

**BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL
MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE
OPTION B
PROSPECTION ET VALORISATION
DE L'OFFRE COMMERCIALE**



**LIVRET DE SUIVI
DES PÉRIODES DE FORMATION
EN MILIEU PROFESSIONNEL**

PREMIERE ET TERMINALE

Logo et
coordonnées de
l'établissement
scolaire

ANNÉE SCOLAIRE :

ÉLÈVE :

NOM :

PRÉNOM :

SOMMAIRE

Rôle du tuteur et objectifs du livret	1
Modalités de suivi des PFMP	2
Présentation des interlocuteurs du lycée	3
Déroulement de la formation	
• Propositions d'organisation des PFMP	4
• Liste non exhaustive des lieux de PFMP à privilégier	5
Outils de suivi :	
• Annexe 1-A : Grille de positionnement formative des compétences et des attitudes professionnelles	6
• Annexe 1-B : Grille de positionnement formative des attitudes professionnelles	10
• Annexe 2 : Grille d'évaluation certificative E 33 situation 1	11
• Annexe 3 : Bilan des Périodes de Formation en Milieu Professionnel	15
• Annexe 4 : Tableau de suivi de présence des PFMP	16
• Annexe 5 : Attestation de formation en milieu professionnel	17

RÔLE DU TUTEUR



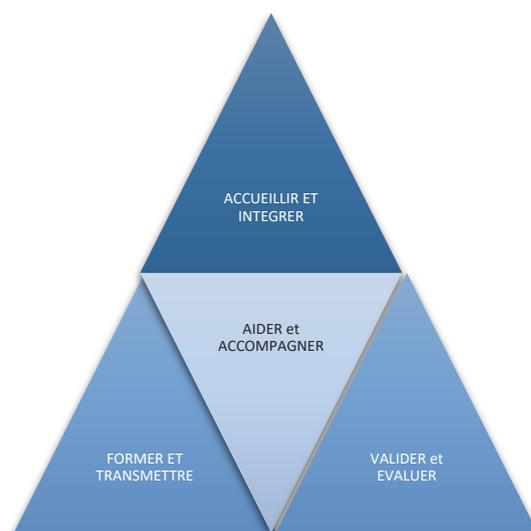
Le tuteur joue un rôle déterminant d'accompagnement dans la formation du jeune

- ▶ **ACCUEILLIR et INTEGRER** le stagiaire
 - dans l'équipe commerciale,
 - à son poste de travail (définition du cadre et des missions du stage)

- ▶ **AIDER ACCOMPAGNER** le stagiaire
 - à rassembler les éléments pour réaliser les activités négociées
 - avec l'équipe pédagogique

- ▶ **FORMER : TRANSMETTRE SON METIER**
 - Conseil et vente
 - Fidélisation et développement de la relation client

- ▶ **VALIDER- EVALUER**
 - Les compétences et attitudes professionnelles



OBJECTIFS DU LIVRET ET MODALITÉS DE SUIVI DES PFMP



- ▶ **Informier :**
 - 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.
- ▶ **Evaluer** les compétences et attitudes professionnelles

MODALITÉS DE SUIVI DES PFMP

QUAND	En amont de la PFMP N° 3, 4, 5 et 6 (ou lors de la 1ère semaine de la PFMP 3, 4, 5 et 6)	Dernière semaine de la PFMP N° 3, 4, 5 et 6
QUOI	<p>Visite de négociation des compétences à travailler. (Renseignez les colonnes PFMP 3,4,5 et 6 sur les compétences professionnelles négociées)</p> <p style="text-align: center;">Annexe 1-A</p> <p>Présentation des attitudes professionnelles (toutes sont à mobiliser à chaque PFMP)</p> <p style="text-align: center;">Annexe 1-B</p>	<p>Positionnement des compétences et des attitudes professionnelles</p> <p style="text-align: center;">Annexe 1-A Annexe 1-B</p>
QUI	<p style="text-align: center;">À effectuer en présentiel</p> <p style="text-align: center;">Le professeur d'enseignement professionnel ou un binôme de l'équipe pédagogique (professeur d'enseignement professionnel et professeur d'enseignement général)</p>	<p style="text-align: center;">À effectuer en présentiel</p> <p>Périodes 3 et 4 : Un enseignant d'enseignement général ou un binôme de l'équipe pédagogique (professeur d'enseignement professionnel et professeur d'enseignement général)</p> <p>Périodes 5 et 6 : Un professeur d'enseignement professionnel ou un binôme de l'équipe pédagogique (professeur d'enseignement professionnel et professeur d'enseignement général)</p>
COMMENT	<p>Le professeur explique :</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ les compétences à travailler, ○ les attitudes professionnelles et savoir-être à adopter. <p style="text-align: center;">Annexe 1-A à compléter Annexe 1-B à compléter</p>	<p>Le professeur et le tuteur complètent :</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ la grille de positionnement formative des compétences et des attitudes professionnelles (annexe 1-A ET Annexe 1-B) ○ le bilan de la PFMP (annexe 2) ○ le tableau de suivi de présence (annexe 3)

