

DESCRIPTION DE L'OFFRE DE FORMATION

PERIODE DE VALIDITE : A COMPTER DE LA PROMOTION 2020

BAC PROFESSIONNEL DES METIERS DU COMMERCE

Niveau 4 (BAC) selon la nouvelle nomenclature

Décret n°2019-14 du 8 janvier 2019 relatif au cadre national des certifications professionnelles

METIERS CIBLES

Employé(e) de commerce, - employé(e) commercial(e), - assistant(e) de vente, - conseiller de vente, conseillère de vente, - vendeur, vendeuse - vendeur spécialisé, vendeuse spécialisée, - vendeur conseiller, vendeuse conseillère, - adjoint(e) du responsable de petites unités commerciales...

OBJECTIFS

Le titulaire du baccalauréat professionnel « commerce » est un employé commercial qui intervient dans tout type d'unité commerciale : sédentaire ou non, alimentaire ou non-alimentaire, spécialisé ou généraliste, en libre-service ou en vente assistée afin de mettre à la disposition de la clientèle les produits correspondant à sa demande.

Son activité consiste, au sein de l'équipe commerciale de l'unité, à :

- participer à l'approvisionnement,
- vendre, conseiller et fidéliser,
- participer à l'animation de la surface de vente,
- assurer la gestion commerciale attachée à sa fonction.

PRE- REQUIS

Classe de 3e validée pour un accès en 2nde

BEP validé pour la classe de 1ere

1ere BAC COMMERCE validée pour la classe de TLE

INDICATEURS DE PERFORMANCE

93% de réussite globale aux examens dans le cadre des formations en alternance en 2020

75% de réussite pour les seuls niveaux infra IV (BAC PRO)

DATES DE FORMATION

Planning en annexe

DUREE

⇒ La durée totale de l'action est de 1350 heures en centre de formation (2 X 675 heures par an) dans le cadre d'un contrat d'apprentissage de 24 mois selon un calendrier présenté en annexe

NOMBRE MINI/ MAXI

De 4 à 18 participants par groupe

MODALITES D'ACCES

Contrat d'apprentissage/ Contrat de professionnalisation
Et autres modalités

DELAI D'ACCES

Délai lié au calendrier de formation et en fonction de la date de la demande.
Le dispositif est accessible dans un délai de 5 jours à l'issue de la confirmation de l'entreprise partenaire pour la période juillet à décembre.
En dehors de cette période, le délai s'ajuste au niveau de l'apprenant.

TARIFS

Les niveaux de prise en charge sont fixés par les branches professionnelles, (validés par France Compétences dans le cadre des contrats d'apprentissage) ; de même les branches professionnelles déterminent les taux de prise en charge dans le cadre des contrats de professionnalisation.
Le GROUPE AFPAM FORMATION pratique les tarifs au niveau de la prise en charge pour un Zéro reste à charge de la formation pour l'employeur (hors secteur public).

LIEU

GROUPE AFPAM FORMATION
4 rue Jules Méline
51430 BEZANNES

ACCESSIBILITE

Locaux totalement accessibles aux personnes à mobilité réduite
Un référent, Isabelle SAILLARD Responsable Formation, pour toute question d'accessibilité et d'adaptation des moyens pédagogiques, logistiques, aménagements de certification, mises en relation pour l'adaptation du poste de travail...

