

Guide d'accompagnement pédagogique

Baccalauréat professionnel « Accueil »



Introduction de Dominique Catoir

- 1- Les intentions du référentiel
 - 2- Ancrages scientifiques du référentiel
 - 3- Structuration du référentiel
 - 4- Explicitation des groupes de compétences (avec tableaux synoptiques pour la formation)
 - 5- Approche didactique
 - 6- Acquisition, le développement et l'évaluation des compétences
 - 7- La trace des activités
 - 8- Les épreuves certificatives
 - 9- Les PFMP
- 10- Environnement de travail
- Annexe 1 : Quelques fondamentaux de l'accueil
 - Annexe 2 : Le sujet zéro (E2)
 - Annexe 3 : Exemple de support de suivi des activités
 - Annexe 4 : extrait de l'étude d'opportunité (sur les évolutions des métiers de l'accueil)

Introduction

La rénovation d'un diplôme est une dynamique de partage et de réflexion sur des métiers et leurs évolutions. L'étude d'opportunité réalisée par le groupe de travail avec de nombreux professionnels était très explicite sur les attendus de ceux-ci quant aux évolutions indispensables du baccalauréat accueil-relation clients et usagers. Il s'agissait principalement d'actualisation du diplôme sur les évolutions stratégiques des métiers de l'accueil prenant en compte à la fois les attentes des publics accueillis dans un contexte digital omnicanal, en affirmant toujours la dimension communicationnelle du diplôme.

Je veux remercier à nouveau tous les membres du groupe de rénovation, qu'ils soient professionnels, formateurs, enseignants ou inspecteurs. Ils sont parvenus à écrire un référentiel qui va bien au-delà des intentions initiales.

Présentation du groupe de rénovation :

BEGEY Sébastien, IEN économie et gestion

BODIN Marie, représentante du SNPA et directrice RSE du groupe City One

BONASTRE Éric, professeur

BORGNET Marie-France, professeure

BUTAYE Stéphanie, IEN économie et gestion

CATOIR Dominique, IGEN groupe économie et gestion

ETTAHIRI Zineb, professeure

PICAULT Pascal, directeur Formapost

REBIERE Christine, Responsable Dgesco de la 15^e CPC, Bureau des diplômes professionnels

RODRIGUES Sylvette, IEN économie et gestion

ROUSSEAU Céline, professeure

Les membres du groupe de rénovation ont conduit le travail de rénovation et d'accompagnement dans une entente exceptionnelle de travail indispensable à la mise en œuvre de la formation. Ces repères pour la formation témoignent de cette belle dynamique et de cette volonté commune de préparer les professionnels de l'accueil de demain.

Les repères pour la formation ont vocation à bien faire comprendre les intentions du référentiel et de le rendre opérationnel en termes de formation des apprenants. Il s'agit donc de guider les formateurs et enseignants sur le plan pédagogique et didactique en privilégiant le travail d'équipe. Cela passe par des réflexions, des pistes de mise en œuvre, des modalités d'organisation, d'évaluation et des projections vers la certification. Ces repères ont vocation à évoluer. Ils pourront être enrichis par des praticiens voulant apporter leur contribution pour une bonne préparation des jeunes en formation.

Gageons que comme les professionnels avec qui nous avons réalisé ce nouveau référentiel, les élèves et apprentis trouvent de nouvelles vocations dans ces beaux métiers de la relation, métiers humains et d'engagement pour les autres. Nous comptons sur vous qui allez former et préparer les futurs candidats pour leur apporter cet esprit de qualité et de services en développant leur confiance, leur curiosité et leurs compétences pour pouvoir aborder leur métier ou leur poursuite d'études avec sérénité et assurance.

Je souhaite à tous de bons moments de partage et d'enthousiasme avec les élèves et apprentis.

Dominique Catoir, IGEN du groupe économie et gestion

1. Les intentions du référentiel

Le référentiel d'un diplôme correspond au cahier des charges de la formation qu'il faut dispenser pour atteindre les objectifs professionnels du diplôme afin de l'obtenir (certification).

Les compétences professionnelles sont au cœur du processus de certification et par conséquent du processus de formation. Elles sont l'aiguillon de la formation et donc la garantie de la qualité de celle-ci.

Les activités professionnelles décrites dans le référentiel des activités professionnelles (RAP) sont les prescriptions professionnelles des métiers associés au diplôme, c'est-à-dire les passages obligés pour acquérir les compétences professionnelles. Celui des métiers de l'accueil est le fruit d'un travail en profondeur avec les professionnels. Ce long travail d'étude qui est répertorié dans l'étude d'opportunité (dont un extrait se trouve en annexe de ce guide) est la base de cette catégorisation des activités professionnelles liées à ces métiers et des compétences professionnelles à développer. Le RAP définit le champ des activités professionnelles des métiers correspondant au diplôme, et donc les activités et les tâches à partir des situations de travail. Il précise les conditions d'exercice et les résultats attendus.

