ÉVALUATION

Situation d'évaluation n°2	<i>Durée 20 minutes 10 minutes de présentation 10 minutes d'entretien</i>
Phase de présentation de la mise en œuvre de l'action de FDRC retenue	
Session :	Établissement :
Date de l'épreuve :	
Nom et prénom du (de la) candidat(e) :	
Numéro du (de la) candidat(e) :	
<u>Composition de la commission d'interrogation :</u>	
M / Mmeprofesseur(e) d'économie gestion du (de la) candidat(e)	
M / Mme professionnel(le) du secteur du commerce et de la vente	
Fonction Entreprise	
M / Mmeprofesseur(e) d'économie gestion du (de la) candidat(e)	
<u>Le dossier d'évaluation de la « phase de mise en œuvre » comprend :</u>	
<ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Les degrés de maîtrise pour déterminer le profil du candidat <input type="radio"/> La grille des critères et indicateurs d'évaluation <input type="radio"/> 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 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

CONTRIBUER À DES ACTIONS DE FIDÉLISATION ET DE DÉVELOPPEMENT DE LA RELATION CLIENT	Critères et indicateurs d'évaluation	PROFIL			
		1	2	2	4
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> <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

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

Commentaires objectifs

Professionalité 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