

LA TRANSFORMATION DE LA VOIE PROFESSIONNELLE



Juin 2020

Franck FRISON / Isabelle HENRY

(ressources : référentiels / ressources pour la classe de seconde /
diaporama académie Strasbourg / site académique / site CERPEG)

QUIZ SESSION 23 JUIN

En attendant que tous les stagiaires soient connectés, nous vous proposons un petit test à réaliser sur joinmyquiz.com en saisissant le code ci-après

Demandez aux participants d'ouvrir
joinmyquiz.com

et de saisir ce code

6 8 6 4 4 4 3

Merci de vous identifier avec votre prénom et nom

Votre nom Quizizz est...



Isabelle Henry

QUIZ SESSION 25 JUIN

En attendant que tous les stagiaires soient connectés, nous vous proposons un petit test à réaliser sur joinmyquiz.com en saisissant le code ci-après

Demandez aux participants d'ouvrir
joinmyquiz.com

et de saisir ce code

1 0 9 0 9 9 2

Merci de vous identifier avec votre prénom et nom

Votre nom Quizizz est...



Isabelle Henry

OBJECTIFS

S'approprier

- les référentiels,
- la notion d'approche par compétences
- la démarche didactique

afin de pouvoir élaborer des stratégies de formations

THEMATIQUES

1. LES REFERENTIELS
2. L'APPROCHE PAR COMPETENCES
3. LA DEMARCHE DIDACTIQUE

ORGANISATION

- ▶ DEUX PHASES
- ▶ - 2 heures formation à distance : travail préparatoire à la construction des stratégies globales de formation
- ▶ - Rentrée de septembre, une journée en présentiel : les stratégies globales de formations, la certification des compétences

LE CONTEXTE



50 % des emplois actuels seront profondément modifiés dans les 10 ans à venir.

(source : Loi Liberté de choisir son avenir professionnel août 2018)



VOS CONSTATS

- ▶ Enquête réalisée en mars 2020

RESULTATS ENQUETE 1/2

- ▶ 90 % des enseignants ayant répondu à l'enquête ont en charge une classe de 2MRC cette année
- ▶ 60 % dressent un bilan plutôt positif de ces premiers mois

RESULTATS ENQUETE 2/2

- ▶ Pour ceux qui ont un avis plus « mitigés » :
 - ▶ Une impression de faire découvrir les notions à moitié et dans le désordre
 - ▶ Une stratégie globale de formation mal répartie
 - ▶ La partie accueil qui semble pénalisée
 - ▶ Un manque d'informations
 - ▶ La difficulté d'une entrée par métier
 - ▶ Des lieux de PFMP pas toujours accessibles (concessions automobile, agences immobilières)

Partie 1 : les référentiels



MINISTÈRE DE L'ÉDUCATION NATIONALE
ET DE LA JEUNESSE

BACCALAUREAT PROFESSIONNEL

METIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE

OPTION A - Animation et gestion de l'espace commercial

OPTION B - Prospection clientèle et valorisation de l'offre commerciale

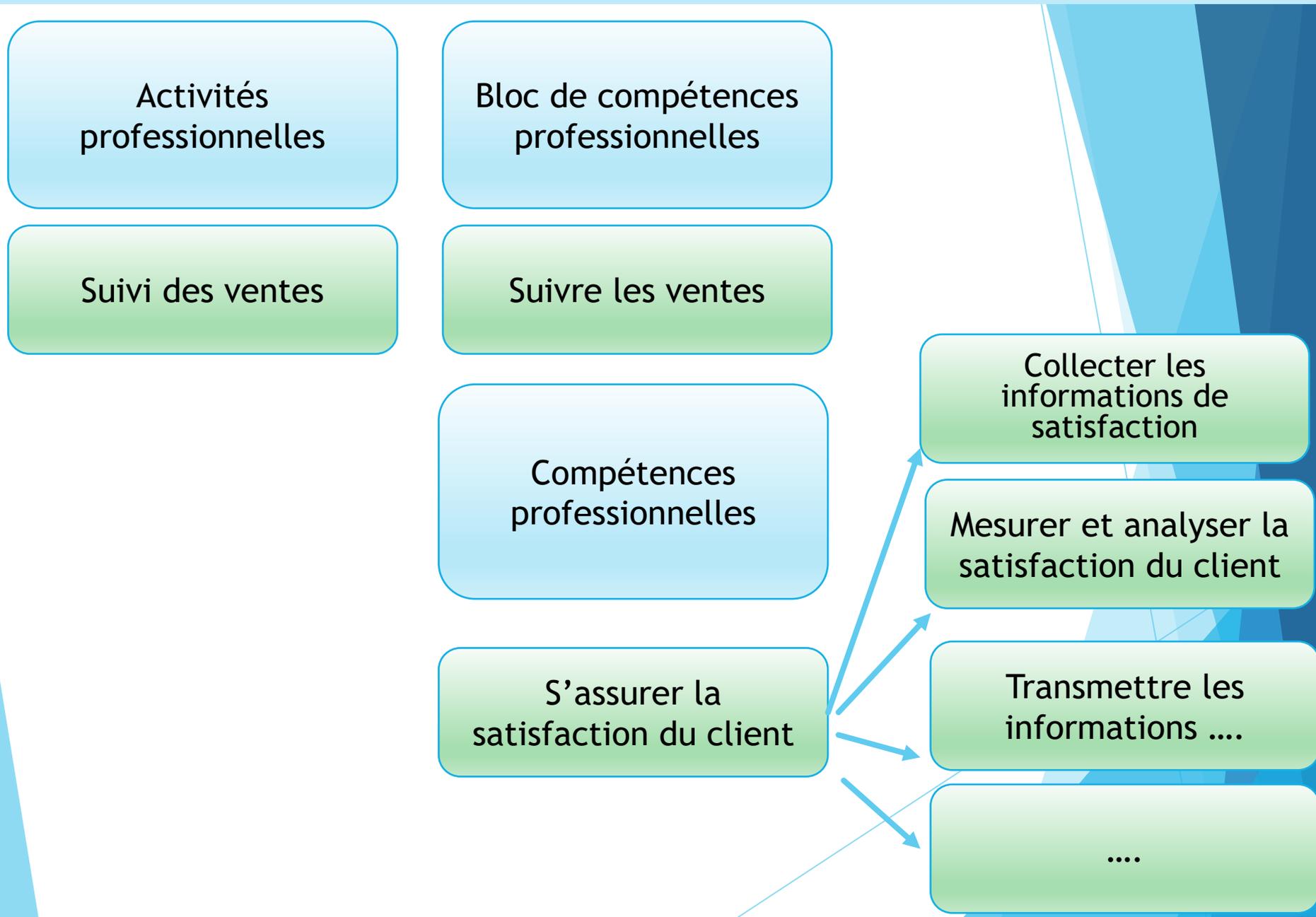
BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL
« MÉTIERS DE L'ACCUEIL »