Pour que ces activités professionnelles puissent être menées de manière professionnelle, il faut parvenir à l'atteinte des résultats attendus en mobilisant des ressources (physiques et intellectuelles) correspondant à des situations professionnelles réelles ou simulées. Pour évaluer le degré d'atteinte des objectifs fixés et donc des compétences professionnelles visées, on se fonde sur les critères d'évaluation des compétences. Le référentiel de certification (RC) identifie les compétences professionnelles mises en œuvre pour réaliser les activités professionnelles. Il répertorie les savoirs associés et précise les critères d'évaluation.

Le processus d'élaboration du référentiel est un calque intéressant pour élaborer le processus de formation. En effet, en partant de situations professionnelles variées, proches du réel, voire réelles, les élèves/apprentis doivent répondre aux objectifs fixés (objectifs précis et clairs, en termes de compétences) en mobilisant des moyens matériels, mais aussi des ressources intellectuelles tels que les savoirs associés répertoriés et précisés dans le référentiel de certification (voir les limites des savoirs).

C'est ainsi que l'écriture du référentiel en blocs de compétences améliore cette approche par compétences en simplifiant la lecture en termes de processus.

De même, cette écriture facilite la validation des acquis et de l'expérience, qui va poursuivre son développement sur ces métiers dans les prochaines années. Pour la VAE, le référentiel d'activités professionnelles est fondamental pour cerner les contours des expériences (des candidats) indispensables pour valider les compétences développées et acquises dans le cadre du parcours professionnel, personnel et de formation.

[La loi de mars 2014 relative à la formation professionnelle](#) institue le compte personnel de formation permettant aux salariés et demandeurs d'emploi de bénéficier de formations lorsque celles-ci sont inscrites au registre national des certifications professionnelles (RNCP). Le baccalauréat professionnel est inscrit au RNCP. Pour être accessible via le compte personnel de formation, il est nécessaire qu'il soit organisé en blocs de compétences indépendants

permettant aux salariés ou demandeurs d'emploi de mobiliser leurs heures de CPF pour la préparation d'un bloc dans une approche progressive de préparation au diplôme ou dans un souci d'acquisition des compétences spécifiques au bloc. Cette possibilité est réservée à la formation continue.

Un diplôme professionnel est donc constitué de blocs de compétences. Ces blocs sont soit des blocs de compétences professionnelles (intégrant éventuellement des connaissances générales), soit des blocs de compétences générales. Les blocs de compétences se définissent comme un ensemble homogène et cohérent de compétences. Un bloc de compétences correspond à une unité du diplôme et une seule. Pour le baccalauréat Métiers de l'accueil, à chaque bloc de compétences professionnelles, correspond un ensemble de savoirs associés et une épreuve certificative spécifique.

2. Les ancrages scientifiques du référentiel du baccalauréat professionnel « Métiers de l'accueil »

Les compétences et contenus inscrits dans les trois blocs de compétences du référentiel du baccalauréat professionnel « Métiers de l'accueil » sont proposés au regard de travaux scientifiques émanant de différents champs universitaires, tels la psychologie cognitive, la didactique professionnelle, l'ergonomie ou le marketing des services.

En effet, c'est à partir d'analyses du travail de l'accueil *in situ* que des chercheurs (Patrick Mayen¹ et Jean-Michel Boucheix² notamment) ont pu mettre en évidence ce qui fonde et caractérise l'activité d'accueil. Différents éléments sont ainsi venus nourrir les compétences et objets d'enseignement :

- **Le caractère protéiforme de l'accueil** : dans certains cas, l'activité d'orientation est principale, le diagnostic du problème peu élaboré ; dans d'autres cas, ou selon les périodes, le personnel d'accueil peut avoir à donner des réponses simples, en autonomie, à certaines catégories de problèmes ; parfois encore, les situations peuvent être beaucoup plus complexes et demander un approfondissement certain de la demande.
- **La simultanéité des activités à mener** : le personnel d'accueil est, dans son activité courante, conduit à mener de front différentes activités simultanées : veiller à la file d'attente tout en répondant à une demande, délivrer un badge en cherchant la salle à indiquer, entretenir l'échange avec un visiteur en recherchant de l'information sur Internet, etc. Ces situations emportent souvent avec elles l'usage des outils numériques.
- **La variabilité des contextes et la complexité des situations rencontrées** : les chercheurs relèvent la relative imprévisibilité temporelle des flux, imprévisibilité qualitative concernant la demande, de même que l'imprévisibilité de la charge de travail et de la pression externe exercée sur le personnel d'accueil. D'autre part, ils observent qu'à côté de problèmes simples et routiniers (orienter vers le bon service, donner un imprimé...) sont formulés des problèmes beaucoup plus complexes, nécessitant une discussion longue, un diagnostic, un approfondissement des informations et des réels souhaits de la personne accueillie. Par ailleurs, certains problèmes atypiques requièrent de l'opérateur une recherche plus longue, nécessitant parfois des relais.
- **Le nécessaire travail de coopération** : la nature ainsi que le degré de la coopération et de l'asymétrie dans la relation sont variables selon les demandes : c'est l'interaction collaborative (par le langage, les mimiques, les gestes, les émotions...) qui gouverne la construction de la demande et la réponse à cette demande. Dans l'interaction, l'usager ou le client est particulièrement actif dans la construction du problème, la recherche de solution et l'anticipation des besoins du professionnel, ce qui installe un nécessaire travail de collaboration entre l'usager ou le client et le personnel d'accueil.
- **La prise en compte de facteurs émotionnels** : les situations rencontrées sont parfois porteuses d'émotions de la part de l'usager ou du client (colère, cris...) lors de contextes de files d'attente longue, de problèmes difficilement solubles, etc.
- **L'importance des connaissances techniques, internes et externes, et de la mémoire des agents** : le personnel d'accueil doit non seulement avoir une connaissance parfois poussée de l'environnement de son organisation, mais il est également nécessaire qu'il sache transformer ces connaissances du métier afin qu'elles soient utilisables par tout usager en demande. Les connaissances peuvent

