



**ACADÉMIE  
DE NANCY-METZ**

*Liberté  
Égalité  
Fraternité*

# **BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL COMMERCE ET VENTE**

Cahier des charges : épreuve E33 en CCF

## **Fidélisation de la Clientèle et Développement de la Relation Client**

(En application à la rentrée de septembre 2021)

Sous la responsabilité

De l'**Inspecteur Education Nationale**  
**M. Josselin LEMAIRE**

Et rédigé par le chargé de mission  
**Johnny EISENHAUER**

## Référentiel et règlement d'examen :

Lien	QRcode
<a href="https://miniurl.be/r-3swq">https://miniurl.be/r-3swq</a>	

### Extraits du référentiel en lien avec l'activité 3 :

#### Fidélisation de la clientèle et développement de la relation client

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 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.

#### Les 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 se fera par contrôle en cours de formation (CCF) et elle comporte **deux** situations d'évaluation.

**Le candidat devra réaliser ses 2 périodes (PFMP 5 et 6) en milieu professionnel de la classe de terminale au sein de la même organisation afin de pouvoir mener à bien son action de FDRC.** Il importe donc que l'accord de l'organisation soit obtenu pour les deux PFMP dès le début de la relation conventionnelle.

A défaut, la situation devient dérogatoire. La dérogation est accordée de plein droit dans les cas suivants :

Situation	Justificatif à produire en vue du jury académique final
L'organisation de la PFMP 5 refuse d'accueillir à nouveau le candidat en PFMP 6	Écrit (courriel, courrier...) de l'organisation signifiant le refus
L'organisation de la PFMP 5 est liquidée ou dissoute lors de la PFMP 6	Copie d'écran d'un site d'information légale

Toute autre situation dérogatoire doit être soumise à l'autorité académique (IEN). Toutes les situations dérogatoires supposent la redéfinition par le candidat de ses propositions d'actions de FDRC (*voir ci-après : situation 1*), avant la fin de la première semaine de la PFMP 6.

**Les propositions ainsi redéfinies n'invalident pas l'évaluation de la situation 1, si elle a pu avoir lieu, lors de la PFMP 5. La situation 2 sera positionnée aussi tardivement que possible et dans tous les cas lors de la dernière semaine de PFMP 6.**

Le jury académique final est positionné lors de la première quinzaine du mois de juin. Les remontées des informations sont attendues pour **le 31 mai**.

## Situation d'évaluation 1 :

Phase préparatoire à la mise en œuvre d'une action de FRDC  
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

Liens vers la grille d'évaluation de la situation 1 : *(annexe 1)*

Type	Lien	QRcode
PDF	<a href="https://miniurl.be/r-3swr">https://miniurl.be/r-3swr</a>	
WORD	<a href="https://miniurl.be/r-3sws">https://miniurl.be/r-3sws</a>	

### Déroulement de l'interrogation :

L'interrogation se déroule **lors de la première PFMP de l'année de terminale (PFMP 5)** 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 d'évaluation. L'interrogation dure **20 minutes maximum**. Elle se déroule en deux phases :

⇒ **1<sup>ère</sup> 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 (FRDC) et celle de son organisation qui aboutit à deux propositions d'actions de FRDC dont il justifie la pertinence et la cohérence pour l'organisation.

Cette présentation **peut** suivre le canevas suivant :

- Contexte et démarche mercatique (activité, CA, effectifs, profils clients, segmentation, concurrence...)
- Diagnostic des actions de FRDC
- Bilan de ces actions
- Proposition de 2 actions de FRDC

⇒ **2<sup>nde</sup> phase** : entretien avec le candidat (**10 minutes maximum**)

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

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 et à mettre en œuvre.

