|  |  |
| --- | --- |
|  | **BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL** **ESTHÉTIQUE COSMÉTIQUE PARFUMERIE** |
| **PÔLE 3****E31 RELATION AVEC LA CLIENTÈLE** |
| **DOCUMENT D’AIDE À L’ÉVALUATION** |

|  |
| --- |
| **COMPÉTENCES ÉVALUÉES** |
| C31 : Accueillir et prendre en charge la clientèle |
| C32 : Analyser les attentes de la clientèle |
| C33 : Conseiller et vendre les produits cosmétiques et les prestations esthétiques |
| C34 : Mettre en place et animer des actions de promotion de produits et de prestations esthétiques |
| C35 : Évaluer la satisfaction de la clientèle |
| **Contenu du dossier** | **TI** | **I** | **S** | **TS** |
| La présentation d’une ou plusieurs entreprises dans la.lesquelle.s le.la candidat.e a effectué une partie de sa formation ou exerce son activité professionnelle :* Localisation
* Organigramme
* Zone de chalandise
* Typologie de la clientèle
* Description des espaces professionnels
 | Présentation très succincte de l’entreprise | Entreprise partiellement présentéeEt/ouInformations incohérentes | Toutes les informations sont présentes. Présence de quelques incohérences. | Toutes les informations sont présentes et pertinentes |
| Une présentation des différentes étapes des actes de vente réalisés par le.la candidat.eDifférentes étapes de vente vécues en entreprise | Absence de certaines étapes de l’acte de venteAbsence d’analyse | Absence de certaines étapes de l’acte de venteAnalyse peu pertinente ou peu approfondie | Acte de vente completAnalyse peu pertinente ou peu approfondie | Acte de vente complet et structuréAnalyse complète et pertinente  |
| La description de la mise en œuvre d’une action promotionnelle* Action promotionnelle à laquelle le candidat a participé
 | Présentation très succincte de l’action promotionnelle  Absence d’analyse | Absence de certains éléments de présentation de l’action promotionnelleAnalyse peu pertinente ou peu approfondie | Présentation complète de l’action promotionnelle mais absence d’analyse pertinente | Présentation complète et structuréeAnalyse complète et pertinente |
| Une enquête de satisfaction de la clientèle conduite par le.la candidat.e* Réalisée, observée ou conçue
 | Présentation très succincte de l’enquête de satisfaction Absence d’analyse | Absence de certains éléments de présentation de l’enquête de satisfactionAnalyse peu pertinente ou peu approfondie | Présentation complète de l’enquête de satisfaction mais absence d’analyse pertinente | Présentation complète et structuréeAnalyse complète et pertinente |
| * Présentation claire, soignée, illustrée
* Expression et orthographe
 | Présentation non soignée, sans illustrations. De nombreuses erreurs de syntaxe et d’orthographe. Moins de 10 pages ou plus de 25 pages.  | Présentation confuseQuelques erreurs de syntaxe et d’orthographeMoins de 15 pages ou plus de 20 pages. | Présentation claire mais peu illustréeSyntaxe et orthographe correctes+/- 1 page  | Présentation claire, soignée, illustréeExpression et orthographe maitrisées |
| **Prestation orale** | **TI** | **I** | **S** | **TS** |
| * Attitude professionnelle : tenue, langage
* Questions pertinentes au regard des besoins de la clientèle
* Présentation d’une argumentation lors de la vente d’un produit ou d’une prestation
 | Tenue inadaptéeLangage inadapté voire familier Absence de phase de recherche des besoins OU d’argumentation sur le produit ou la prestation | Tenue correcteLangage inadapté Phase de recherche des besoins incomplèteArgumentation sur le produit ou la prestation incomplète | Tenue correcteLangage correctPhase de recherche des besoinsargumentation sur le produit ou la prestation peu approfondies | Tenue et langage adaptés à la professionQuestionnement et argumentation détaillée et pertinente |
| ACTION PROMOTIONNELLE * Démarche argumentée et objectifs
* Présentation argumentée de la valorisation du support publicitaire
* Proposition d’exploitation argumentée et conforme à la réglementation
* Prise en compte et interprétation des indicateurs pour mesurer l’impact
 | L’ action promotionnelle a été observée. L’élève est resté passif. Objectifs non définis, démarche non argumentée, impact non considéré. | Objectifs mal définis, démarche engagée mais succincte, survole l’action promotionnelleAnalyse peu argumentée | Démarche complète et cohérente mais l’argumentation peu approfondie | Démarche argumentée et objectifs clairement formulésPrésentation argumentée de la valorisation du support publicitaireProposition d’exploitation argumentée et conforme à la réglementation |
| ENQUÊTE DE SATISFACTION * Formulation d’un questionnement pertinent
* Solutions adaptées et argumentées
 | La démarche n’est pas cohérente.  | Questionnement très succin, solutions inadaptées non argumentées ou absence de solution  | Questionnement qui manque de pertinence. Solutions adaptées mais non argumentées | Questionnement pertinent Solutions adaptées et argumentées |