être multiformes et multiples : les services de l'organisation, leurs habitudes, les acteurs de l'organisation ou partenaires, les usages, les possibles, les limites... D'où le recours à des « mémoires externes » nécessaires pour les retenir : annuaires, répertoires, procédures, cahier de notes, chartes qualité...

Par ailleurs, l'accueil revêt le plus souvent une dimension commerciale, y compris dans les organisations publiques³ qui développent un véritable marketing des services. Les spécificités du marketing des services publics sont évoquées par Jérôme Bon⁴ qui met notamment en évidence la manière dont les organisations publiques peuvent mettre en œuvre une démarche marketing appliquée aux services ; il explicite ainsi comment les institutions intègrent les 3 principales dimensions des services : « leur caractère immatériel, le contact direct entre le prestataire et le client, la participation de l'utilisateur à la production ». La relation client et la relation usager sont devenues des éléments clés, contribuant à une personnalisation grandissante des services rendus au public⁵. C'est dans cette optique qu'a été créé en 2015 le SGMAP (secrétariat général à la modernisation de l'action publique) dont une des activités consiste à réfléchir à la prise en compte du point de vue de l'usager qui consulte une administration publique. Des démarches innovantes d'approche de l'usager ou de mesure de sa satisfaction sont désormais à l'œuvre et au cœur des préoccupations du SGMAP⁶. Ce SGMAP est devenu en 2017 le DITP⁷.

Le référentiel de certification prend acte de cette tendance et tient compte de ces évolutions dans les compétences à acquérir et les savoirs à mobiliser.

Sources :

¹ Patrick Mayen « *Quelques repères pour analyser les situations dans lesquelles le travail consiste à agir pour et avec un autre* » - Cahiers du CREN, 4, 2007.

² Jean-Michel Boucheix « *L'activité d'accueil. Orientation courtoise ou activité collaborative de résolution de problème ?* » Sous la direction de Marianne Cerf et Pierre Falzon – « *Situations de service : travailler dans l'interaction* » - PUF 2005

³ Ressources CREG : <http://www.creg.ac-versailles.fr/E-administration-et-marketing>

⁴ http://www.persee.fr/doc/pomap_0758-1726_1989_num_7_4_2919

⁵<http://www.millenaire3.com/interview/2015/modernisation-de-l-action-publique-l-experience-usager-au-coeur-de-la-relation-avec-l-administration>

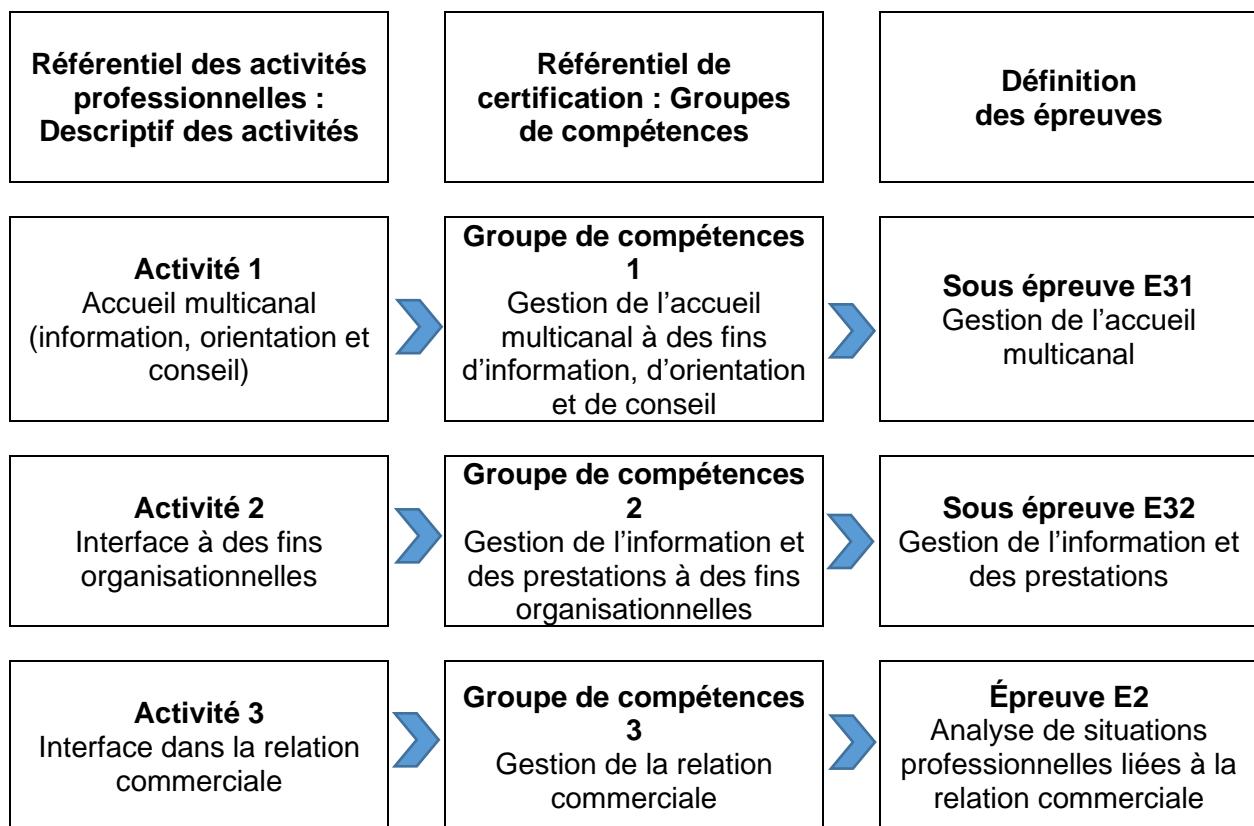
⁶<http://www.modernisation.gouv.fr/les-services-publics-se-simplifient-et-innovent/par-des-services-numeriques-aux-usagers/la-caf-un-exemple-reussi-de-transformation-de-la-relation-administration-usagers>