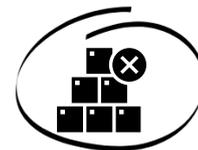
NB : L'annexe 4 est à remplir par le chef d'établissement en fin de cycle de formation pour justifier que le candidat répond à l'obligation des 22 semaines de PFMP. **L'annexe 5** est à destination de l'élève pour transmission à son tuteur dans le cadre du suivi de présence.



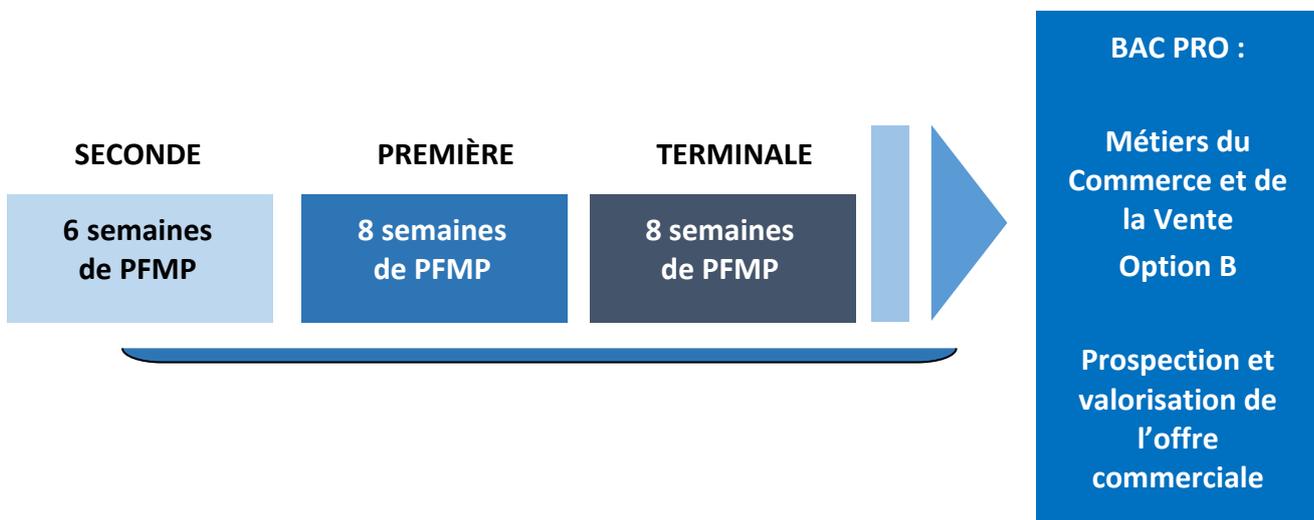
	Initiative	Qui contacter	Quand Comment	Documents
En cas d'absence ou de retard	Élève ou Parents	Tuteur + Directeur Délégué aux Formations Professionnelles et Technologiques (DDFPT)	Dès la 1 ^{ère} absence ou retard Téléphoner 03.....	Certificat médical le cas échéant
En cas d'accident	Tuteur	Proviseur + Directeur Délégué aux Formations Professionnelles et Technologiques (DDFPT)	Téléphoner 03	Déclaration d'accident Sous 48 h au Proviseur
En cas de difficultés au cours de la PFMP	Tuteur Élève	<u>Nom enseignant</u> Professeur principal + Directeur Délégué aux Formations Professionnelles et Technologiques (DDFPT)	Téléphoner 03	Bilan Annexe 2

Toute absence doit être rattrapée.

Le lycée rédigera un avenant à la convention.



Les 3 années de formation professionnelle sont découpées en semestres, intégrant **22 semaines de PFMP** (périodes de formation en milieu professionnel), dont 8 semaines en classe de Première et 8 semaines en classe de terminale.



