

Exploitation PFMP1 2MRC2

Les différents travaux sont à regrouper dans un fichier WORD (la mise en page doit être soignée)

1/ Présentez l'entreprise dans laquelle vous avez effectué votre stage à l'aide d'un logiciel de Présentation Assistée par Ordinateur (Powerpoint). Capturez les diapositives dans votre fichier Word.

DÉNOMINATION de l'organisation

+

VISUEL (boutique, logo, etc.)



IDENTIFICATION DE LA STRUCTURE

Propositions :

- Type d'organisation (privée, publique, etc.)
- Secteur d'activité
- Activité
- Taille (pour les entreprises : TPE, PME ou Grande entreprise)
- Statut juridique
- Historique
- Effectif

LOCALISATION

Proposition :

- Insérer un plan
- Avantages de la localisation
- Inconvénients de la localisation

ANALYSE DE LA DEMANDE

Propositions :

- Profil des clients
- Fréquence d'achat
- Panier moyen
- Stratégie de fidélisation
- Image de marque /Notoriété

DESCRIPTION DE L'OFFRE

Propositions :

- Assortiment
- Marques
- Niveaux de gamme
- Services associés
- Stratégie de distribution
- Stratégie de prix

ANALYSE DE LA CONCURRENCE

Propositions :

- Zones de chalandise
- Concurrents directs et indirects
- Éléments de différenciation
- Place sur le marché
- Chiffres clés
- Opportunités et menaces de l'environnement

STRATÉGIE OMNISCANALE

Propositions :

- Site internet
- Réseaux sociaux
- Outils digitaux d'aide à la vente
- Etc.

STRATÉGIE DE COMMUNICATION

Donner des exemples d'opération de communication en précisant :

- L'objectif
- La cible
- Le support
- Le message
- Le ton employé

GESTION DES RESSOURCES HUMAINES

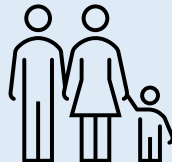
Exposer vos constatations concernant la gestion des ressources humaines :

- Type de management
- Ambiance de travail
- Pénibilité
- Turn-Over
- Absentéisme / Retard
- Formations
- Niveaux de salaire, système de rémunération
- Contrats de travail

2/ Analysez la demande

Nommer le marché

PROFIL DES CLIENTS



MOTIVATION D'ACHAT

- ✓ Hédoniste : l'acheteur recherche sa satisfaction personnelle
- ✓ Oblative : l'acheteur veut faire plaisir à quelqu'un d'autre
- ✓ Auto-expression : l'acheteur veut exprimer qui il est

MOBILES D'ACHAT



3/ Cochez les compétences mises en œuvre pendant votre stage et illustrez chaque compétence par une activité vécue (utilisez la méthode du QQOQCP pour décrire le contexte de votre activité et faites en le récit en 5 lignes maximum).

Compétences 2MRC2	Mise en œuvre pendant le stage		Récit de l'activité (minimum 6 compétences différentes)
	OUI	NON	
Prendre contact	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Identifier le besoin	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Identifier le client et ses caractéristiques	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Proposer une solution adaptée au parcours client	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Assurer le suivi de la relation client	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Satisfaire le client	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Fidéliser le client	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Collecter et exploiter l'information dans le cadre de la relation client	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Assurer la veille informationnelle et commerciale	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Traiter et exploiter l'information	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Diffuser l'information	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

Compétences relationnelles		OUI	NON	Récit de l'activité (minimum 4 compétences relationnelles)
Attitudes professionnelles	Être ponctuel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Être assidu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Être réactif	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Maîtriser ses émotions	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Faire preuve d'esprit d'équipe	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Faire preuve d'organisation et d'anticipation	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Respect des codes de l'entreprise	Adopter une tenue vestimentaire adaptée	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Respecter les consignes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Transmettre une image positive de l'organisation	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Avoir une présentation et une posture professionnelles	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Investissement	Être aimable et faire preuve de courtoisie, d'empathie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Être autonome dans son travail	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Être capable de s'adapter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Être engagé et impliqué dans son travail	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

4/ Rédiger un compte rendu d'activité professionnel



SECONDE BACCALAUREAT PROFESSIONNEL
FAMILLE DE METIERS DE LA RELATION CLIENT
(MRC)
LYCEE LEAU

COMPTE RENDU D'ACTIVITÉ N° :

Établissement scolaire :	Session :
.....	
Nom :	Prénom :

COMPÉTENCES :

COMPÉTENCES PROFESSIONNELLES MISES EN ŒUVRE AU COURS DE L'ACTIVITÉ	
COMPÉTENCES RELATIONNELLES	

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

Intitulé de l'activité :

1/ Contexte professionnel de l'activité

Lieu, date, durée de l'activité*

**Lieux de réalisation : lycée, entreprise (PFMP, TP déplacé) actions évènementielles, activités professionnelles,*

*Situation réelle (observée, réalisée partiellement ou entièrement, en totale autonomie ou avec aide)
Situation simulée.*

2/ Objectifs et enjeux

Objectifs poursuivis : qualitatifs et quantitatifs

3/Récit de l'activité

Présentation de la démarche mise en œuvre, les différentes étapes pour atteindre les objectifs, , Les différents acteurs concernés par l'activité, les personnes consultées ;

Sources documentaires : (internes ou externes). Outils et supports utilisés :

4/ Résultats obtenus

*Résultats obtenus : (quantitatifs et qualitatifs), notamment sous forme de tableaux, graphiques...
Atteinte des objectifs*

5/ Analyse réflexive

*Identification des difficultés et contraintes rencontrées
Solutions envisagées*