⁷ <https://www.modernisation.gouv.fr/mots-cle/ditp>

L'étude du CERÉQ, publiée en avril 2011, intitulée « Au cœur des activités d'accueil - certifications, emplois, savoir-faire, évolutions, prospective » coordonnée par Samira Mahlaoui, a permis de cerner certaines évolutions des métiers de l'accueil.

3. La structuration du référentiel du baccalauréat professionnel « Métiers de l'accueil »

Ces ancrages scientifiques ont nourri le travail d'écriture du référentiel, structuré autour de trois grands axes et offrant une correspondance entre les activités présentes au référentiel des activités professionnelles, les groupes de compétences inscrits au référentiel de certification et les épreuves certificatives.



Pour concevoir les situations d'apprentissage proposées aux apprenants, les professeurs / formateurs trouvent :

Au sein du référentiel des activités professionnelles :

- les conditions d'exercice de l'activité,
- les tâches,
- les ressources et relations liées à l'activité,
- les résultats attendus.

Au sein du référentiel de certification :

- les compétences visées,
- les savoirs associés,
- les limites de savoirs,
- les critères d'évaluation.

4. Explication des trois blocs de compétences

Ce paragraphe propose une lecture synoptique des compétences à développer chez les apprenants en se fondant sur les activités réelles en situation de travail (référence aux agents d'accueil). Les tableaux présentent en colonnes les compétences professionnelles de chacun des blocs de compétences, les savoirs associés et les limites de connaissance, ainsi que les attendus en termes de formation et d'acquis (critères d'évaluation).

Explication du bloc de compétences 1 : Gérer l'accueil multicanal à des fins d'information, d'orientation et de conseil

L'agent d'accueil met en place une relation de service au sein de l'organisation. À des fins d'efficacité, il inscrit son activité dans une communication interpersonnelle fluide qui permet la co-construction d'une réponse adaptée aux besoins. Parallèlement il sollicite ou est sollicité, via de multiples canaux, par les différents acteurs internes ou externes de l'organisation, ce qui nécessite une hiérarchisation des activités en fonction du contexte. Afin que les demandes du public soient identifiées et traitées, l'apprenant analyse les situations de communication de manière systémique à partir des caractéristiques suivantes : contexte, acteurs, enjeux en présence, interactions (registres de langage, paralangages, codes sociaux) et réagit en conséquence. Il tient compte des chartes, des procédures d'accueil et des règles d'éthique dans son activité quotidienne. Il contribue à véhiculer une image positive de l'organisation notamment en tenant compte de la démarche qualité.

L'agent d'accueil est la première interface entre l'organisation et le public. Les activités de l'accueil le conduisent à gérer des demandes émanant de différents canaux de communication. L'agent d'accueil identifie et traite la demande selon son niveau de complexité en inter-agissant avec son interlocuteur. Dans ce cadre, le repérage des caractéristiques du public permet à l'apprenant d'adapter la prise de contact, l'identification et le traitement de la demande. Il veille à ce que l'objet de la demande soit partagé et compris et la réponse adaptée aux besoins. Il peut être amené à pratiquer un accueil en langue étrangère.