Organisation des Périodes de Formation en Milieu Professionnel :

DURÉE	ORGANISATION	LIEUX
16 semaines au total	2 x 4 semaines en classe de 1 ^{ère} 2 x 4 semaines en classe de Terminale	Unités commerciales qui pratiquent la vente en face à face ou à distance, généralistes ou spécialisées.



LISTE NON EXHAUSTIVE DES LIEUX DE PFMP A PRIVILEGIER

Le choix de l'entreprise est conditionné à l'opportunité de pouvoir valider les compétences des 4 blocs (1,2,3 et 4B) déclinés dans le référentiel. L'entreprise correspondant aux attentes du baccalauréat professionnel Commerce & Vente OPTION B doit être validée par le professeur principal et / ou DDFPT.

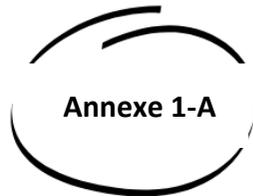
Exemples de secteurs permettant de répondre aux compétences attendues dans le bloc 4B

- Agences immobilières
- Agences d'intérim
- Agences de voyage
- Agences publicitaires
- Imprimeries
- Vente de produits surgelés
- Concessions Automobiles ou Motos
- Grossistes tout type de produits
- Cabinets d'assurance
- Entreprises du BTP
- Entreprises d'aménagement intérieur
- Clubs de remise en forme
- Transporteurs routiers
- Entreprises de communication
- Les banques (produits d'assurance et à la marge produits bancaires)
- Télécommunication
- Etc..

Ces secteurs d'activités peuvent faire l'objet d'actions de prospection :

- à distance
- en unité commerciale
- ou en visite clientèle

Grille de positionnement formative des compétences professionnelles
Première et terminale Baccalauréat Professionnel Métiers de la Vente et du Commerce
Option B – Prospection et valorisation de l’offre commerciale



Observation :
Toutes les compétences ne sont pas nécessairement évaluées à chaque PFMP
¹Cochez les cases correspondantes aux compétences négociées

	Niveau de maîtrise des compétences atteint en classe de première										Niveau de maîtrise des compétences atteint en classe de terminale														
	PFMP 3 ¹	1*	2*	3*	4*	NE*	PFMP 4 ¹	1*	2*	3*	4*	NE*	PFMP 5 ¹	1*	2*	3*	3*	NE*	PFMP 6 ¹	1*	2*	3*	4*	NE*	
Bloc 1 : Conseiller et vendre	1.1 Assurer la veille commerciale																								
	S’informer sur le marché et les produits																								
	<input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>						
Bloc 1 : Conseiller et vendre	1.2 Réaliser la vente dans un cadre omnicanal																								
	Accueillir, rechercher les besoins, argumenter, traiter des objections, conclure la vente																								
	<input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>						
Bloc 1 : Conseiller et vendre	1.3 Communiquer																								
	Adapter la communication verbale et non verbale au contexte de la vente (adéquation des réponses et du paralangage au contexte de la vente).																								
<input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>							
Bloc 2 : Suivre les ventes	2.1 Mettre en œuvre le ou les services associés																								
	Mettre en œuvre le ou les services associés (livraison, garantie...)																								
	<input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>						
	2.3 Traiter les retours et les réclamations du client																								
Traiter les retours et les réclamations du client (politique de SAV)																									
<input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>							
Bloc 2 : Suivre les ventes	2.4 S’assurer de la satisfaction du client																								
	S’assurer de la satisfaction du client (enquête de satisfaction)																								
<input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>							

*1 : novice

*2 : débrouillé

*3 : averti

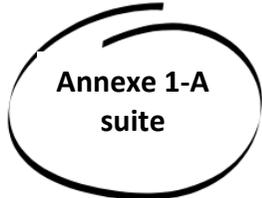
*4 : expert

*NE : non évaluable

**Grille de positionnement formative des compétences professionnelles
Première et terminale Baccalauréat Professionnel Métiers de la Vente et du Commerce
Option B – Prospection et valorisation de l’offre commerciale**