Extrait des Ressources pour la classe de seconde professionnelle

Repères pour les compétences communes seconde famille des métiers de la relation client (accueil, commerce et vente)

Seconde Famille de la Relation Client	Baccalauréat métiers de l'accueil	Baccalauréat métiers du commerce et de la vente option A : Animation et gestion de l'espace commercial	Baccalauréat métiers du commerce et de la vente option B : Prospection-clientèle et valorisation de l'offre commerciale
<p>Intégrer la relation client dans un cadre omnicanal</p> <p>Prendre contact</p>	<p>Gérer l'accueil multicanal à des fins d'information, d'orientation et de conseil (bloc 1)</p> <p>1.1 Gérer simultanément les activités</p> <p>1.2 Prendre contact avec le public</p> <p>1.3 Identifier la demande</p> <p>1.4 Traiter la demande</p> <p>Gérer la relation commerciale (bloc 3)</p> <p>Contribuer au développement de la relation commerciale</p> <p>Identifier les caractéristiques du public</p>	<p>Conseiller et vendre (bloc 1)</p> <p>Réaliser la vente dans un cadre omnicanal</p> <p>Intégrer l'omnicanal dans le processus de vente</p> <p>Prendre contact</p> <p>S'adapter au contexte commercial et au comportement du client</p> <p>Découvrir, identifier/analyser et reformuler les besoins du client sa(s) motivation(s) et ses freins éventuels</p> <p>Présenter l'entreprise et/ou ses produits et/ou ses services</p> <p>Conseiller le client en proposant la solution adaptée</p> <p>Proposer les produits et/ou services associés</p> <p>Fidéliser la clientèle et développer la relation client (bloc 3)</p> <p>Contribuer à des actions de fidélisation de la clientèle et de développement de la relation client</p> <p>Effectuer des ventes au rebond</p>	<p>Prendre contact</p> <p>Mettre en œuvre une opération de prospection (Bloc 4B)</p> <p>Établir le contact avec le prospect dans des situations de prospection physique et/ou à distance</p> <p>Identifier les besoins du prospect</p> <p>Argumenter</p>
<p>Assurer le suivi de la relation client (à des fins de satisfaction et de fidélisation)</p> <p>Gérer le suivi de la demande</p>	<p>Gérer l'information et des prestations à des fins organisationnelles (bloc 2)</p> <p>2.2 Gérer des prestations internes et externes</p> <p>Identifier les prestations inhérentes aux activités d'accueil</p> <p>Normaliser une demande et/ou une offre de prestations</p> <p>Assurer le suivi d'une prestation</p> <p>Gérer la relation commerciale (bloc 3)</p> <p>Contribuer au développement de la relation commerciale</p> <p>Identifier les supports utiles à la relation commerciale</p>	<p>Rendre l'unité commerciale attractive et fonctionnelle (Bloc 4A)</p> <p>Accueillir, informer et orienter le client dans l'unité commerciale et à l'extérieur</p> <p>Développer la clientèle</p> <p>Proposer des actions commerciales génératrices de trafic dans l'unité commerciale</p> <p>Sélectionner les gammes de produits à mettre en avant en lien avec la stratégie de l'unité commerciale</p> <p>Recourir aux sites marchands et aux réseaux sociaux</p> <p>Inciter à l'achat par une action commerciale, le cas échéant interactive</p> <p>Suivre les ventes (bloc 2)</p> <p>Assurer le suivi de la commande du produit et/ou du service</p> <p>Suivre l'évolution de la commande et éventuellement du règlement</p> <p>Informar le client des délais et des modalités de mise à disposition</p> <p>Mettre en œuvre le ou les services associés</p> <p>Sélectionner le cas échéant le prestataire le plus adapté</p> <p>Suivre l'évolution du ou des service(s) associé(s) et en rendre compte</p> <p>Effectuer le cas échéant les relances</p> <p>Suivre les ventes (bloc 2)</p> <p>Traiter les retours et les réclamations du client</p> <p>Identifier le(s) problème(s) rencontré(s) par le client</p> <p>Proposer une solution adaptée en tenant compte des procédures de l'entreprise et de la réglementation</p> <p>Suivre les ventes (bloc 2)</p> <p>S'assurer de la satisfaction du client</p> <p>Collecter les informations de satisfaction auprès des clients</p>	