Synoptique du référentiel pour la formation

Compétences	Savoirs associés	Limites de savoirs	Attendus (critères d'évaluation)
1.1 Gérer simultanément les activités Recenser et prioriser les activités Organiser ses activités en coordination avec l'équipe Repérer et gérer les aléas	La relation de service La communication interpersonnelle La démarche qualité Les chartes et procédures d'accueil	L'articulation des composantes de la relation de service Les enjeux et la mise en œuvre de la démarche qualité Objectifs et usages des chartes et procédures d'accueil La distinction entre démarche qualité, charte et procédure La gestion du temps : urgence, priorité, imprévu, anticipation, échéance, délai, conséquences d'une mauvaise gestion	Les activités et les priorités sont repérées La collaboration et l'organisation permettent fluidité et efficacité dans la réalisation des activités

1.2 Prendre contact avec le public	La gestion du temps et ses outils	Les principaux outils de planification et méthodes organisationnelles Le partage de l'information	
Identifier le public et repérer ses caractéristiques Recevoir le visiteur	Les acteurs internes et externes de l'organisation	Les caractéristiques du public accueilli La prise de contact en face à face, à distance	Les caractéristiques du public sont repérées et permettent de situer le visiteur Les salutations sont adaptées
1.3 Identifier la demande	L'accueil multicanal		Le niveau de complexité de la demande est repéré
Appréhender la demande du public Apprécier la complexité de la demande Interagir pour préciser la demande	La découverte des besoins	Les méthodes de découverte des besoins selon le degré de complexité de la demande, dont : questionnement, échanges, écoute active, prise de notes, reformulation Règles formelles et informelles de confidentialité et d'éthique	L'écoute, le questionnement, les échanges, les reformulations avec le visiteur sont efficaces Les besoins sont cernés et la demande est clairement identifiée Les règles de confidentialité et d'éthique sont respectées
1.4 Traiter la demande	Les règles de confidentialité et d'éthique		
Identifier et mobiliser les ressources utiles Apporter une réponse adaptée Construire une réponse personnalisée en termes d'orientation, d'information, de conseils et d'accompagnement	Les ressources internes et externes de l'organisation	Les sources d'information interne et externe et leurs caractéristiques Les moteurs de recherche, annuaires, Intranet, extranet, internet, portail Les différents acteurs internes (hiérarchiques et non-hiéarchiques) et externes	Des informations, des outils et des relais professionnels, internes ou externes, sont mobilisés à bon escient Les échanges permettent de construire une réponse claire et satisfaisante qui intègre les procédures La réponse est adaptée à la demande.
1.5 Gérer les flux	La gestion du flux	Les dimensions spatio-temporelles de la gestion du flux : files d'attente, espaces d'attente, variations journalières, hebdomadaires, saisonnières, aléas Les outils et méthodes de gestion de l'attente	Les indicateurs de mesure sont pertinents et adaptés à l'ampleur du flux Les signaux d'alerte sont repérés et pris en compte Des actions efficaces sont menées pour accompagner l'attente, notamment en collaboration avec d'autres personnels, et en particulier avec le personnel de sécurité

Hiérarchiser les activités pour organiser l'attente			Une organisation efficace permet d'optimiser le temps d'attente
1.6 Gérer les conflits	Les sources et les types de conflits	L'origine des conflits : l'organisation et/ou l'individu La distance professionnelle Les postures Les interactions La prévention des situations difficiles La médiation La négociation Le recours hiérarchique et non-hiéarchique	Les signes de tensions sont repérés Les interactions permettent d'apaiser les éventuelles tensions Des solutions adaptées à la résolution de conflits
Repérer les signes de tension susceptibles de déboucher sur un conflit	Les facteurs de stress et le contrôle de soi		
Interagir pour désamorcer la tension, le conflit	La gestion des conflits		
Mettre en œuvre les solutions pour résoudre le conflit			

Explicitation du bloc de compétences 2 : Gérer l'information et des prestations à des fins organisationnelles

L'agent d'accueil dispose, construit et met à disposition de l'information de façon permanente. Il s'appuie ainsi à la fois sur le système d'information de l'organisation et sur des réseaux d'informations internes et externes qu'il sollicite.

L'apprenant est mis en activité dans un environnement numérique où l'exploitation d'information via les intranets, les extranets, les médias sociaux, les espaces de stockage numérique, les plateformes collaboratives et/ou contributives... est intégrée. Il doit savoir collecter des informations, les vérifier, les formaliser en ressources utiles et les organiser en vue de leur mise à disposition et/ou diffusion. Ces informations peuvent présenter un caractère pérenne tout comme avoir une durée de vie très limitée, qui nécessite une mise à jour régulière, voire quasi continue. L'ensemble garantit la qualité de l'information.

Les activités de l'apprenant doivent considérer les codes et usages de l'organisation dans laquelle l'accueil est réalisé. Elles s'inscrivent dans un collectif de travail qui intègre les comptes rendus écrits ou oraux demandés notamment dans le cadre de la nécessaire continuité du service.

Pour gérer l'information, l'agent d'accueil agit dans un environnement numérique qu'il met à jour, avec d'autres, de façon quasi continue. Il s'appuie sur le système d'information de l'organisation dans laquelle il exerce et sur des réseaux d'informations internes et externes qu'il sollicite : intranet, extranet, GED, plateformes collaboratives et/ou contributives...