contact-afpam@graf51.fr

BLOC DE COMPETENCES

| | | |
|-----------------------------|---|--|
| CONSEILLER ET VENDRE | Assurer la veille commerciale | Rechercher, hiérarchiser, exploiter et actualiser en continu les informations sur l'entreprise et son marché Maîtriser la technologie des produits Sélectionner les outils de recherche d'information les plus adaptés |
| | Réaliser la vente dans un cadre omnicanal | Intégrer l'omnicanal dans le processus de vente Prendre contact avec le client S'adapter au contexte commercial et au comportement du client Découvrir, analyser et identifier le besoin du client, sa motivation et ses freins éventuels Découvrir, analyser et reformuler les besoins du client Présenter l'entreprise et/ou ses produits et/ou ses services Conseiller le client en proposant la solution adaptée Argumenter Réaliser une démonstration le cas échéant Répondre aux objections du client Proposer les produits, services associés Détecter les opportunités de vente additionnelle et les concrétiser S'assurer de la disponibilité du produit Formaliser l'accord du client |
| | Assurer l'exécution de la vente | Mettre en place les modalités de règlement et de livraison Rassurer le client sur son choix Prendre congé |
| SUIVRE LE SVENTES | Assurer le suivi de la commande du produit et/ ou service | Suivre l'évolution de la commande et éventuellement du règlement Informé le client des délais et des modalités de mise à disposition |
| | Mettre en œuvre le ou les services associés | Sélectionner le cas échéant le prestataire le plus adapté Collecter et transmettre les informations au service de l'entreprise et aux prestataires concernés Suivre l'exécution du ou des services associés et en rendre compte Effectuer le cas échéant les relances |
| | Traiter les retours et les réclamations client | Identifier le problème rencontré par le client Proposer une solution adaptée en tenant compte des procédures de l'entreprise et de la réglementation |
| | S'assurer de la satisfaction du client | Collecter les informations de satisfaction auprès des clients Mesurer et analyser la satisfaction du client Exploiter les informations recueillies à des fins d'amélioration Proposer des éléments de nature à améliorer la satisfaction client |

| | | |
|--|--|---|
| FIDELISER LA CLIENTELE ET DEVELOPPER LA RELATION CLIENT | Traiter et exploiter l'information ou le contact client | Traiter les messages et ou les demandes clients Recueillir, extraire, exploiter, synthétiser les données de sources internes et externes Rendre compte des données appropriées Proposer des actions de fidélisation de développement de la relation client en adéquation avec données recueillies et l'orientation commerciale de l'entreprise |
| | Contribuer à des actions de fidélisation de la clientèle et de développement de la relation client | Sélectionner et mettre en œuvre les outils de fidélisation ou de développement de la relation client de l'entreprise Concourir à la préparation et à l'organisation d'évènements ou d'opérations de fidélisation/ développement de la relation client Participer à la mise en œuvre des évènements ou d'opérations de fidélisation/ développement de la relation client Effectuer des ventes au rebond Réaliser les opérations de suivi post évènement Mobiliser les outils d'internet et les réseaux sociaux |
| | Evaluer les actions de fidélisation et de développement de la relation client | Enrichir et actualiser le SIC Mesurer et analyser les résultats Rendre compte des actions et des résultats par écrit ou à l'oral Proposer des axes d'amélioration |
| ANIMER ET GERER L'ESPACE COMMERCIAL | Assurer les opérations préalables à la vente | Etablir les commandes des produits auprès de la centrale d'achat et /ou des fournisseurs indépendants sélectionnés avec la hiérarchie en tenant compte des contraintes Préparer les commandes des clients issues de l'omnicanal Veiller à la gestion rigoureuse des stocks et au réapprovisionnement en tenant compte des règles de sécurité et d'hygiène Réceptionner, contrôler et stocker les marchandises (quantitatif et qualitatif) Respecter les règles de valorisation des déchets et réduire le gaspillage Effectuer les relances et préparer les retours fournisseurs Etablir le prix en fonction de variables commerciales données Etiqueter les produits et les sécuriser Enrichir et exploiter le système d'information commercial Comparer les résultats aux objectifs fixés et proposer des actions correctrices Participer aux opérations d'inventaire Identifier les invendus Lutter contre la démarque Gérer les retours et les échanges des clients |
| | Rendre l'unité commerciale attractive et fonctionnelle | S'assurer de la disponibilité et de la qualité des produits Implanter les produits selon une logique commerciale et/ou entreprise Vérifier l'étiquetage, le balisage et la mise en valeur des produits S'assurer de la bonne tenue et de la propreté du rayon Accueillir, informer et orienter le client dans l'unité commerciale et à l'extérieur Mettre en place la signalétique |

