

**Logo**

**ET**

**Coordonnées du lycée**

|  |
| --- |
| **LIVRET DE SUIVI****DES PÉRIODES DE FORMATION****EN MILIEU PROFESSIONNEL** |
| BACCALAUREAT PROFESSIONNELMETIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTEOPTION B - Prospection clientèle et valorisation de l'offre commerciale |

**ÉLÈVE**

|  |  |
| --- | --- |
| **NOM** | **Prénom** |
|  |  |

|  |
| --- |
| **SESSION :**  |

**SOMMAIRE**

|  |  |
| --- | --- |
| Objectifs du livret et modalités de suivi des PFMP | *Page 1* |
| Présentation des interlocuteurs du lycée | *Page 2* |
| Propositions d’organisation des PFMP | *Page 3* |
| *Annexe 1* : Grille de positionnement formative des attitudes professionnelles | *Pages 4 et 5* |
| *Annexe 2 :* Grille de positionnement formative des compétences professionnelles | *Pages 6 à 10* |
| *Annexe 3* : Grille d’évaluation E31 Vente conseil | *Pages 11 à 13* |
| *Annexe 4* : Grille d’évaluation E32 Suivi des ventes | *Pages 14 à 16* |
| *Annexe 5* : Grille d’évaluation E33 Fidélisation de la clientèle et développement de la relation client et feuille de route.*Situation 1 : phase préparatoire* | *Pages 17 à 20* |
| *Annexe 6* : Grille d’évaluation E33 Fidélisation de la clientèle et développement de la relation client.*Situation 2 : épreuve orale* | *Pages 21 à 23* |
| *Annexe 7* : Bilan des PFMP | *Pages 24 et 25* |
| *Annexe 8* : Attestation PFMP  | *Pages 26 à 28* |

**OBJECTIFS DU LIVRET et MODALITÉS DE SUIVI DES PFMP**

**Ce livret vise à :**

* **Informer :**
* L’élève sur le contenu de sa formation en milieu professionnel et les objectifs à atteindre,
* Le tuteur sur le parcours de formation de l’apprenant, de façon à ce qu’il propose des activités adaptées aux compétences à acquérir,
* L’enseignant de spécialité, afin qu’il adapte son enseignement à chaque élève compte tenu du degré d’acquisition des compétences.
* **Dialoguer avec :**
* Le tuteur sur les activités réalisées par l’élève en milieu professionnel,
* L’élève sur l’évolution de son parcours professionnel.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| QUAND ? | **En amont des PFMP de 1ère et Terminale*(ou lors de la 1ère semaine de la PFMP)*** | **Dernière semainedes PFMP de 1ère et Terminale** |
| **QUOI ?** | **Visite de négociation des compétences à travailler.****Attitudes professionnelles à mobiliser à chaque PFMP** | **Positionnement des compétences et des attitudes professionnelles****Annexes 1 et 2** |
| **QUI ?** | **A effectuer en présentiel** **ou téléphone pour une entreprise partenaire**Tuteur | **A effectuer en présentiel**+Tuteur+Élève |
| **COMMENT ?** | Le professeur explique : * Les compétences à travailler,
* Les attitudes professionnelles et savoir-être à adopter.
 | Le professeur et le tuteur complètent : * La grille de positionnement formative des compétences et des attitudes professionnelles ***(annexes 1 et 2*)**
* Le bilan de la PFMP ***(annexe 7)***
* L’attestation de PFMP ***(annexe 8)***
* ***En terminale annexe 3, 4, 5***
 |

Page 1

PRÉSENTATION DES INTERLOCUTEURS
DU LYCÉE

Directeur Délégué aux Formations Professionnelles et Technologiques

(DDFPT) :

Nom :

Téléphone direct :

Mail :

Professeur référent :

Nom :

Téléphone :

Mail :

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Emetteur | Contact | Procédure | Documentséventuels |
| Absence ou retard | Élève | Tuteur**+**Directeur Délégué aux Formations Professionnelles et Technologiques(DDFPT) | Dès la 1ère absence ou retard | Justificatif des parentsouCertificat médical le cas échéant |
| Accident | Tuteur | Proviseur**+**Directeur Délégué aux Formations Professionnelles et Technologiques(DDFPT) | Immédiatement | Déclaration d’accidentSous 48 h au Proviseur |
| Difficultés lors de la PFMP | Tuteuret/ouÉlève | Professeur principal**+**Directeur Délégué aux Formations Professionnelles et Technologiques(DDFPT) | CourrielENT avec numéro de téléphone de contact |  |

**Toute absence doit être rattrapée.**

**Le chef d’établissement proposera un
avenant à la convention.**

Page 2

PROPOSITIONs D’organisation des p.F.M.P.