Intégré dans un collectif de travail, l'apprenant est destinataire d'un certain nombre d'informations qu'il doit vérifier, organiser, mettre à disposition et/ou diffuser, notamment dans le cadre de la nécessaire continuité du service ou des comptes rendus d'activité qui lui sont demandés. Il intègre ainsi l'ensemble des activités de collecte, de traitement, d'organisation et de transmission de l'information. Sa communication est professionnelle et maîtrisée, tant à l'oral qu'à l'écrit, et il sait s'adapter aux codes et usages de l'organisation dans laquelle il exerce.

Afin que l'information puisse être transformée en ressources par l'ensemble des acteurs internes et/ou externes d'une organisation, une intelligence collective se met en place. Elle facilite les échanges et une réalisation collective en organisant les interactions entre ces acteurs et les systèmes d'information. Elle permet ainsi la contribution rationnelle de chacun à l'élaboration d'un service ou d'un projet collectif.

Synoptique du référentiel pour la formation

Compétences	Savoirs associés	Limites de savoirs	Attendus (critères d'évaluation)
2.1 Gérer l'information			
Repérer les sources d'information	La communication professionnelle orale et écrite L'intelligence collective Les méthodes et outils de recherche d'information La qualité de l'information Le système d'information Le traitement, la formalisation et la diffusion de l'information	Les codes et les usages de la communication orale et écrite dans l'organisation La communication formelle et informelle Les enjeux, principes et outils de l'intelligence collective <i>Les sources d'information interne et externe et leurs caractéristiques</i> <i>Les moteurs de recherche, annuaire, Intranet, extranet, internet, portail</i> <i>Les critères de qualité de l'information</i> Le rôle d'un système d'information : aide à la communication, à la gestion de l'information (accès, stockage, sécurisation, circulation), à la décision	Les informations recueillies sont pertinentes, fiables et utiles à l'organisation
Contrôler l'information			Le système d'information est utilisé de manière efficace
Actualiser une base de données			
Sélectionner l'information utile au service			
Mutualiser l'information nécessaire à la continuité du service			
Rendre compte de l'activité	Le compte rendu d'activités	Les espaces numériques de travail et de stockage, les plateformes collaboratives et contributives <i>Le compte rendu oral</i> Le compte rendu écrit à l'aide de supports types	Le compte rendu d'activités permet la continuité du service et le suivi de l'activité
2.2 Gérer des prestations internes et externes			
Identifier les prestations inhérentes aux activités d'accueil	Les prestations internes	Les réseaux de prestataires internes et externes La gestion du courrier, des colis, des agendas, des plannings	Les besoins en prestations sont identifiés et la réponse est adaptée
Formaliser une demande et/ou une offre de prestations	Les prestations externes	La gestion de la réservation de salles, de matériels Les services aux visiteurs et aux membres de l'organisation Le processus « achat » : étapes, documents commerciaux associés, documents types internes	

Assurer le suivi d'une prestation Mesurer la qualité des prestations et proposer d'éventuelles améliorations 2.3 Contribuer à la mise en œuvre de projet lié à l'accueil Appréhender les enjeux du projet Participer à la réalisation et à la coordination du projet Analyser la qualité de la contribution et transmettre les résultats au porteur du projet	La démarche de projet	Les outils de mesure de la qualité d'une prestation : enquêtes, veille sur les médias sociaux, forums, blogs... Les enjeux du projet : image de l'organisation, enjeux humains, matériels et financiers Les types de projets : l'événementiel, la démarche qualité liée à l'accueil, l'organisation de l'espace d'accueil, l'amélioration de l'accueil Le projet : cahier des charges, étapes, acteurs, budget L'organisation du projet : échéancier, agenda, tableau de répartition des tâches, liste de contrôle, formalités administratives Les outils de suivi et de gestion de projet : logiciels/applications de gestion de projet, tableau de bord, rapport d'étape, relevé de conclusions, de réunion, le bilan de fin de projet Les communications inhérentes au projet <i>Le travail collaboratif : données partagées, agendas partagés, web-conférence, plateforme collaborative</i> <i>Les outils d'échange : courriel, téléphone, lettre, visio, médias sociaux</i>	La qualité de la prestation est évaluée et fait l'objet, le cas échéant, de mesures correctives L'action menée répond de manière efficace aux enjeux du projet La coordination entre les acteurs garantit une action performante Les points forts et les points d'amélioration sont repérés et communiqués formellement
---	-----------------------	--	--

Explicitation du bloc de compétences 3 : Gérer la relation commerciale

L'agent d'accueil a une approche mercatique de l'environnement commercial et du positionnement de l'organisation sur son marché. Il établit et développe une relation commerciale, digitale et personnalisée avec le client/usager. Le parcours client/usager est multicanal et multiexpérientiel ; l'agent d'accueil peut intervenir sur tout ou partie de ce parcours. L'agent d'accueil contribue au maintien d'une relation commerciale durable avec le client/usager, la qualité de la relation favorisant la satisfaction et la fidélisation du client.