<p>Observation : Toutes les compétences ne sont pas nécessairement évaluées à chaque PFMP ¹Cochez les cases correspondantes aux compétences négociées</p>		Niveau de maîtrise des compétences atteint en classe de première										Niveau de maîtrise des compétences atteint en classe de terminale																
		PFMP 3 ¹	1*	2*	3*	4*	NE*	PFMP 4 ¹	1*	2*	3*	4*	NE*	PFMP 5 ¹	1*	2*	3*	3*	NE*	PFMP 6 ¹	1*	2*	3*	4*	NE*			
Bloc 3 : Fidéliser la clientèle et	3.1 Traiter et exploiter l'information ou le contact client																											
	Traiter et exploiter le contact client (exploitation et actualisation du fichier clients)	<input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>							<input type="checkbox"/>							<input type="checkbox"/>						
	Contribuer à des actions de fidélisation de la clientèle (utilisation d’outils de fidélisation, exemple encartage y compris les outils digitaux, exemple abonnement Newsletter)	<input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>							<input type="checkbox"/>							<input type="checkbox"/>						
	Evaluer les actions de fidélisation (indicateurs quantitatifs objectifs/réalisations, taux de retours, nombre d’abonnements ou de cartes souscrites...ou qualitatifs)	<input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>							<input type="checkbox"/>							<input type="checkbox"/>						
Proposer des améliorations aux actions et justifier l’intérêt des propositions d’amélioration	<input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>							<input type="checkbox"/>							<input type="checkbox"/>							

Grille de positionnement formative des compétences professionnelles
Première et terminale Baccalauréat Professionnel Métiers de la Vente et du Commerce
Option B – Prospection et valorisation de l'offre commerciale



	<i>Observation :</i> Toutes les compétences ne sont pas nécessairement évaluées à chaque PFMP ¹ Cochez les cases correspondantes aux compétences négociées																									
	Niveau de maîtrise des compétences atteint en classe de première												Niveau de maîtrise des compétences atteint en classe de terminale													
	PFMP 3 ¹	1*	2*	3*	4*	NE*	PFMP 4 ¹	1*	2*	3*	4*	NE*	PFMP 5 ¹	1*	2*	3*	3*	NE*	PFMP 6 ¹	1*	2*	3*	4*	NE*		
Bloc 4B : PROSPECTER ET VALORISER L'OFFRE COMMERCIALE	4B.1 Participer à la conception d'une opération de prospection																									
	Définir la cible	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
	Fixer les objectifs quantitatifs et qualitatifs de l'opération	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
	Déterminer la durée de l'opération	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
	4B.2 Mettre en œuvre une opération de prospection																									
	Élaborer le plan de prospection et le plan de tournée	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
	Sélectionner et/ou concevoir des outils d'aide à la prospection et des supports de communication	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
	Établir le contact avec le prospect dans des situations de prospection physique et/ou à distance	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
	4B.3 Suivre et évaluer l'action de prospection																									
	Traiter et exploiter les contacts obtenus lors d'une opération de prospection	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
	Mettre à jour le fichier prospects	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
	Qualifier les contacts (noter les informations obtenues sur les clients, clients potentiels, rendez-vous obtenus...)	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
	Définir les actions à mener auprès des contacts (envoi documentation, relance téléphonique, contact par mail...)	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
	Mesurer et analyser les résultats de l'opération de prospection et les écarts par rapport aux objectifs	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
	Proposer des actions correctives	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
	Rendre compte de l'opération de prospection (synthèse écrite et/ou orale)	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
	4B.4 Valoriser les produits et/ou les services																									
	Traiter et exploiter les contacts obtenus lors d'une opération de prospection	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				

*1 : novice

*2 : débrouillé

*3 : averti

*4 : expert

*NE : non évaluable

Première PFMP 3		Première PFMP 4		Terminale PFMP 5		Terminale PFMP 6	
Nom du tuteur :							
<u>Visite de négociation</u>		<u>Visite de négociation</u>		<u>Visite de négociation</u>		<u>Visite de négociation</u>	
Date :		Date :		Date :		Date :	
Cachet et signature :		Cachet et signature :		Cachet et signature :		Cachet et signature :	
<u>Visite d'évaluation</u>		<u>Visite d'évaluation</u>		<u>Visite d'évaluation</u>		<u>Visite d'évaluation</u>	
Date :		Date :		Date :		Date :	
Cachet et signature :		Cachet et signature :		Cachet et signature :		Cachet et signature :	

Grille de positionnement formative des attitudes professionnelles
Première et terminale Baccalauréat Professionnel Métiers de la Vente et du Commerce