La durée de la formation en milieu professionnel est de 22 semaines, incluant la durée nécessaire à la validation du diplôme intermédiaire. Les 22 semaines sont réparties sur les trois années de formation, conformément à l’arrêté définissant les grilles horaires. ***Cette durée ne peut être fractionnée en plus de six périodes.***

Cette répartition doit prendre en compte a minima les durées de PFMP relatives au diplôme intermédiaire sur le cycle de 3 ans.

Les lieux de PFMP

Le titulaire du baccalauréat professionnel « Métiers du commerce et la vente « Option B « Prospection clientèle et valorisation de l’offre commerciale » réalise soit des déplacements en visite de clientèle, y compris en démarchage à domicile, soit une relation client à distance.

Son activité consiste à :

* Accueillir, conseiller et vendre des produits et des services associés
* Contribuer au suivi des ventes
* Participer à la fidélisation de la clientèle et au développement de la relation client
* Prospecter des clients potentiels

et cela, dans le but de participer à la construction d’une relation durable.

Les lieux de PFMP permettant aux élèves d’effectuer les tâches conformes aux attentes du diplôme concernent donc tous types d’organisation a finalité commerciale, ou disposant d’un service commercial ou d’une relation client. Ces organisations s’adressent aussi bien à une clientèle de particuliers qu’à des utilisateurs et des prescripteurs professionnels.

(Source : arrêté du 17/12/2018 portant création de la spécialité « métiers du commerce et de la vente » de baccalauréat professionnel).

Il peut être amené à exercer les emplois suivants :

* Conseiller relation à distance
* Conseiller en vente directe
* Vendeur à domicile indépendant
* Commercial
* Représentant commercial

.

**Grille de positionnement formative des attitudes professionnelles**

**Annexe 1**

Page 4

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | Niveau de maîtrise | Commentaires |  | Niveau de maîtrise | Commentaires  |
| **PFMP 3** | **MI\*** | **MF\*** | **MS\*** | **TBM\*** | **NE\*** |  | **PFMP 4** | **MI**\* | **MF**\* | **MS**\* | **TBM**\* | **NE**\* |  |
| **Attitudes professionnelles et savoir-être** |
| Respecter les horaires de travail et faire preuve de ponctualité |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Communiquer de façon professionnelle |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Se présenter et avoir une tenue adaptée au milieu professionnel |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Faire preuve de curiosité professionnelle |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Faire preuve de discrétion, de respect du secret professionnel |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Effectuer son travail en respectant les consignes |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Faire preuve de motivation et s’impliquer dans son travail |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Faire preuve de dynamisme, de participation active |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Faire preuve d’efficacité dans son travail |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| S’intégrer au sein de l’équipe  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Tenir compte des remarques formulées pour progresser |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Garder la maîtrise de soi |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| \*MI : maîtrise insuffisante | \*MF : maîtrise fragile | \*MS : maîtrise satisfaisante  | \*TBM : très bonne maîtrise | \*NE : non évaluable |  |  |  |  |  |  |

Toutes les attitudes professionnelles sont évaluées au cours de chaque PFMP avec le tuteur