LA CONSTRUCTION DU RÉFÉRENTIEL DU BACCALAUREAT MCV



LE RÉFÉRENTIEL DE CERTIFICATION DES COMPÉTENCES DU BAC ACCUEIL

Bloc 1 : Gérer l'accueil multicanal à des fins d'information, d'orientation et de conseil

- 1.1 Gérer simultanément les activités
- 1.2 Prendre contact avec le public
- 1.3 Identifier la demande
- 1.4 Traiter la demande
- 1.5 Gérer les flux
- 1.6 Gérer les conflits

Bloc 2 : Gérer l'information et des prestations organisationnelles

- 2.1 Gérer l'information
- 2.2 Gérer des prestations internes et externes
- 2.3 Contribuer à la mise en œuvre de projet lié à l'accueil

Bloc 3 : Gérer la relation commerciale

- 3.1 Contribuer au développement de la relation commerciale
- 3.2 Satisfaire et fidéliser le public
- 3.3 Gérer les réclamations

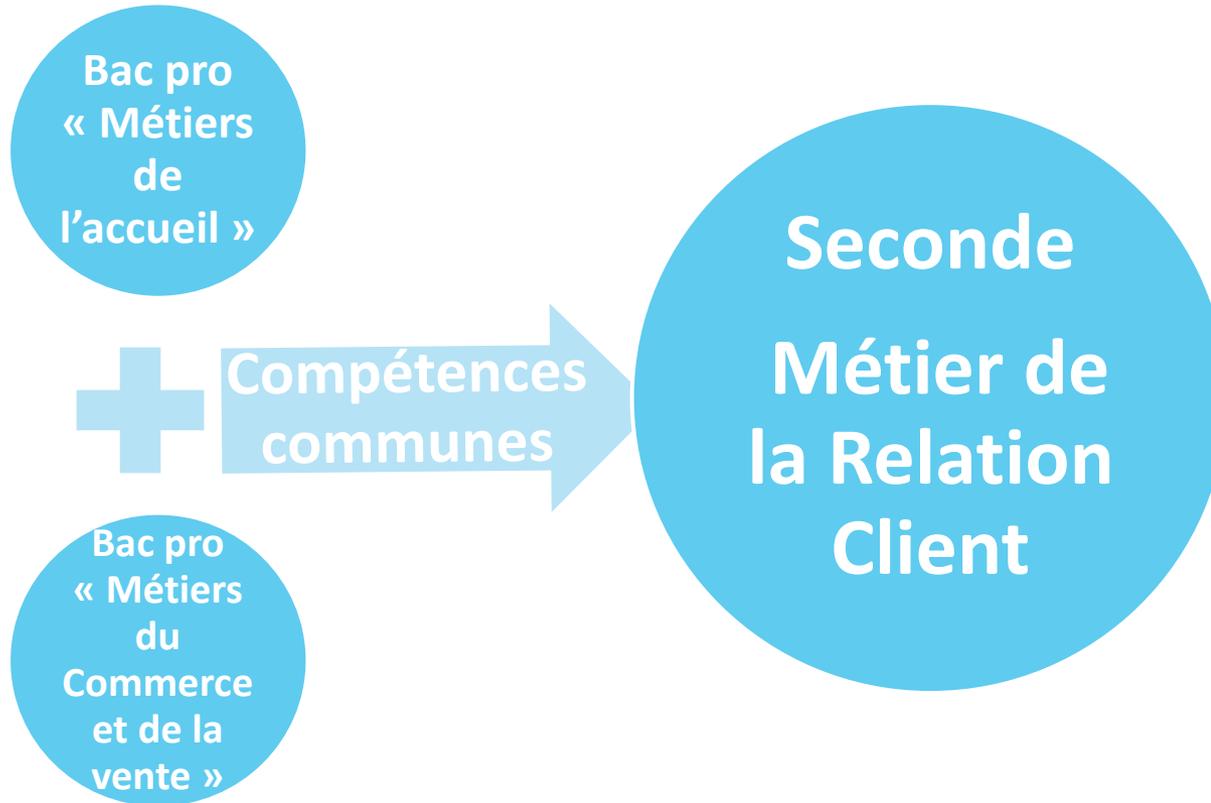
LE RÉFÉRENTIEL DE CERTIFICATION DES COMPÉTENCES DU BAC MCV

ACTIVITÉ	BLOCS DE COMPÉTENCES	UNITÉS
Activité 1 Conseil et vente	Bloc n° 1 Conseiller et vendre <ul style="list-style-type: none"> - Assurer la veille commerciale - Réaliser la vente dans un cadre omnicanal - Assurer l'exécution de la vente 	Unité 31
Activité 2 Suivi des ventes	Bloc n° 2 Suivre les ventes <ul style="list-style-type: none"> - Assurer le suivi de la commande du produit et ou du service - Traiter les retours et les réclamations du client - S'assurer de la satisfaction du client 	Unité U32
Activité 3 Fidélisation de la clientèle et développement de la relation client	Bloc n° 3 Fidéliser la clientèle et développer la relation client <ul style="list-style-type: none"> - Traiter et exploiter l'information ou le contact client - Contribuer à des actions de fidélisation et de développement de la relation client - Évaluer les actions de fidélisation de la clientèle et de développement de la relation client 	Unité U33

