

PROMESSE D'ACCUEIL EN PERIODE DE FORMATION EN MILIEU PROFESSIONNEL
A compléter et à nous retourner ou à remettre à l'élève

Une convention de stage sera établie à partir des informations ci-dessous et vous sera adressée pour signature

CLASSE : BAC PROFESSIONNEL METIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE Option B

ENTREPRISE OU ORGANISME : _____

Adresse : _____

Domaine d'activité : _____

Téléphone : 05 94 / ____ / ____ / ____ Fax : 05 94 / ____ / ____ / ____ Email : _____

REPRESENTE(E) PAR : Mme M. _____

Fonction : _____

Tél. : 05 94 / ____ / ____ / ____ Portable : 06 94 / ____ / ____ / ____ Email : _____

TUTEUR : Mme M. _____

Fonction : _____

Tél. : 05 94 / ____ / ____ / ____ Portable : 06 94 / ____ / ____ / ____ Email : _____

Accepte d'accueillir l'élève : _____ Age : _____

Du au 202... (4 semaines)

PROFESSEUR REFERENT : _____

ADRESSE D'ACCUEIL DU STAGIAIRE : (si différente de l'adresse ci-dessus)

HORAIRES DE L'ELEVE

8 h maximum par jour – 35 h maximum par semaine – 30 h minimum par semaine –
2 jours consécutifs de repos pour les mineurs (soit samedi/dimanche, soit dimanche/lundi)

JOURS	MATIN		APRES MIDI		TOTAL HEURES PAR JOUR
	De	A	De	A	
Lundi					
Mardi					
Mercredi					
Jeudi					
Vendredi					
Samedi					
TOTAL DES HEURES PAR SEMAINE					

Validation
par le professeur référent/le professeur principal :
Le ____/____/20____
Signature

Entreprise/Organisation :
Le ____/____/20____
Signature et Cachet

COMPETENCES PROFESSIONNELLES A METTRE EN ŒUVRE EN PFMP

Bac Pro Métiers du Commerce et de la Vente

Option B : « Prospection clientèle et valorisation de l'offre commerciale »

	Compétences	Tâches possibles
Bloc 1 : Conseiller et vendre	<ol style="list-style-type: none"> Assurer la veille commerciale Réaliser la vente dans un cadre omnicanal Assurer l'exécution de la vente 	<ul style="list-style-type: none"> Veille informationnelle sur les produits et/ou les services et les concurrents Prise de contact Présentation de l'entreprise et/ou de ses produits et/ou de ses services Découverte, identification et analyse des besoins du client, de ses motivations et de ses freins éventuels Conseil et argumentation d'une solution adaptée Vente(s) additionnelle(s) Finalisation de la vente Mise en place du règlement et de la livraison
Bloc de 2 : Suivi des ventes	<ol style="list-style-type: none"> Assurer le suivi de la commande du produit et ou du service Mettre en œuvre le ou les services associés Traiter les retours et les réclamations du client S'assurer de la satisfaction du client 	<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
Bloc n° 3 Fidéliser la clientèle et développer la relation client	<ol style="list-style-type: none"> Traiter et exploiter l'information ou le contact client Contribuer à des actions de fidélisation de la clientèle et de développement de la relation client Évaluer les actions de fidélisation de la clientèle et de développement de la relation client 	<ul style="list-style-type: none"> Exploitation des données clients Mise en œuvre des outils de fidélisation client Contribution à la proposition et à l'organisation des opérations de fidélisation (visites, appels, relances personnalisées...) Écoute et traitement des contacts, messages et/ou avis des clients Vente(s) au rebond Participation à la mise en œuvre d'actions de fidélisation et de développement Exploitation des sites marchands et des réseaux sociaux à des fins commerciales Évaluation des actions de fidélisation et de développement
Bloc n° 4B : Prospecter et valoriser l'offre commerciale	<ol style="list-style-type: none"> Rechercher et analyser les informations à des fins d'exploitation 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 	<ul style="list-style-type: none"> Exploitation et mise à jour du système d'information commercial Recherche et exploitation d'informations externes Participation à l'organisation de la prospection Réalisation de la prospection Évaluation et analyse des résultats de la prospection Exploitation des sites marchands et des réseaux sociaux à des fins commerciales Actions de promotion (show-room, salons, mise en place du produit chez le client) et de présentation de l'offre commerciale