**Grille de positionnement formative des attitudes professionnelles**

Page 5

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | Niveau de maîtrise | Commentaires |  | Niveau de maîtrise | Commentaires  |
| **PFMP 5** | **MI\*** | **MF\*** | **MS\*** | **TBM\*** | **NE\*** |  | **PFMP 6** | **MI**\* | **MF**\* | **MS**\* | **TBM**\* | **NE**\* |  |
| **Attitudes professionnelles et savoir-être** |
| Respecter les horaires de travail et faire preuve de ponctualité |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Communiquer de façon professionnelle |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Se présenter et avoir une tenue adaptée au milieu professionnel |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Faire preuve de curiosité professionnelle |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Faire preuve de discrétion, de respect du secret professionnel |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Effectuer son travail en respectant les consignes |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Faire preuve de motivation et s’impliquer dans son travail |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Faire preuve de dynamisme, de participation active |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Faire preuve d’efficacité dans son travail |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| S’intégrer au sein de l’équipe  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Tenir compte des remarques formulées pour progresser |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Garder la maîtrise de soi |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| \*MI : maîtrise insuffisante | \*MF : maîtrise fragile | \*MS : maîtrise satisfaisante  | \*TBM : très bonne maîtrise | \*NE : non évaluable |  |  |  |  |  |  |

Toutes les attitudes professionnelles sont évaluées au cours de chaque PFMP avec le tuteur

**Grille de positionnement formative des compétences**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| \*MI : maîtrise insuffisante | \*MF : maîtrise fragile | \*MS : maîtrise satisfaisante  | \*TBM : très bonne maîtrise |  |

***Bloc 1 : Conseiller et vendre***

**Annexe 2**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Compétences | **PFMP 3** | **PFMP 4** | **PFMP 5** | **PFMP 6** |
|  | MI | MF | MS | TBM | MI | MF | MS | TBM | MI | MF | MS | TBM | MI | MF | MS | TBM |
| **Assurer la veille commerciale** | Rechercher, hiérarchiser, exploiter et actualiser en continu les informations sur l'entreprise et son marché |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Maitriser la technologie des produits |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Sélectionner les outils de recherche d'information les plus adaptés |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Réaliser la vente dans un cadre omnicanal** | Intégrer l’omnicanal dans le processus de vente |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Prendre contact avec le client |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| S’adapter au contexte commercial et au comportement du client |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Découvrir, analyser et identifier le(s) besoin(s) du client, sa (ses) motivation(s) et ses freins éventuels |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Découvrir, analyser et reformuler les besoins du client |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Présenter l'entreprise et/ou ses produits/ou services |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Conseiller le client en proposant la solution adaptée |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Argumenter |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Réaliser une démonstration le cas échéant |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Répondre aux objections du client |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Proposer les produits et/ou services associés |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Détecter les opportunités de vente additionnelle et les concrétiser |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| S'assurer de la disponibilité du produit |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Formaliser l'accord du client |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Assurer l’exécution de la vente**Page 6 | Mettre en place les modalités de règlement et de livraison |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Rassurer le client sur son choix |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Prendre congé |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

***Bloc 2 : Suivre les ventes***

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Compétences | **PFMP 3** | **PFMP 4** | **PFMP 5** | **PFMP 6** |
|  | MI | MF | MS | TBM | MI | MF | MS | TBM | MI | MF | MS | TBM | MI | MF | MS | TBM |
| **Assurer le suivi de la commande du produit et/ou du service** | Suivre l’évolution de la commande et éventuellement du règlement |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Informer le client des détails et des modalités de mise à disposition |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Mettre en œuvre le ou les services associés** | Sélectionner le cas échéant le prestataire le plus adapté |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Collecter et transmettre les informations au service de l’entreprise ou aux prestataires concernés |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Suivre l’exécution du ou des services associés et en rendre compte |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Effectuer le cas échéant les relances |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Traiter les retours et les réclamations du client** | Identifier les problèmes rencontrés par le client |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Proposer une solution adaptée en tenant compte des procédures de l’entreprise et de la réglementation |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **S’assurer de la satisfaction du client** | Collecter les informations de satisfaction auprès des clients |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Mesurer et analyser la satisfaction du client |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Transmettre les informations sur la satisfaction du client |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Exploiter les informations recueillies à des fins d’amélioration |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Proposer des éléments de nature à améliorer la satisfaction du client |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

**Annexe 2**

Page 7

***Bloc 3*** [***Fidéliser la clientèle et développer la relation client***](http://www.cerpeg.fr/cerpeg/images/images_cerpeg/Bac_pro_MCV/GAP_BLOC_GC3.pdf)