LE RÉFÉRENTIEL DE CERTIFICATION DES COMPÉTENCES DU BAC MCV

Activité 4A Animation et gestion de l'espace commercial	Bloc n° 4A Animer et gérer l'espace commercial <ul style="list-style-type: none">- Assurer les opérations préalables à la vente- Rendre l'unité commerciale attractive et fonctionnelle- Développer la clientèle
Activité 4B Prospection clientèle et valorisation de l'offre commerciale	Bloc n° 4B Prospecter et valoriser l'offre commerciale Rechercher et analyser les informations à des fins d'exploitation <ul style="list-style-type: none">- Participer à la conception d'une opération de prospection- Mettre en œuvre une opération de prospection- Suivre et évaluer l'action de prospection- Valoriser les produits et/ou les services

Les compétences de la seconde MRC



LE REFERENTIEL DES ACTIVITES PROFESSIONNELLES

Activité 2 : Suivi des ventes

Conditions d'exercice :

Le titulaire du diplôme participe aux opérations connexes et postérieures à la vente, suivant les procédures spécifiques à l'entreprise, ainsi qu'au suivi du règlement du client. Il remonte des informations relatives à la satisfaction client en direction de sa hiérarchie et des différents services à des fins d'exploitation et d'analyse. Il contribue au traitement des litiges et rend compte en interne des anomalies constatées.

Tâches	Contexte professionnel	
	Ressources	Relations
<ul style="list-style-type: none"> • Suivi de la livraison et/ou de l'installation du produit • Suivi du règlement du client • Mise en place du ou des service(s) associé(s) • Traitement des retours et des réclamations • Collecte/remontée d'informations relatives à la satisfaction-client • Mesure et analyse de la satisfaction client • Transmission des informations sur la satisfaction-client • Proposition d'amélioration de la satisfaction-client 	<ul style="list-style-type: none"> - Contrats de vente, factures, - État des stocks, - Liste des opérations de transport en cours, - Planning des livraisons, - Procédures et/ou documents relatifs à la livraison, l'installation, l'assistance du client, la mise en place du ou des service(s) associé(s), - Garanties et conditions de maintenance, - SIC (bases de données clients, fiche client, rapports de visite,...), - Extraits de tableaux de bord, - Dossiers des litiges - Etc. 	<p><u>Relations internes</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Hiérarchiques : responsable des ventes, responsable du magasin, chef de rayon, etc. - Fonctionnelles : équipe de vente, services fabrication, livraison-maintenance, SAV, commercial, comptabilité, facturation, contentieux, etc. <p><u>Relations externes</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Fournisseurs, - Clients, - Prescripteurs, - Installateurs, - Sous-traitants, - Transporteurs, livreurs, - Organismes de crédit, - Etc.
<h3>Résultats attendus</h3> <ul style="list-style-type: none"> • Le produit est livré et/ou installé dans les délais et conditions prévus, • Le règlement du client est effectif et conforme aux termes du contrat, 		

- La satisfaction client est mesurée et analysée

LE REFERENTIEL DE CERTIFICATION

Compétences détaillées	Comportements professionnels	Savoirs associés	R
<p>S'assurer de la satisfaction du client</p> <p>Collecter les informations de satisfaction auprès des clients</p> <p>Mesurer et analyser la satisfaction du client</p> <p>Transmettre les informations sur la satisfaction du client</p> <p>Exploiter les informations recueillies à des fins d'amélioration</p> <p>Proposer des propositions de nature à améliorer la satisfaction du client</p>	<p>Faire preuve de loyauté vis-à-vis de l'entreprise</p> <p>Être force de proposition au sein de l'entreprise</p> <p>Faire preuve de rigueur</p>	<p>Les outils de mesure et d'analyse de la satisfaction client</p> <p>Le système d'information commercial de l'entreprise</p>	<p>Ce que l'élève devra effectuer</p> <p>Les données recueillies et transmises sont utiles, fiables et exploitées à des fins d'amélioration de la satisfaction client et d'atteinte des objectifs de l'entreprise</p> <p>Des propositions d'amélioration pertinentes sont formulées et transmises suivant les consignes et procédures données</p>

La compétence à acquérir

Le comportement professionnel à adopter

Les savoirs nécessaires

Les compétences

Conseils pédagogiques pour réaliser vos séances

Les savoirs nécessaires

BLOC DE COMPÉTENCES 2 : SUIVRE LES VENTES

Compétences	Conseils pédagogiques	Savoirs associés / Limites de savoirs (pour rappel)
<p>S'assurer de la satisfaction du client</p> <p>Collecter les informations de satisfaction auprès des clients</p> <p>Mesurer et analyser la satisfaction du client</p>	<p><i>Mesurer la satisfaction de ses clients permettra de mieux répondre à leurs besoins mais aussi de personnaliser la relation avec le client et l'offre de produits ou de services, et aussi de l'anticiper bien en amont afin de capter de la clientèle et de créer de la valeur attendue (dimension humaine, écologique par exemples). Un client satisfait est un client fidèle (transversalité avec le bloc de compétences 3)</i></p> <p>Identifier un dysfonctionnement, un mécontentement ou le qualifier</p> <p>Définir la satisfaction client qui correspond à l'impression générale de satisfaction liée à la consommation d'un produit, d'un service, d'une solution client dans le cadre omnicanal.</p>	<p>Les outils de mesure et d'analyse de la satisfaction du client</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les méthodes de mesure et d'analyse de la satisfaction - Les outils numériques liés à la mesure de la satisfaction du client