La feuille de route est **signée par la commission et le candidat** pour contractualiser l'action. 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

**Liens vers la feuille de route :** (*annexe 2*)

Type	Lien	QRcode
PDF	<a href="https://miniurl.be/r-3swv">https://miniurl.be/r-3swv</a>	
WORD	<a href="https://miniurl.be/r-3sww">https://miniurl.be/r-3sww</a>	

## Situation d'évaluation 2 :

Phase de présentation de la mise en œuvre de l'action de FRDC retenue  
Interrogation orale

L'interrogation dure **20 minutes maximum** et se situe dans le prolongement de la situation d'évaluation 1.

À partir de l'analyse de la situation de fidélisation et/ou développement de la relation client (FRDC) et de la feuille de route évoquées précédemment, le candidat présente la mise en œuvre opérationnelle de l'action de FRDC retenue par le jury.

### 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 ventes au rebond,
- Justesse de l'enrichissement et de l'actualisation du Système d'Information Commerciale,
- Pertinence de l'analyse des résultats,
- Intérêt des propositions d'amélioration,
- Qualité de la communication orale et écrite.

Lien vers les grilles d'évaluation de la situation 2 : **(annexe 3)**

Type	Lien	QRcode
PDF	<a href="https://miniurl.be/r-3swt">https://miniurl.be/r-3swt</a>	
WORD	<a href="https://miniurl.be/r-3swu">https://miniurl.be/r-3swu</a>	

### Déroulement de l'interrogation :

L'interrogation se déroule dans l'organisation d'accueil au cours de la dernière PFMP (PFMP 6) ou dans le centre de formation **à l'issue** de la dernière PFMP dans un délai raisonnable.

L'interrogation dure **20 minutes maximum**.

Elle se déroule en deux phases :

⇒ **1<sup>ère</sup> phase** : présentation de la mise en œuvre de l'action de FRDC (**10 minutes maximum**)

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

Cette présentation **peut** suivre le canevas suivant :

**Première partie :**

Je contribue à des actions de fidélisation et de développement de la relation client.

- Rappel de la feuille de route en spécifiant la nature de l'action, ses objectifs (avec indicateurs d'évaluation) et la cible (profil clients),
- Les moyens engagés en rapport avec les objectifs : outils de fidélisation (numériques ou non), outils de développement de la clientèle (numériques ou non), moyens financiers, moyens commerciaux, moyens humains...,
- Le processus détaillé avec la mise en évidence de la contribution du candidat
- Ventes au rebond induites par l'événement ou l'opération en face à face ou à distance

**Seconde Partie :**

J'évalue mon action de fidélisation ou développement de la relation client

- Bilan quantitatif et/ou qualitatif eu égard aux objectifs,
- Préconisations de remédiation/d'amélioration de l'action de FDRC,
- Le bilan des acquis du candidat.

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.

La non mise en place de l'action n'empêche pas l'interrogation mais les items concernés ne pourront dépassés **la proposition** ci-dessous :

Critères d'évaluation		Niveau maximal atteignable	
Position dans la grille	Item	Descripteur	Degré de maîtrise
2	Qualité de la contribution à l'opération de FDRC	Décrit correctement sa contribution à l'action	Averti (3)
3	Opportunité de la proposition de ventes au rebond	Repère les principales opportunités commerciales de ventes au rebond	Averti (3)
5	Pertinence de l'analyse des résultats	Ne présente ni bilan des acquis ni bilan commercial	Novice (1)
6	Intérêt des propositions d'amélioration	Ne préconise pas d'améliorations au regard du bilan de l'action de FDRC	Novice (1)

⇒ **2<sup>nde</sup> phase** : entretien avec le candidat (**10 minutes maximum**)

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

**Composition de la commission d'interrogation :**

La commission d'interrogation est composée du tuteur (à inviter en conséquence) 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** (pas un tuteur d'un autre élève).

**Communication des éléments d'évaluation au jury académique final :**

À l'issue de chaque situation d'évaluation, la commission procède à l'évaluation des acquis des candidats sur la base des critères définis pour la sous-épreuve.