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Compétences | **PFMP 3** | **PFMP 4** | **PFMP 5** | **PFMP 6** |
|  | MI | MF | MS | TBM | MI | MF | MS | TBM | MI | MF | MS | TBM | MI | MF | MS | TBM |
| **Assurer la veille commerciale** | Traiter les messages et/ou les demandes des clients |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Recueillir, extraire, exploiter, synthétiser les données : sources internes, sources externes |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Rendre compte des données appropriées |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Proposer des actions de fidélisation et/ou de développement de la relation client en adéquation avec les données recueillies et l'orientation commerciale de l'entreprise |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Contribuer à des actions de fidélisation de la clientèle et de développement de la relation client** | Sélectionner et mettre en œuvre les outils de fidélisation et/ou de développement de la relation client de l'entreprise |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Concourir à la préparation et à l'organisation d'événements et/ou d'opérations de fidélisation/développement de la relation client |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Participer à la mise en œuvre des événements et/ou opérations de fidélisation/développement de la relation client |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Effectuer des ventes au rebond |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Réaliser des opérations de suivi post événement |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Mobiliser les outils d'internet et les réseaux sociaux |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Evaluer les actions de fidélisation et de développement de la relation client** | Enrichir et actualiser le SIC (système d'information commercial) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Mesurer et analyser les résultats |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Rendre compte des actions et des résultats par écrit et/ou à l'oral |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Proposer des axes d'amélioration |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

**Annexe 2**

Page 8

***Bloc 4B : option PVOC - Prospection clientèle et valorisation de l'offre commerciale***

Page 9

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Compétences | **PFMP 3** | **PFMP 4** | **PFMP 5** | **PFMP 6** |
|  | MI | MF | MS | TBM | MI | MF | MS | TBM | MI | MF | MS | TBM | MI | MF | MS | TBM |
| **Rechercher et analyser les informations à des fins commerciales** | Identifier au sein du SIC les informations internes utiles à l'opération de prospection, les extraire et les analyser |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Collecter, traiter et analyser les informations externes |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Mettre à jour le système d'information commercial (SIC) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Rendre l'unité commerciale attractive et fonctionnelle** | Définir la cible en cohérence avec la stratégie de l'organisation et les moyens alloués |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Fixer les objectifs quantitatifs et qualitatifs de l'opération en fonction des moyens alloués |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Déterminer la durée de l'opération en fonction des moyens alloués |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Déterminer la ou les techniques de prospection adaptées aux objectifs du projet et aux moyens alloués |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Mettre en œuvre une opération de prospection** | Elaborer le plan de prospection et le plan de tournée |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Construire et/ou mettre à jour le fichier prospects |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Sélectionner et/ou concevoir des outils d'aide à la prospection et des supports de communication |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Etablir le contact avec le prospect dans des situations de prospection physique et/ou à distance |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Identifier les besoins du prospect |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Argumenter |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Traiter les objections |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

**Annexe 2**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Compétences | **PFMP 3** | **PFMP 4** | **PFMP 5** | **PFMP 6** |
|  | MI | MF | MS | TBM | MI | MF | MS | TBM | MI | MF | MS | TBM | MI | MF | MS | TBM |
| **Suivre et évaluer l'action de prospection** | Traiter et exploiter les contacts obtenus lors d'une opération de prospection |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Mettre à jour le fichier prospect et le système d'information mercatique |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Qualifier les contacts |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Définir les actions à mener auprès des contacts |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Mesurer et analyser les résultats de l'opération de prospection et les écarts par rapport aux objectifs |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Déterminer les causes des écarts |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Proposer des actions correctives |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Rendre compte de l'opération de prospection |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Valoriser les produits et/ou les services** | Mettre en valeur l'offre dans un salon, show-room, un espace de vente éphémère, chez le client, sur les sites marchands et sur les réseaux sociaux |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

**Annexe 2**

Page 10

**Annexe 3**

|  |
| --- |
|  **Baccalauréat professionnel Métiers du commerce et de la vente** |
| **Épreuve E3 : Pratique professionnelle**  Coefficient : 3 |
| **Groupe de compétences 1 :****CONSEILLER ET VENDRE** |
| **GRILLE D’ÉVALUATION SOUS ÉPREUVE :****VENTE-CONSEIL E31 (CCF)** |
| **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’évaluation :**Mme / M. : ………………………………..…………..…professeur(e) d’économie gestion du (de la) candidat(e)Mme / M.  : ………………………………………….…professionnel (le) du secteur du commerce et de la venteFonction..……………………………..………………Entreprise :  …………………………….………………….……………………Mme/ M.  : …………………………………..…………professeur(e) d’économie gestion du (de la) candidat(e) |