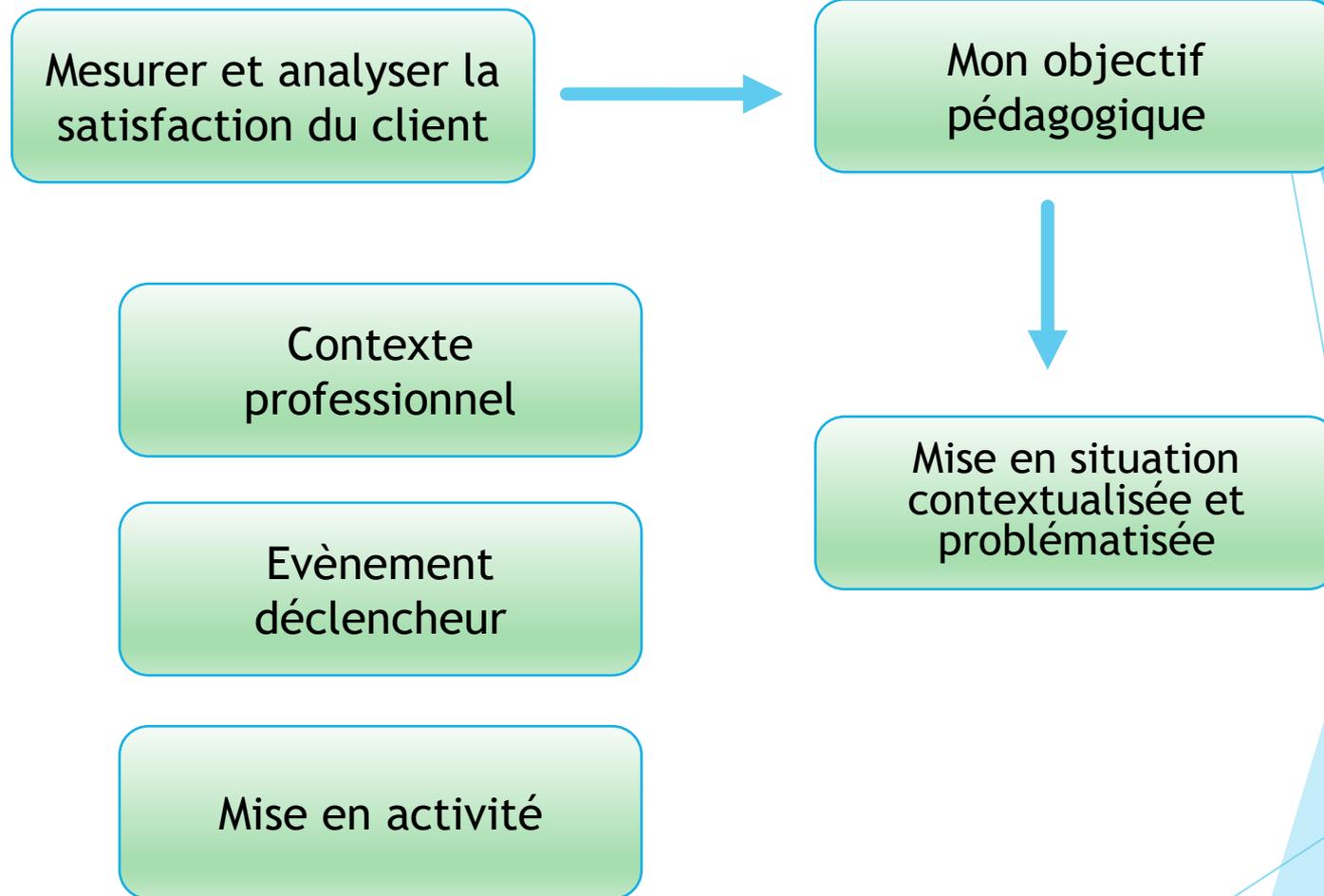
Compétences du XXI^{ème} s

Prolongement envisageable :
Organiser une enquête de satisfaction au sein de l'établissement (sur des thématiques diverses et variées telles qu'un projet de ventes ponctuelles, sur les conditions de travail des élèves et de la communauté éducatives....)

