

**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 :

- *Cliente (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