Page 11

**Annexe 3**

**DEGRÉS DE MAîTRISE DES COMPÉTENCES ÉVALUÉES**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **1**  | **2**  | **3**  | **4**  |
| Ne collecte pas les informations issues du marché, de l’entreprise et de ses produits | Collecte des informations partielles et/ou imprécises | Collecte, hiérarchise et sélectionne correctement les informations  | Collecte, hiérarchise, sélectionne correctement les informations et les exploite de façon pertinente |
| Ne questionne pas et n’est pas à l’écoute des besoins du client | Réalise un questionnement imprécis et pratique une écoute superficielle | Procède à un questionnement permettant de cerner les principaux besoins et attentes. Écoute le client et reformule les principaux apports du questionnement | Réalise un questionnement de nature à identifier l’ensemble des besoins et attentes du client en appliquant les principes de l’écoute active (empathie, reformulation, assertivité) |
| Ne propose pas d’offre de produits et/ou services | Propose une offre de produits et/ou de services peu adaptée qui répond partiellement aux attentes du client | Propose une offre de produits et/ou de services qui répond aux principaux besoins et attentes du client  | Propose une offre de produits et/ou de services répondant aux principaux besoins et attentes du client et s’assure de son adhésion |
| Ne réalise pas d’argumentation | Réalise une argumentation peu cohérente | Réalise une argumentation adaptée | Réalise une argumentation adaptée dont l’efficacité est renforcée par une communication verbale et non-verbale convaincantes |
| Ne met pas en place des modalités de règlement, ni de livraison | Met approximativement en place des modalités de règlement et de livraison  | Met correctement en place des modalités de règlement et de livraison  | Met correctement en place des modalités de règlement et de livraison et se montre capable d’orienter le client vers le choix qui concilie au mieux ses intérêts et ceux de l’entreprise  |
| S’exprime avec difficulté en n’adaptant pas sa communication non verbale  | S’exprime avec des approximations concernant la clarté de ses propos et sa communication non verbale  | S’exprime clairement et met en œuvre une communication non verbale adaptée | S’exprime clairement et met en œuvre un vocabulaire et une communication non verbale professionnels et adaptés au contexte de la vente |

Page 12

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Compétences** | **Critères et indicateurs d’évaluation** | **PROFIL** |
| **1** | **2** | **3** | **4** |
| **ASSURER LA VEILLE COMMERCIALE** | * **Qualité, maîtrise et utilisation pertinente des informations relevées et sélectionnées sur le marché, l’entreprise et ses produits**
* (Fiabilité, récence, utilité des informations collectées, hiérarchisées)
 |  |  |  |  |
| **RÉALISER LA VENTE DANS UN CADRE OMNICANAL** | **Qualité du questionnement, de l’écoute et de la reformulation des besoins du client**(Justesse et pertinence du questionnement et de la reformulation des besoins en faisant preuve d’écoute active)**Proposition d’une offre de produits et/ou de services adaptée et cohérente**(Analyse pertinente des attentes et proposition d’une solution adéquate ou conforme aux attentes du client)**Mise en œuvre d’une argumentation convaincante et efficace**(Maîtrise et adaptation de l’argumentaire aux attentes du client) |  |  |  |  |
| **ASSURER L’EXÉCUTION DE LA VENTE** | * **Mise en place des modalités de règlement et de livraison conformes aux engagements pris vis-à-vis du client, aux intérêts de l’entreprise ainsi qu’à la législation et à la règlementation en vigueur**

(Pertinence des modes de règlement et de livraison dans le respect de la stratégie commerciale et en adéquation avec la législation et la réglementation) |  |  |  |  |
| **COMMUNICATION** | * **Adaptation de la communication verbale et non verbale au contexte de la vente**

 (Adéquation pertinente des réponses et du paralangage au contexte de la vente)  |  |  |  |  |