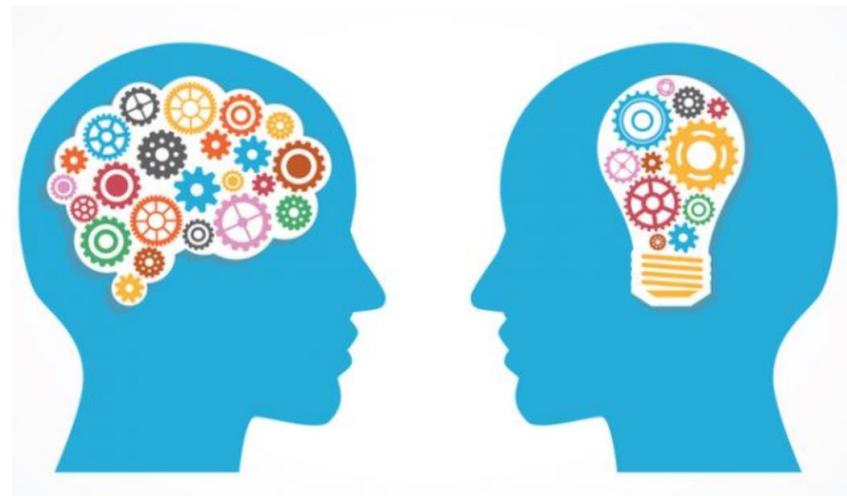
Compétences du XXI^{ème} siècle :
Esprit d'initiative
Intégrité, déontologie dans la gestion du SIC.

- dans le cadre du suivi de la vente
- L'éthique professionnelle : la confidentialité des données, la préservation des intérêts de l'entreprise, la protection du consommateur

LA CONSTRUCTION D'UNE SEANCE



Partie 2 : la notion de compétence



Un malentendu sur le terme de « compétence »

- ▶ **Argumenter**
- ▶ **Structurer sa pensée**
- ▶ **S'exprimer oralement et par écrit**
- ▶ **Synthétiser les informations**
- ▶ **Avoir confiance en soi**
- ▶ **Gérer l'information**
- ▶ **Prendre du recul**
- ▶ **Vérifier**
- ▶ **Gérer son temps**
- ▶ **Chercher l'information**
- ▶ **Effectuer des calculs**
- ▶ **Etc**

SAVOIR FAIRE CAPACITES

Une capacité, c'est le pouvoir, l'aptitude à faire quelque chose. C'est une activité que l'on exerce. Identifier, comparer, mémoriser, analyser, synthétiser, classer, sérier, abstraire, observer,... sont des capacités.

Les termes "aptitude", et "habileté" sont des termes proches de celui de capacité

Une capacité ne se manifeste donc que parce qu'elle s'applique sur des contenus.

DEFINITION

Une compétence résulte de la combinaison de savoirs, de savoir faire et savoir être pour résoudre un problème dans une situation nouvelle

SIX CARACTERISTIQUES ESSENTIELLES

- 1 Mobilisation d'un ensemble de ressources
- 2 Caractère finalisé
- 3 Lien à une famille de situations
- 4 Caractère disciplinaire
- 5 Evaluable (qualité d'exécution, qualité du résultat)
- 6 Présente un caractère nouveau

Mobilisation d'un ensemble de ressources

La compétence fait appel à la mobilisation d'un ensemble de ressources : des connaissances, des savoirs d'expérience, des schèmes, des automatismes, des capacités, des savoir-faire de différents types, etc. Mais ce n'est pas suffisant pour distinguer la capacité de la compétence, car cette mobilisation d'un ensemble de ressources, on la retrouve déjà dans certaines capacités assez opérationnelles

Caractère finalisé

Caractère finalisé (les activités décontextualisées n'ont d'efficacité que si elle sont réinvesties dans des activités globales en contexte, activités fonctionnelles)

Lien à une famille de situations

La troisième caractéristique tient au fait que cette mobilisation se fait à propos d'une famille bien déterminée de situations

Les exigences sont différentes, parce que les paramètres de la situation sont différents (densité des informations, diversité des sources, niveau de stress des locuteurs, mais surtout une fonction différente...).

Caractère disciplinaire

- ▶ Alors que les capacités ont un caractère transversal, les compétences ont souvent un caractère disciplinaire
- ▶ On ne peut cependant pas généraliser, et affirmer qu'une compétence a toujours un caractère
- ▶ Certaines compétences appartenant à des disciplines différentes sont parfois proches l'une de l'autre, et sont dès lors plus facilement transférables.

Evaluable

Qualité d'exécution

Qualité du résultat

L'évaluation des compétences
passe par l'obtention d'un résultat
juste mais aussi par l'utilisation du
procédé le plus pertinent

Présente un caractère nouveau

L'acquisition d'une compétence
passe par la transférabilité de
cette compétence d'où la
nécessité de proposer des
situations nouvelles