Il s'agit ici pour l'apprenant de gérer la relation :

- par la prise en compte du profil, des besoins et des attentes des clients/usagers,
- par la connaissance de l'offre commerciale sur un territoire donné,
- par la transformation de l'information commerciale en ressources.

Il doit disposer d'informations qualitatives et quantitatives sur le public, l'offre et les concurrents, nourrir le système d'information de l'organisation et contribuer à une vision dynamique de l'offre et du public.

L'apprenant est mis en activité dans un environnement numérique et professionnel. Il prend aussi en considération le parcours client/usager. En présentiel et/ou à distance, en direct et/ou en différé, les interactions avec le client/usager permettent de parvenir à une solution adaptée. Cela peut le conduire à gérer plusieurs clients en même temps.

L'apprenant doit être capable d'utiliser des outils y compris numériques pour mesurer les motifs de satisfaction ou d'insatisfaction des clients et les analyser.

Il contribue à la fidélisation des clients à travers des blogs, les réseaux sociaux, des événements et opérations commerciales, stands, actions de mercatique directe... Il est capable de mesurer l'efficacité des différentes actions. Il prend également en charge les réclamations des clients/usagers. Il rend compte des situations rencontrées.

Synoptique du référentiel pour la formation

Compétences	Savoirs associés	Limites de savoirs	Attendus (critères d'évaluation)
3.1 Contribuer au développement de la relation commerciale			
Identifier les supports utiles à la relation commerciale	La relation client et la relation usager La personnalisation de l'offre Les supports de la relation commerciale	Les enjeux, démarche et outils de la relation client et de la relation usager La documentation commerciale, les bornes interactives et les automates, les outils tactiles, les logiciels et les applications dédiées à la relation commerciale Les critères de segmentation	Les supports adéquats sont repérés
Repérer les caractéristiques du public	La segmentation du public	Les éléments qualitatifs et quantitatifs du positionnement de l'organisation sur le marché	Les caractéristiques des produits et services sont connues
Appréhender l'offre de l'organisation	Le positionnement de l'organisation sur le marché	Les différents produits et services proposés par l'organisation, par la concurrence	Les évolutions technologiques, environnementales, économiques et sociologiques du marché sont repérées
Situer l'offre de l'organisation sur son marché	La recherche de la solution adaptée au client/usager	Les éléments qualitatifs et quantitatifs du positionnement de l'organisation sur le marché	Le positionnement de l'organisation sur le marché est identifié
Contribuer à l'amélioration de la connaissance du public	Le parcours client, l'expérience client, le ressenti client		Le système d'information est enrichi
3.2 Satisfaire et fidéliser le public			
Co construire avec le public la solution adaptée à ses besoins	Les outils de collecte et d'analyse des motifs de satisfaction et d'insatisfaction	Les outils de collecte et d'analyse de motifs de satisfaction et d'insatisfaction : enquêtes, les médias sociaux, logiciels/applications d'aide à l'analyse...	Le questionnement, les échanges, les reformulations permettent d'identifier clairement le besoin
Finaliser la relation commerciale			Les échanges et la coopération avec le public permettent de

Contribuer à la satisfaction et à la fidélisation	La fidélisation	Les enjeux de la fidélisation	proposer une offre, une solution adaptée
Collecter et identifier les motifs de satisfaction et d'insatisfaction	Le traitement des réclamations	Les modalités de collecte et de traitement des réclamations : orales, écrites, en présentiel et à distance	La relation commerciale est concrétisée
Mesurer l'efficacité des actions de fidélisation			Les motifs de satisfaction et d'insatisfaction sont recensés et mis en évidence
3.3 Gérer les réclamations			Les actions de fidélisation sont pertinentes et leur suivi permet la pérennisation de la relation
Recueillir les réclamations		Les procédures de traitement des réclamations	L'écoute et les échanges permettent de comprendre les réclamations
Interagir pour comprendre les motifs de réclamation			Les motifs sont clairement identifiés
Apporter une réponse à la réclamation et/ou au mécontentement		<i>Le compte rendu oral, écrit, hiérarchique et non-hiéarchique des situations rencontrées</i>	Une solution adaptée clairement expliquée permet d'apporter une réponse pertinente
Rendre compte des situations rencontrées			La transmission des situations rencontrées est effectuée

5. La démarche didactique

La didactique professionnelle inscrit ses recherches dans l'analyse de l'activité des personnes en situation de travail afin de détecter les conditions d'apparition et de développement des compétences professionnelles dans ces situations. C'est donc en toute logique que la démarche didactique préconisée pour les enseignements professionnels s'inspire de cette approche.

Ainsi, pour la didactique liée aux métiers de l'accueil, si les 3 grands axes présentés ci-dessus (accueil multicanal, interface à des fins organisationnelles, interface dans la relation commerciale) viennent structurer le référentiel, il n'en demeure pas moins que les situations d'apprentissage proposées aux apprenants doivent toujours privilégier un décloisonnement de ces blocs, pour permettre d'appréhender les réalités professionnelles des métiers de l'accueil, dont une des caractéristiques principales est la prise en charge directe et simultanée de situations diverses.

