

**BAC PROFESSIONNEL
ESTHÉTIQUE COSMÉTIQUE PARFUMERIE**

**SOUS-ÉPREUVE A3 (U31)
Suivi de clientèle et animation**

SOUS-ÉPREUVE A3 : Suivi de clientèle et animation

Précisions académiques sur le contenu du dossier (février 2008)

ÉPREUVE E3 : EPREUVE PRATIQUE PRENANT EN COMPTE LA FORMATION EN ENTREPRISE SOUS EPREUVE A 3 : Suivi de la clientèle et animation

Précisions sur le contenu du dossier

1. Présentation du dossier (DOCUMENT OBLIGATOIRE)

A réaliser en deux exemplaires dont un est remis au centre d'examen à la date fixée par le chef d'établissement. L'autre exemplaire reste à la disposition du candidat.

1.1. Forme du dossier :

- ↳ 15 à 20 pages maxi
- ↳ 15 pages annexes maxi (en lien avec le contenu du dossier)
- ↳ Paginé avec un sommaire (après la page de garde)
- ↳ De préférence de qualité bureautique
- ↳ Relié, agrafé

La page de garde comporte :

- Identification du candidat
- Du centre de formation
- De la session
- De l'épreuve

1.2. Contenu du dossier

Le dossier porte sur les diverses activités qui ont été confiées au candidat en autonomie totale ou partielle pendant les périodes de formation en entreprise. Le candidat y consigne, en particulier :

- la présentation succincte de l'entreprise ou des entreprises dans laquelle (lesquelles) il a effectué sa formation,
- l'analyse de ses activités en développant les aspects relatifs :
 - à l'accueil, à la prise en charge, au conseil, au suivi d'un(e) client(e),
 - à la vente de produits et de services ;
 - à la fidélisation d'une clientèle ;
 - à la mise en place et à l'animation d'une action promotionnelle de produits cosmétiques, de produits de parfumerie ou de services.
- l'identification des acquis consécutifs à la réalisation des autres tâches qui lui ont été confiées.

↳ **Il prend appui sur des activités réellement mises en œuvre en entreprise et choisies en raison de leur intérêt.**

2. Les périodes de formation s'effectuent au sein de plusieurs entreprises :

La présentation de chaque entreprise qui a été choisie pour les activités décrites dans le dossier . On se limitera à 2 pages maximum par entreprise (2 à 8 pages).

La présentation de l'entreprise comporte :

- Enseigne
- Adresse
- Forme de commerce
- Statut juridique
- Effectif
- Organigramme
- Activité principale, secondaire
- Famille de produits proposés
- Prestations de services proposés
- Environnement de l'institut : *rural urbain semi-urbain*

- Zone de chalandise
- Présentation des principaux concurrents
- Configuration de l'institut et facteurs d'ambiance : Présentation succincte des vitrines de l'espace de vente, éventuellement sous forme de plan ; citer les principaux facteurs d'ambiance : lumière, mobilier, musique...)
- La culture d'entreprise .

3. Partie Accueil, prise en charge, conseil vente : 2 à 4 pages

La description s'appuie sur un cas réellement vécu en entreprise qui peut être une situation de vente seule ou de prestation de soins suivie ou non d'une vente complémentaire.

3.1. Description d'une situation vécue en entreprise avec un(e) client(e)

Le contexte et les circonstances :

- *Client(e) (nouvelle, occasionnelle, fidèle) ?*
- *Description de la situation :*
- *Date de l'activité*

Le thème retenu comprendra nécessairement une découverte des besoins et l'argumentation

- Accueil de prise en charge
- Détection des besoins
 - Recherche des besoins
 - Diagnostic tactile, visuel
- Synthèse du diagnostique
- Proposition argumentée de soins et ou de produits en cohérence avec la synthèse et le diagnostic
- Proposition argumentée de vente additionnelle
- Traitement des objections
- Prise de congé et encaissement
- Techniques mises en œuvre pour le suivi et la fidélisation de la cliente :
 - Suivi de la clientèle : *expliquer en quoi votre entreprise a ou non, la réelle volonté de suivre sa cliente ; décrire les outils (ex : fiche client) dégager les points forts et les points faibles et faire des préconisations par exemple pour un outil plus performant*
 - Fidélisation de la clientèle : *expliquer en quoi votre entreprise a ou non, la réelle volonté de suivre sa cliente ; décrire les outils (carte de fidélité, publipostage, e-mailing... : périodicité, ciblage, conception, description, enveloppe porteuse....*

3.2. Auto-analyse de la situation :

	Points forts	Points faibles
Différentes phases de l'entretien de vente		
Difficultés rencontrées		
Améliorations proposées		

- Conclusion de l'analyse : avis général sur l'entretien de vente

4. Partie Description de la mise en place et animation d'une action promotionnelle de produits cosmétiques, de produits de parfumerie ou de services : 7 à 10 pages

4.1. Description de l'action mise en place

- exposé de la **problématique** (pourquoi l'action de promotion a-t-elle été envisagée ?)
- présentation de l'opération : intitulé de l'action, dates de l'opération, produits concernés, avantage client, cible clientèle, objectifs
- déroulement de l'opération et organisation
 - description des étapes de la mise en œuvre de l'opération : rétro planning, merchandising
 - moyens humains, matériels, spatiaux..
 - communication mise en œuvre : sur les lieux de vente, à destination des prospects, des clients...
 - moyens et outils d'évaluation des effets de l'action

4.2. Analyse de l'action :

- pour l'entreprise :
 1. résultats : présentation et analyse (présentation sous forme de graphique possible)
 2. bilan pour l'entreprise
 3. suite à donner, actions correctives
- pour le candidat :
 1. apports tirés de l'expérience (mise en évidence des points forts et points faibles)
 2. difficultés, solutions apportées

5. Identification des acquis consécutifs à la réalisation des autres tâches qui ont été confiées : 1 à 2 pages