REMARQUES

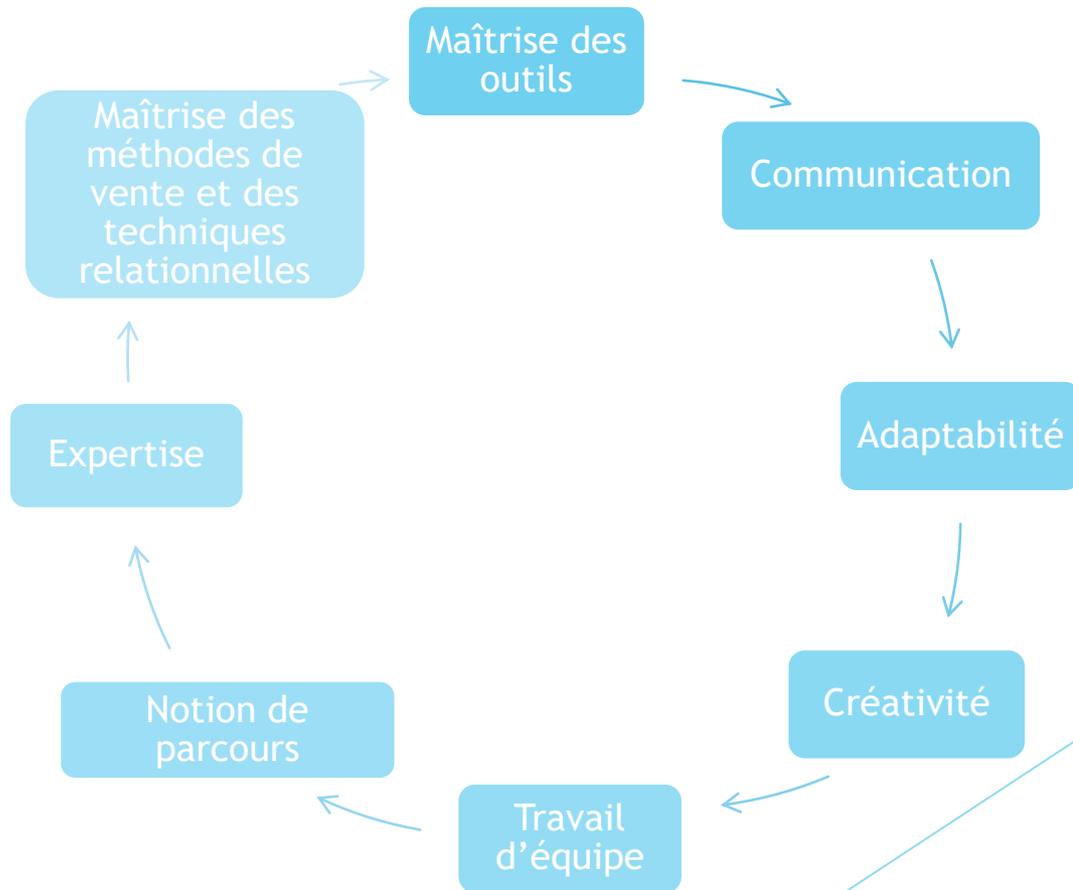
Une compétence peut être évaluée plusieurs fois

Une compétence n'est pas acquise de façon définitive

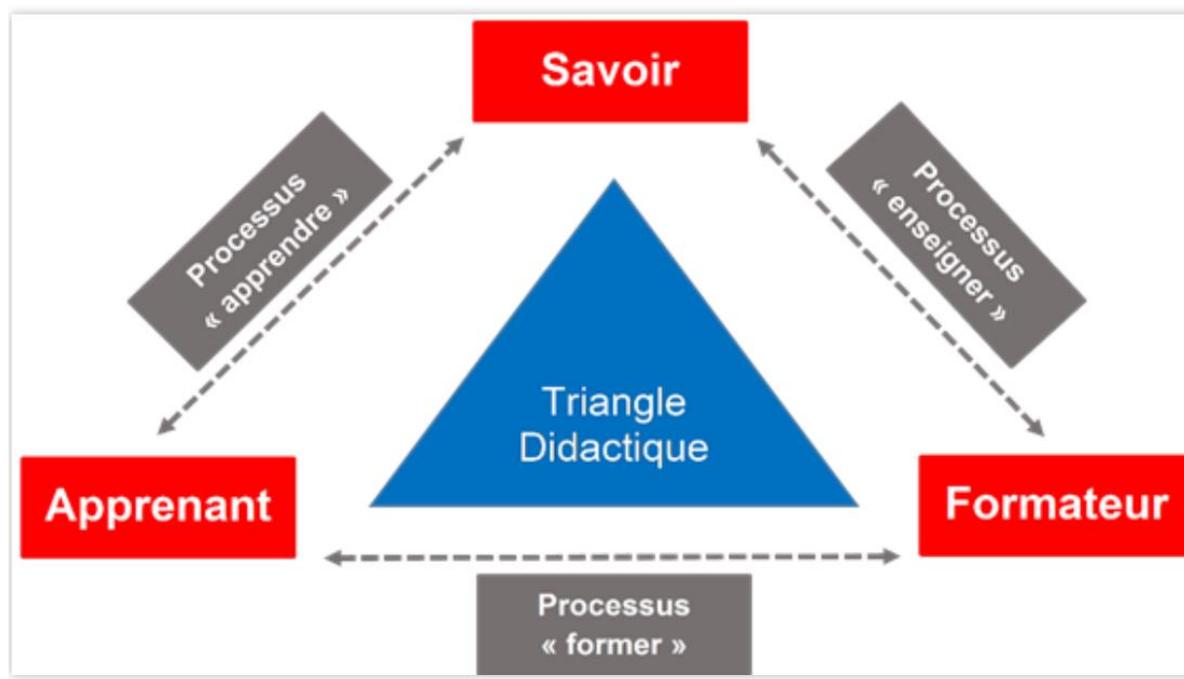
Les critères fondamentaux de l'évaluation reposent sur la pertinence et le résultat

Les nouvelles compétences transversales : les soft skills

Les compétences professionnelles



Partie 3 : la démarche didactique



Les principes de la seconde Métiers de la relation client

PROFESSIONNALISER

- Un travail sur les **compétences communes**
- Une mise en place **des référentiels** de bac pro (**pas de référentiel spécifique à la seconde**)
- Chaque compétence se travaille et se développe via l'un et/ou l'autre des référentiels
- Un appui sur plusieurs lieux de formation : **Etablissement / lieu de PFMP**