| | | |
|--|-------------------------|---|
| | | <p>Participer à l'agencement de la surface de vente Aménager la vitrine et/ou le rayon Mettre en scène l'offre et en optimiser la visibilité Veiller au respect des règles d'hygiène et de sécurité Valoriser l'offre sur les sites marchands et les réseaux sociaux</p> |
| | Développer la clientèle | <p>Proposer des actions commerciales génératrices de trafic dans l'unité commerciale Sélectionner les gammes de produits à mettre en avant en lien avec la stratégie de l'unité commerciale Participer à la planification et à l'organisation des actions de promotion des marchandises Démarcher une nouvelle clientèle Communiquer sur l'évènement Recourir aux sites marchands et aux réseaux sociaux Inciter à l'achat par une action commerciale, le cas échéant interactive Générer des contacts positifs / utiles Participer à l'évaluation et à l'analyse des performances des actions commerciales</p> |

PROGRAMME

| Modules de formation | 1ere année | 2 ^e année |
|------------------------------------|------------|----------------------|
| Anglais | 54 | 54 |
| Espagnol | 38 | 38 |
| Histoire- géographie | 48 | 48 |
| Français | 56 | 56 |
| Arts appliqués | 36 | 36 |
| Mathématiques | 58 | 58 |
| PSE Prévention Santé Environnement | 42 | 42 |
| Economie-droit | 46 | 46 |
| EPS | 36 | 36 |
| Matières professionnelles | 210 | 210 |
| Chef d'œuvre | 50 | 50 |
| TOTAL | 675 | 675 |

MODALITES PEDAGOGIQUES

- Mise en situation avec des jeux de rôles basés sur l'environnement de travail
- Etude de cas
- Learning By Doing
- Jeux de simulation

PLATEAU TELEPHONIQUE PEDAGOGIQUE RELATION CLIENT A DISTANCE

Ce plateau permet la mise en œuvre des appels entrants/ sortants grâce à un standard téléphonique avec une double écoute tout en effectuant de la manipulation et de la saisie sur un PC/ logiciel de traitement de texte et d'un tableur, connexion internet, messagerie instantanée. Les scénarios sont élaborés à partir de fiches techniques et situations réelles. Les activités de training sont encadrées par des scripts élaborés selon la spécialité et par des grilles d'évaluation et de positionnement de la montée en compétences.

CHALLENGE LES NEGOCIALES



Comment permettre à des jeunes en formation de se tester et d'évoluer dans des situations de négociation proches de la réalité ?

Le principe des "sketches de mise en situation", travaillé jusqu'à élaborer de véritables jeux de rôle, dans lesquels s'investissent les jeunes futurs commerciaux face à des professionnels venus leur donner la répartition. Ces derniers, chefs d'entreprises ou bien responsables commerciaux, se font les ambassadeurs de leur société en soumettant aux étudiants des scénarios de négociation tels qu'ils pourraient exister dans la réalité. Au cours des différents jeux, ils peuvent repérer les nouveaux commerciaux qu'ils intégreront peut-être dans leur force de vente.

Le GROUPE AFPAM FORMATION est centre référent MARNE et permet à ses alternants de participer chaque année au concours de sélection ainsi qu'à la finale nationale pour les meilleurs classés.

BOUTIQUE PEDAGOGIQUE

NOUVEAUTÉ

La démarche pédagogique visée repose sur une approche opérationnelle LEARNING By DOING, apprendre par la pratique, par mise en situation, études de cas, jeux de simulation. La montée en compétences s'effectue par la pratique encadrée systématiquement par un feedback.

Cette méthode place l'engagement de l'alternant au cœur de sa progression, le positionnant acteur de sa formation. L'alternant va pouvoir créer, se tromper, recommencer, apprendre et mieux retenir. Cet apprentissage par la pratique donne alors du sens aux différents modules dans l'objectif du métier cible.