1 : Novice 2 : Débrouillé 3 : Averti 4 : Expert (les croix doivent être positionnées au milieu des colonnes)

|  |
| --- |
| **Observations, commentaires** (justification de la note) :**Note proposée pour le candidat :** **…./20\***\*Note arrondie au demi-point supérieur |
| Nom et signature des membres de la commission d’évaluation :Page 13 |

|  |
| --- |
| **Baccalauréat professionnel Métiers du commerce et de la vente** |
| **Épreuve E3 : Pratique professionnelle** Coefficient 2 |
| **Groupe de compétences 2 :****SUIVRE LES VENTES** |
| **GRILLE D’ÉVALUATION SOUS ÉPREUVE :** **SUIVI DES VENTES : E32 (CCF)** |
| **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’évaluation :**Mme / M. : ………………………………..…………..…professeur(e) d’économie gestion du (de la) candidat(e)Mme / M. : …………………………………………….…professionnel (le) du secteur du commerce et de la venteFonction..……………………………..………………Entreprise :  …………………………….………………….………………………Mme/ M. : ……………………………………..…………professeur(e) d’économie gestion du (de la) candidat(e) |

**Annexe 4**

Page 14

**Annexe 4**

**DEGRÉS DE MAîTRISE DES COMPÉTENCES ÉVALUÉES**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **1** | **2** | **3** | **4** |
| N’assure aucun suivi de la commande | Réalise de façon partielle le suivi de la commande | Traite correctement le suivi de la commande | Traite correctement le suivi de la commande et informe le client des délais et des modalités de mise à disposition |
| Ne met pas en œuvre le ou les services associés | Met en œuvre avec des omissions ou des erreurs le ou les services associés | Met en œuvre correctement le ou les services associés | Met en œuvre correctement le ou les services associés et en assure le suivi |
| Ne questionne pas le client | Questionne sommairement le client | Questionne de façon pertinente le client pour identifier le ou les problèmes rencontrés | Questionne de façon pertinente le client pour identifier le ou les problèmes rencontrés et reformule-le ou les problèmes rencontrés par celui-ci |
| Ne propose pas de solution | Propose une solution partiellement adaptée au(x) problème(s) du client | Propose une solution adaptée au(x) problème(s) rencontré(s) par le client  | Propose une solution adaptée au(x) problème(s) rencontré(s) par le client et s’assurer de son adhésion  |
| Ne collecte pas d’informations sur la satisfaction client | Recherche et saisit des informations incomplètes sur la satisfaction client | Transmet une information exploitable sur la satisfaction client | Transmet une information exploitable sur la satisfaction client et en fait une analyse |
| Ne préconise pas d’action d’amélioration de la satisfaction client | Préconise des actions d’amélioration inadaptées aux attentes du client  | Préconise des actions d’amélioration adaptées aux attentes du client  | Préconise des actions d’amélioration adaptées aux attentes du client et au contexte de l’entreprise |
| S’exprime avec difficulté et n’adopte pas une communication non verbale adaptée | S’exprime avec des approximations concernant la clarté de ses propos et sa communication non verbale  | S’exprime clairement et met en œuvre une communication non verbale adaptée  | S’exprime clairement, met en œuvre un vocabulaire et une communication non verbale professionnels et adaptés au contexte du suivi des ventes |

Page 15

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Compétences** | **Critères et indicateurs d’évaluation** | **PROFIL** |
| **1** | **2** | **3** | **4** |
| **ASSURER LE SUIVI DE LA COMMANDE DU PRODUIT ET/OU DU SERVICE** | **Efficacité du suivi de la commande**(Suivi de l’évolution de la commande et éventuellement du règlement, conformité des informations sur les délais et les modalités de mise à disposition) |  |  |  |  |
| **METTRE EN ŒUVRE LE OU****LES SERVIICES ASSOCÉS** | **Qualité de la mise en œuvre du ou des services associés**(sélection adaptée des prestataires, respect des procédures, suivi de l’exécution du ou des services associés, efficacité des relances éventuelles) |  |  |  |  |
| **TRAITER LES RETOURS ET****LES RÉCLAMATIONS DES CLIENTS** | **Pertinence du questionnement pour identifier le(s) problème(s) rencontrés par le client**(Clarté dans le questionnement et la reformulation)**Qualité de la solution proposée**(Pertinence et réactivité de la solution proposée avec les procédures de l’entreprise et la règlementation) |  |  |  |  |
| **S’ASSURER DE LA****SATISFACTION****DU CLIENT** | **Qualité de l’information collectée, saisie et transmise sur la satisfaction client**(Fiabilité, récence et utilité de l’information collectée, exploitée et diffusée)**Pertinence des propositions d’amélioration de la satisfaction client**(Pertinence et efficacité des actions d’amélioration) |  |  |  |  |
| **COMMUNICATION** | **Adaptation de la communication verbale et non verbale au contexte du suivi des ventes**(Adéquation pertinente des réponses et du paralangage au contexte du suivi des ventes) |  |  |  |  |