Elle renseigne ensuite la grille nationale fournie à cet effet afin de proposer une note sur 20 affectée du coefficient 3. La proposition de note ne doit pas être communiquée au candidat.

La commission constitue, pour chaque candidat, un dossier comprenant :

- un **accès** aux présentations numériques (situation **1 et 2**),
- la feuille de route,
- la grille d'évaluation.

Les éléments du dossier décrits ci-dessus sont transmis au jury final, sous la responsabilité du chef d'établissement, selon une procédure fixée par les autorités académiques.

Après examen attentif des documents fournis, le jury final formule toutes remarques et observations qu'il juge utiles et arrête la note.

**Point de vigilance :**

L'accès aux présentations numériques **DEVRA** se faire via :

Le Nextcloud institutionnel	<a href="http://cloud.ac-nancy-metz.fr">http://cloud.ac-nancy-metz.fr</a>	
-----------------------------	---	---

*Un dossier spécifique sera créé pour chaque session d'examen.*

**L'ensemble des pièces devra être conservé en établissement durant le délai légal habituel.**

## ANNEXE 1

Grille d'évaluation de la situation 1 :

Phase préparatoire  
à la mise en œuvre d'une action de  
Fidélisation de la clientèle et  
Développement de la Relation Client

## 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°1

Phase préparatoire à la mise en œuvre d'une action de FDRC

*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 :

Mme / M. : ..... professeur(e) d'économie gestion du (de la) candidat(e)

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

Mme / M. : ..... professeur(e) d'économie gestion du (de la) candidat(e)

**Degrés de maîtrise des compétences évaluées dans la cadre de la situation 1  
« Phase préparatoire à la mise en œuvre d'une action de FDRC »**

<b>1. Novice</b>	<b>2. Débrouillé</b>	<b>3. Averti</b>	<b>4. Expert</b>
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 pertinentes 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 d'actions de FDRC	Propose des actions peu adaptées au contexte	Propose deux actions dont l'une est pertinente au regard du contexte et de la stratégie commerciale	Propose deux actions pertinentes au regard du contexte et de la stratégie commerciale
Communique avec difficulté et ne présente pas de support numérique	Ne communique pas clairement. Utilise un support numérique peu adapté	Communique clairement et utilise un support numérique adapté	Réalise une présentation structurée et professionnelle en utilisant un support numérique adapté et attractif

Compé- tences	Critères et indicateurs d'évaluation	PROFIL			
		1	2	2	4
<b>TRAITER ET EXPLOITER L' INFORMATION OU LE CONTACT CLIENT</b>	<p><b>Pertinence du choix des sources d'information, des données recueillies et remontées</b> (Clarté des informations collectées, mobilisation des données internes (SIC) et externes, fiabilité, récence, utilité des sources sélectionnées)</p> <p><b>Qualité du traitement des sollicitations clients</b> (Capacité à expliciter sa contribution à la FDRC dans les actions du quotidien, appréciation de l'efficacité de sa pratique)</p> <p><b>Pertinence des actions proposées</b> (Faisabilité des 2 actions de FDRC proposées, cohérence avec le contexte et la stratégie commerciale de l'entreprise)</p> <p><b>Qualité de la communication orale et écrite :</b> (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 1 : phase préparatoire à la mise en œuvre d'une action de FDRC**

<b>Commentaires objectivés :</b>	
<b>Appréciation globale :</b>	
<b>Nom et signature des membres de la commission d'interrogation :</b>  - .....  - .....	<b>Note :</b>  <div style="text-align: right;"><b>/ 20</b></div>

## ANNEXE 2

FEUILLE DE ROUTE  
pour la réalisation  
de la situation n° 2

# BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE

Sous-épreuve E33 : Fidélisation de la clientèle et/ou Développement de la relation client