Observation :
Toutes les attitudes sont à évaluer à chaque PFMP

	Première										Terminale									
	PMFP 3					PMFP 4					PFMP 5					PFMP 6				
	Niveau de maîtrise					Niveau de maîtrise					Niveau de maîtrise					Niveau de maîtrise				
	1*	2*	3*	4*	NE*	1*	2*	3*	4*	NE*	1*	2*	3*	4*	NE*	1*	2*	3*	4*	NE*
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																				

Baccalauréat professionnel Métiers du commerce et de la vente

Sous-épreuve E 33 : 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	<i>Durée 20 minutes</i> <i>10 minutes de présentation</i> <i>10 minutes d'entretien</i>
Session : Date de l'épreuve :	Établissement :
Nom et prénom du (de la) candidat(e) : Numéro du (de la) candidat(e) :	
<u>Composition de la commission d'interrogation :</u> M / Mmeprofesseur(e) d'économie gestion du (de la) candidat M / Mme professionnel(le) du secteur du commerce et de la vente FonctionEntreprise M / Mmeprofesseur(e) d'économie gestion du (de la) candidat	
<p style="text-align: center;"><u>Le dossier d'évaluation de la « phase préparatoire » comprend :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Les degrés de maîtrise pour déterminer le profil du candidat ○ La grille des critères et indicateurs d'évaluation ○ La fiche de commentaires objectivés 	

**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 clairement Utilise un support numérique peu adapté	Communique clairement, utilise un support numérique adapté	Réalise une communication structurée et professionnelle en utilisant un support numérique attractif

TRAITER ET EXPLOITER L' INFORMATION OU LE CONTACT CLIENT	Critères et indicateurs d'évaluation	PROFIL			
		1	2	2	4
	<p>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)</p> <p>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)</p> <p>Pertinence des actions proposées (Faisabilité des 2 actions de FDRC proposées, cohérence avec le contexte et la stratégie commerciale de l'entreprise)</p> <p>Qualité de la communication orale et écrite : (Qualité de l'écoute active, de l'argumentation et du vocabulaire professionnel, attractivité du support numérique et structuration de la présentation)</p>				

1 : Novice

2 : Débrouillé

3 : Averti

4 : Expert

(les croix doivent être positionnées au milieu des colonnes)

Appréciation motivée obligatoire au verso

Sous-épreuve E33 : Fidélisation de la clientèle et Développement de la Relation Client

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

Commentaires objectivés :

Professionalité 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



Identification <ul style="list-style-type: none"> • Des points forts, • Des axes de progrès à mobiliser 	Appréciations du tuteur et de l'enseignant			
	Première		Terminale	
	PFMP 3	PFMP 4	PFMP 5	PFMP 6
Nom du tuteur				
Fonction du tuteur				
Date de l'évaluation				
Signature du tuteur + cachet				
Nom et signature de l'enseignant / des enseignants				

TABLEAU DE SUIVI DE PRÉSENCE DES PÉRIODES DE FORMATION EN MILIEU PROFESSIONNEL

	Première		Terminale	
	PFMP 3	PFMP 4	PFMP 5	PFMP 6
Période	Du Au	Du Au	Du Au	Du Au
Entreprise ou organisme d'accueil				
Retards	Date(s) et motif(s) :	Date(s) et motif(s) :	Date(s) et motif(s) :	Date(s) et motif(s) :
Absences <i>Toute absence donne lieu à un rattrapage systématique et à l'établissement d'un avenant à la convention initiale</i>	Date(s) et motif(s) : 	Date(s) et motif(s) : 	Date(s) et motif(s) : 	Date(s) et motif(s) : 
Rattrapages	Nombre de jours et dates :	Nombre de jours et dates :	Nombre de jours et dates :	Nombre de jours et dates :

ATTESTATION DE FORMATION EN MILIEU PROFESSIONNEL

Je soussigné(e)

Chef de l'établissement :

certifie que NOM :

Prénom :

Inscrit(e) dans l'établissement que je dirige, en classe de Baccalauréat Professionnel Métiers du commerce et de la Vente (option B) a suivi, conformément à la législation en vigueur, des périodes de formation en milieu professionnel d'une durée de **6 semaines en Seconde et de 16 semaines en Première/Terminale.**

<i>Raison sociale et adresse de l'entreprise</i>	<i>Période</i>	Observations
 semaines du au	
 semaines du au	
 semaines du au	
 semaines du au	
 semaines du au	
 semaines du au	

Le

Signature et cachet de l'établissement