1 : Novice 2 : Débrouillé 3 : Averti 4 : Expert (les croix doivent être positionnées au milieu des colonnes)

|  |
| --- |
| **Observations, commentaires** (justification de la note) :**Note proposée pour le candidat :** **…./20\***\*Note arrondie au demi-point supérieur |
| Nom et signature des membres de la commission d’évaluation :Page 16 |

|  |
| --- |
| 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°1Phase 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 :M / Mme …………………………………………………….professeur(e) d’économie gestion du (de la) candidatM / Mme …………………………………………………… professionnel(le) du secteur du commerce et de la vente Fonction ……………………...…………Entreprise …………………………………………………………………………………………M / Mme ……………………………………………………….professeur(e) d’économie gestion du (de la) candidat |
| Le dossier d’évaluation de la « phase préparatoire » comprend :* Les degrés de maîtrise pour déterminer le profil du candidat
* La grille des critères et indicateurs d’évaluation
* La fiche de commentaires objectivés
 |

**Annexe 5**

Page 17

**Annexe 5**

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

**« La phase préparatoire à la mise en œuvre d’une action de FDRC»**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **1. Novice** | **2. Débrouillé** | **3. Averti** | **4. Expert** |
| 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 utiles 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 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 |

Page 18

**Annexe 5**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **TRAITER ET EXPLOITER L’INFORMATION OU LE CONTACT CLIENT** | **Critères et indicateurs d’évaluation** | **PROFIL** |
| **1** | **2** | **3** | **4** |
| **Pertinence du choix des sources d’information, des données recueillies et remontées**(Clarté des informations collectées, mobilisation des données internes (SIC) et externes, fiabilité, récence, utilité des sources sélectionnées)**Qualité du traitement des sollicitations clients**(Capacité à expliciter sa contribution à la FDRC dans les actions du quotidien, appréciation de l’efficacité de sa pratique)**Pertinence des actions proposées** (faisabilité des 2 actions de FDRC proposées, cohérence avec le contexte et la stratégie 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)**

**Situation n°1 : phase préparatoire à la mise en œuvre d’une action de FDRC**

|  |
| --- |
| **Commentaires objectivés :****Professionnalité du candidat dans sa capacité à :*** **Traiter et exploiter l’information ou le contact client.**
 |
| **Appréciation globale :** |

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

Page 19

/

|  |  |
| --- | --- |
| 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 :

1. 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).**

1. 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 :**

* + 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)**
	+ 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) :** |  |

Baccalauréat professionnel Accueil - Relation Clients et Usagers

Épreuve E3 : Situation professionnelle d’accueil CCF

**Sous-épreuve E31, 1ère situation : Diagnostic de la fonction accueil**

|  |  |
| --- | --- |
| **CANDIDAT** **Nom :** **Prénom :**  | **SESSION : 201..** |
| **ORGANISATION****Nom et adresse :** **TUTEUR** **Nom :** **Fonction :**  |
| **ÉTABLISSEMENT**  |

DIAGNOSTIC INTERNE

|  |
| --- |
| *Photo ou autre illustration…* |

## *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

Page 20

**Annexe 6**

|  |
| --- |
| 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
 |

Page 21

**Annexe 6**

**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 |

Page 22

**Annexe 6**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **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)

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

Page 23

|  |
| --- |
| **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** |

**Annexe 7**

**BILAN DES PERIODES DE FORMATION EN MILIEU PROFESSIONNEL**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | PFMP 3Dates : | PFMP 4Dates : |
| Entreprise d’accueil |  |  |
| Nom du tuteur |  |  |
| Fonction du tuteur |  |  |
| Nombre de retardDate/Raison |  |  |
| Nombre de jours d’absence |  |  |
| Dates de récupération |  |  |
| Appréciations générales* Points forts
* Axe de développement / conseils
 |  |  |
| Date de l’évaluation |  |  |
| Signature du tuteuret cachet |  |  |
| Nom et signature de l’enseignant  |  |  |