ESPACE CO-WORKING ET VISIO-CONFERENCE

NOUVEAUTÉ

Les métiers du commerce étant dans un contexte de mutation profonde et permanente, une salle a été équipée en outils Visio/ distanciel et réalité virtuelle, équipements couplés à la création d'un espace co-working afin de développer des nouvelles approches pédagogiques, de développer la compétence du management commercial à distance, de l'expérience mix marketing clients, directement par la méthode du learning by doing. L'espace idéalement conçu développe de nouvelles idées, un espace de co-working à disposition des apprenants sur leur temps de travaux personnels, de travaux dirigés, phase de révisions, de préparation, et mis à disposition des formateurs en outils supports d'animation

Les formateurs sont mobilisés sur de la production pédagogique rendue active et ancrée dans les attentes des besoins des entreprises aux services de nos apprenants, pour du distanciel et de la montée en compétences accompagnées.. Il s'agit ici d'une véritable expérience de Learning by doing rendue dynamique, spécialisée METIER, montée en compétences, créative et centrée sur les besoins des alternants. Les formateurs restent les créateurs des séquences, supports et animés par de nouveaux outils

PROGRAMME AMBASSADEURS

Expérience enrichissante tant sur le plan professionnel que personnel, permettant de nouer de nouveaux contacts, de rendre visible les forces et réalisations de la formation par l'alternance à travers le programme AMBASSADEURS.

- Intégrer des réseaux de décideurs publics et privés
- Développer son capital relationnel
- S'informer des opportunités du territoire
- Echanger avec les acteurs de l'emploi et du business

Ce programme se déroule en plusieurs étapes proposant à ses alternants volontaires de participer aux actions de réseautage incluant une phase de formation et abordant la contextualisation de la relation publique, la typologie des évènements, les objectifs de la représentation, les méthodes et stratégies à déployer.

PARRAINAGE

Le GROUPE AFPAM FORMATION propose à un représentant d'entreprise d'accompagner, depuis l'intégration et au-delà de la remise de diplôme, chacune de ses promotions. Le parrainage d'une promotion est l'occasion de renforcer les liens avec les milieux professionnels et d'illustrer par des professionnels confirmés la vie socio-économique.

INNOVATION ET EQUIPEMENT DIGITAL

Outils et applications nomades: smartphone, ordinateurs portables, système de géolocalisation, tablettes, espace coworking.

Plateforme de suivi des parcours à distance
13 salles de cours équipées de vidéo projecteurs
Formateurs au cœur des métiers : chef d'entreprise, consultants

FORMALISATION DE L'ÉVALUATION

Diplôme délivré par l'Education Nationale

MODALITES D'EVALUATION

TABLEAU DES EPREUVES BAC PRO COMMERCE

| EPREUVES OBLIGATOIRES | Coeff | Forme | Durée |
|--|------------------------------|-------------------------------|--|
| E1 épreuves scientifique et technique E11 - Economie – droit E12 - Mathématiques | 2 1 1 | Ecrit Ecrit et pratique | 2h30 1h |
| E2 Analyse et résolution de situations professionnelles Animation et gestion de l'espace commercial | 4 4 | Ecrit | 3h |
| E3 Pratique professionnelle E31 – vente conseil E32 – suivi des ventes E33 – fidélisation de la clientèle et développement de la relation client E34 – Prévention santé environnement | 9 3 2 3 1 | Oral Oral Oral Ecrit | 30 mn 30 mn 20 mn prépa + 20mn 2h |
| E4 – Epreuves de langues étrangères E41 – anglais E42 – espagnol | 4 2 2 | Oral Oral | 5 mn prépa + 15 mn oral |
| E5 – Epreuve de français, histoire géographie et enseignement moral et civique E51 – français E52 – histoire géographie enseignement moral et civique | 5 2.5 2.5 | Ecrit Ecrit | 2h30 2h |
| E6 – Epreuve d'arts appliqués et cultures artistiques | 1 | Ecrit | 1h30 |
| E7 – Epreuve d'éducation physique et sportive | 1 | Pratique | |

POURSUITE D'ETUDE

Le titulaire du Bac pro des métiers de la vente et du commerce a pour premier objectif l'insertion professionnelle mais permet aussi une poursuite d'études en bac +2 par exemple en :

- Management
- Négociation
- Professions immobilières
- Tourisme
- Gestion des PME
- Banque et assurance
- Vendeur spécialisé
- Commerce international
- ...