## FEUILLE DE ROUTE pour la réalisation de la situation n° 2

CANDIDAT(E)	NOM DE L'ÉTABLISSEMENT D'ORIGINE
Nom : .....	
Prénom : .....	NOM DE L'ENTREPRISE / L'ORGANISATION
SESSION :	
Composition de la commission d'interrogation :	
• M./ Mme ....., fonction : ..... Tuteur/tutrice du (de la) candidat(e) nommé(e) ci-dessus.	
• M./ Mme ....., professeur(e) d'économie gestion du (de la) candidat(e)	

À \_\_\_\_\_, le \_\_\_\_\_, suite à la pfmp que vous avez réalisée dans

l'entreprise....., vous avez présenté à la commission d'interrogation :

- une analyse de la situation de fidélisation de la clientèle   
et/ou
- de développement de la relation client de l'entreprise
- la proposition de deux actions de fidélisation de la clientèle   
et/ou
- de développement de la relation client.

**Choix de l'action retenue par la commission d'interrogation :**

..... ..... ..... .....
----------------------------------

### Modalités organisationnelles :

#### A) Suivi de l'avancement de l'action de FDRC retenue :

Il est conseillé de rendre compte régulièrement de l'état d'avancement de votre action à votre tuteur(tutrice) (en respectant ses impératifs professionnels) et à votre professeur(e).

#### B) Présentation numérique de l'action de FDRC :

La présentation orale sera réalisée à l'aide d'un outil de présentation numérique de votre choix et sera structurée de la manière suivante :

- o **Contribution à l'action de FDRC retenue** (rappel de l'action choisie dans la feuille de route, présentation de son cadre opérationnel, contribution à l'opération de FDRC, proposition de ventes au rebond)
- o **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)

Signatures des membres de la commission		Signature du (de la) candidat(e)
Le tuteur (la tutrice) :	Le (la) professeur(e) :	

## Annexe 3

Situation d'évaluation n°2 :

Présentation de la mise en œuvre de  
l'action de Fidélisation de la clientèle et  
Développement de la Relation Client  
retenue

## 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

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 :**

Mme / M. : ..... professeur(e) d'économie gestion du (de la) candidat(e)

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

Fonction : .....

Entreprise : .....

Mme / M. : ..... professeur(e) d'économie gestion du (de la) candidat(e)

**Degrés de maîtrise des compétences évaluées de la situation 2**  
**« Présentation de la mise en œuvre de l'action de FDRC retenue »**

<b>1. Novice</b>	<b>2. Débrouillé</b>	<b>3. Averti</b>	<b>4. Expert</b>
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 et justifiant 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 adaptée	Communique clairement, utilise un support numérique adapté	Réalise une communication structurée et professionnelle en utilisant un support numérique attractif

Compétences	Critères et indicateurs d'évaluation	PROFIL			
		1	2	2	4
CONTRIBUER À DES ACTIONS DE FIDÉLISATION ET DE DÉVELOPPEMENT DE LA RELATION CLIENT	<p><b>Cohérence du choix des outils de fidélisation de la clientèle et/ou de développement de la relation client avec le contexte</b> (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><b>Qualité de la contribution à l'opération de FDRC</b> (Description et compréhension de la finalité du processus, participation à l'organisation de l'évènement et/ou de l'opération)</p> <p><b>Opportunité de la proposition de ventes au rebond</b> (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><b>Justesse de l'enrichissement et de l'actualisation du SIC</b> (Transmission des données collectées au bon interlocuteur, pertinence de l'actualisation et de l'enrichissement des fichiers)</p> <p><b>Pertinence de l'analyse des résultats</b> (Analyse des performances commerciales : indicateurs quantitatifs et qualitatifs, analyse des difficultés rencontrées et surmontées, analyse des acquis)</p> <p><b>Intérêt des propositions d'amélioration</b> (Adéquation des préconisations de remédiation avec le bilan de l'action de FDRC et l'orientation commerciale de l'entreprise)</p> <p><b>Qualité de la communication orale et écrite :</b> (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 2 : Phase de présentation de la mise en œuvre de l'action de FDRC retenue

### Commentaires objectifs

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