Page 24

**BILAN DES PERIODES DE FORMATION EN MILIEU PROFESSIONNEL**

**Annexe 7**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | PFMP 5Dates : | PFMP 6Dates : |
| Entreprise d’accueil |  |  |
| Nom du tuteur |  |  |
| Fonction du tuteur |  |  |
| Nombre de retardDate/Raison |  |  |
| Nombre de jours d’absence |  |  |
| Dates de récupération |  |  |
| Appréciations générales* Points forts
* Axe de développement / conseils
 |  |  |
| Date de l’évaluation |  |  |
| Signature du tuteuret cachet |  |  |
| Nom et signature de l’enseignant  |  |  |

Page 25

#### Joindre l’attestation de PFMP de seconde ou la copie du diplôme de CAP ou le positionnement de l’élève.

**Annexe 8**

ATTESTATION DE L’ENTREPRISE ET

DU CHEF D’ETABLISSEMENT

Je soussigné…………………………………………….., Chef d’établissement

de l’établissement………………………………………………………………………

 certifie que NOM : …………………………… Prénom : …………………………

inscrit dans l’établissement que je dirige, en classe de baccalauréat professionnel a suivi, conformément à la législation en vigueur, des périodes de formation en entreprise.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **NOM, ADRESSE ET CACHET DE L’ENTREPRISE** | **NATURE DE L’ENTREPRISE** | **PERIODE DE LA F.M.P.** | **NOM DU TUTEUR ET SIGNATURE** |
| PFMP3 |  | ❑ Métiers du commerce (vendeur en magasin)❑ Métiers de la vente (représentant en vente) | … semainesdu ……………au …………… |  |
| PFMP4 |  | ❑ Métiers du commerce (vendeur en magasin)❑ Métiers de la vente (représentant en vente) | … semainesdu ……………au …………… |  |

Le…………………………

Signature (et cachet de l’établissement)

Page 26

**Annexe 8**

ATTESTATION DE L’ENTREPRISE ET

DU CHEF D’ETABLISSEMENT

Je soussigné…………………………………………….., Chef d’établissement

de l’établissement………………………………………………………………………

 certifie que NOM : …………………………… Prénom : …………………………

inscrit dans l’établissement que je dirige, en classe de baccalauréat professionnel a suivi, conformément à la législation en vigueur, des périodes de formation en entreprise.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **NOM, ADRESSE ET CACHET DE L’ENTREPRISE** | **NATURE DE L’ENTREPRISE** | **PERIODE DE LA F.M.P.** | **NOM DU TUTEUR ET SIGNATURE** |
| PFMP5 |  |  | … semainesdu ……………au …………… |  |
| PFMP6 |  |  | … semainesdu ……………au …………… |  |

Le…………………………

Signature (et cachet de l’établissement)

Page 27

**Annexe 8**

ATTESTATION DE L’ENTREPRISE ET

DU CHEF D’ETABLISSEMENT

Je soussigné…………………………………………….., Chef d’établissement

de l’établissement………………………………………………………………………

 certifie que NOM : …………………………… Prénom : …………………………

inscrit dans l’établissement que je dirige, en classe de baccalauréat professionnel a suivi, conformément à la législation en vigueur, des périodes de formation en entreprise.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **NOM, ADRESSE ET CACHET DE L’ENTREPRISE** | **NATURE DE L’ENTREPRISE** | **PERIODE DE LA F.M.P.** | **NOM DU TUTEUR ET SIGNATURE** |
| RATTRAPAGE |  | ❑ Métiers du commerce (vendeur en magasin)❑ Métiers de la vente (représentant en vente) | … semainesdu ……………au …………… |  |
| RATTRAPAGE |  | ❑ Métiers du commerce (vendeur en magasin)❑ Métiers de la vente (représentant en vente) | … semainesdu ……………au …………… |  |

Le…………………………

Signature (et cachet de l’établissement)

Page 28