LA DÉMARCHE DIDACTIQUE

▪ LOGIQUE HORIZONTALE

- ✓ **Privilégier un décloisonnement des blocs**, pour permettre d'appréhender les réalités professionnelles
- ✓ **Privilégier une activité contextualisée, permettant de mobiliser des compétences visées** en exerçant de façon quasi permanente la relation à autrui
- ✓ **Des situations d'apprentissage qui mobilisent des compétences des 3/4 blocs**

▪ LOGIQUE DE PROGRESSION SPIRALAIRE

Des compétences travaillées et approfondies au cours du cycle de formation en fonction du degré de complexification des situations de travail proposées



LA LOGIQUE DE PROGRESSION SPIRALAIRE



En terminale : Performer dans toutes les situations

En 1^{ère} : Développer ses compétences en situations plus complexes

En 2^{nde} : Développer de compétences dans des situations courantes

LA LOGIQUE DE PROGRESSION SPIRALAIRE

Travailler à plusieurs reprises chaque compétence au cours du cycle de formation

Grader la complexité des situations d'apprentissage en fonction des éléments de contextualisation, de périmètre des activités et/ou leur nature



Mesurer l'acquisition de la compétence en recherchant sa mobilisation dans un cadre professionnel différent de celui d'apprentissage initial

LA DEMARCHE DIDACTIQUE

Exemple : Accueil mobile et information des voyageurs à la gare SNCF lors d'une modification de l'horaire d'un train

1- Situation courante : Circulation fluide des trains



3- Situation critique :
Heure de grande affluence



2- Situation plus complexe :
En cas de travaux dans la gare



Illustration en Bac Pro

Métiers du Commerce et de la Vente

une organisation

Enseigne commerciale

Communiqué aux apprenants : présentation de l'enseigne, de son activité...

une problématique / question à résoudre

Le traitement des demandes des clients

une situation de travail

On donne vie à la problématique de l'enseigne

- ▶ Descriptif des produits et services de l'enseigne, des conditions d'exercice de l'activité du vendeur (en présentiel, à distance), des caractéristiques des clients des matériels mis à disposition ...

→ **Exploitable en seconde, première ou en terminale**

Proposition didactique

Activités en classe de seconde : La prise en charge de demandes simples en concession automobile

Compétences mobilisées dans Conseiller et vendre (groupe de compétences 1) :

Assurer la veille commerciale

Intégrer l'omnicanal dans le processus de vente

Prendre contact

Compétences mobilisées dans Suivre les ventes (groupe de compétences 2) :

Collecter les informations de satisfaction du client

Compétences mobilisées dans Fidéliser la clientèle et développer la relation client (groupe de compétences 3) :

Traiter les messages et/ou demandes des clients

Proposition didactique

La vision spiralaire et horizontale

Activités en classe de première : La prise en charge de demandes plus complexes en concession automobile

Compétences mobilisées dans Conseiller et vendre (groupe de compétences 1) :

Assurer la veille commerciale - Intégrer l'omnicanal dans le processus de vente - Prendre contact

Découvrir, s'adapter, présenter, conseiller, argumenter, répondre aux objections, formaliser l'accord

Assurer l'exécution de la vente

Compétences mobilisées dans Suivre les ventes (groupe de compétences 2) :

S'assurer de la satisfaction du client

Compétences mobilisées dans Fidéliser la clientèle et développer la relation client

(groupe de compétences 3) :

Traiter et exploiter l'information ou le contact client

Mesurer et analyser la satisfaction du client

Proposition didactique

Activités en classe de **Terminale** : La prise en charge de demandes complexes/critiques en concession automobile

Compétences mobilisées dans Conseiller et vendre (groupe de compétences 1) :

Assurer la veille commerciale - Intégrer l'omnicanal dans le processus de vente - Prendre contact

Découvrir, s'adapter, présenter, conseiller, argumenter, répondre aux objections, formaliser l'accord

Assurer l'exécution de la vente - **Profil client exigeant** -

Compétences mobilisées dans Suivre les ventes (groupe de compétences 2) :

S'assurer de la satisfaction du client

Traiter les retours et réclamations du client

Compétences mobilisées dans Fidéliser la clientèle et développer la relation client

(groupe de compétences 3) :

Traiter et exploiter l'information ou le contact client

Mesurer et analyser la satisfaction client

Proposer des éléments de nature à améliorer la satisfaction du client

Proposition didactique

Travail de répartition entre les professeurs d'une même classe

Le bloc de compétences ne constitue pas la bonne clé de répartition entre les professeurs d'une même classe

Pour réfléchir à cette répartition, les professeurs de la classe :

- pensent les situations de travail,
- sélectionnent les compétences et savoirs associés qu'ils vont mobiliser

Une situation de travail :

Travailler par l'un, l'autre ou l'ensemble des professeurs de l'équipe pédagogique

Mutualiser à l'échelle de l'équipe disciplinaire

**Donc en amont :
Nécessité d'avoir pensé situations de travail, compétences et savoirs associés pour le cycle du baccalauréat.**

**En équipe disciplinaire
« établissement »**

Organisation didactique pour la classe de seconde