Ainsi, les professeurs / formateurs sont invités à entrer dans la conception de leur séquence de formation à partir d'une activité contextualisée, permettant de mobiliser les compétences visées par le référentiel.

On note que les compétences visées par chacun des 3 blocs s'exercent de façon quasi permanente dans la relation à autrui (le public accueilli, les personnes avec lesquelles l'accueil est partagé, les personnes internes à l'organisation, les prestataires...), que ces relations soient en présentiel et/ou à distance. Penser la mise en activité des élèves en baccalauréat professionnel « métiers de l'accueil », c'est donc penser la relation à l'autre en situation d'accueil, dans toutes ses dimensions.

Le référentiel des activités professionnelles met en évidence les conditions réelles d'exercice de la fonction « Accueil » en évoquant les situations paradoxales dans lesquelles peuvent évoluer les personnels d'accueil : assurer un accueil de qualité tout en assumant la charge de plusieurs tâches simultanément, apporter des solutions satisfaisantes tout en gérant des demandes complexes ou des conflits, représenter l'image de l'organisation tout en résistant à la pression externe (flux, aléas, imprévus). De même, on peut identifier de nombreuses postures professionnelles inhérentes au métier : station debout ou assise toute la journée, piétinement, gestes répétitifs devant l'ordinateur, etc. Dans ce cadre, en lien avec l'enseignement de PSE, il est nécessaire de sensibiliser les apprenants à la santé et la sécurité au travail afin de développer une culture de prévention des risques professionnels pouvant prendre différentes formes (postures à adopter ou à éviter, prévention du stress...).

Les professeurs sont donc invités à réfléchir aux meilleurs moyens de mettre les élèves en situation pour s'approcher des conditions réelles d'exercice de la fonction « Accueil ». Si l'appui sur les évènementiels semble indispensable tout au long des trois années du cycle de formation, la mise en situation dans la classe doit être au cœur des stratégies d'apprentissage à déployer.

Vous trouvez ci-après des exemples d'exploitation didactique du référentiel s'appuyant sur ces éléments. S'ils doivent être vus dans une perspective de réflexion didactique plus que comme des modèles à dupliquer, chacun de ces exemples s'appuie sur deux principes qui doivent être partagés par tous les professeurs/formateurs des métiers de l'accueil :

- 1- Chaque compétence visée par le référentiel peut être travaillée au cours de chacune des années du cycle de formation. Les éléments de contextualisation, le périmètre des activités et/ou leur nature viennent graduer la complexité des situations d'apprentissage proposées en fonction du moment du cycle où la compétence est mobilisée.
- 2- Chaque compétence visée par le référentiel est travaillée à plusieurs reprises au cours du cycle de formation. On considère ainsi que la compétence s'acquierte dans la durée et que l'acquisition de la compétence se mesure en recherchant sa mobilisation dans un cadre professionnel différent de celui de la situation d'apprentissage première.

Conséquence : la logique de progression dans les apprentissages est spiralaire ; les compétences sont travaillées et approfondies au cours du cycle de formation en fonction du degré de complexification des situations de travail proposées.



En terminale, l'apprenant réinvestit les acquis de seconde et de première pour performer dans toutes les situations d'accueil

En première, l'apprenant s'appuie sur les acquis de seconde pour développer ses compétences en situations plus complexes

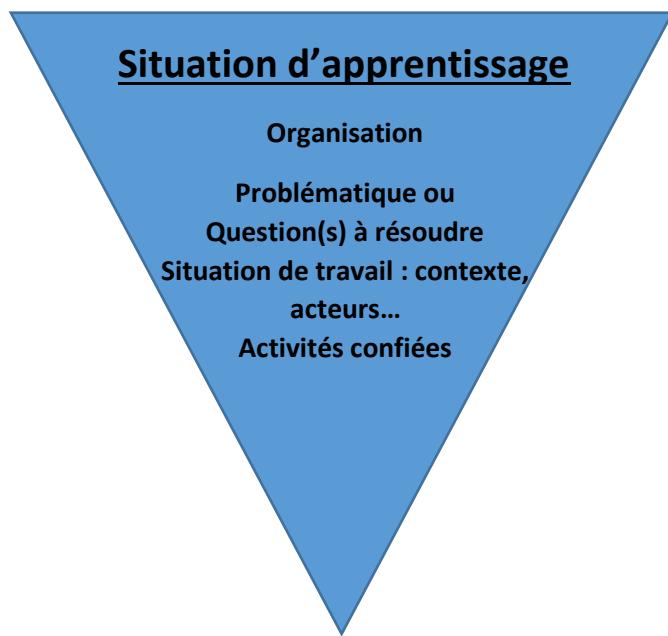
En seconde, l'apprenant acquiert des compétences dans des situations courantes

Les exemples ci-dessous permettent d'étudier comment mettre en œuvre cette logique.

Le vocabulaire utilisé pour la construction des situations d'apprentissage :

Les situations d'apprentissage, issues des PFMP ou didactisées par les enseignants, sont constitutives :

- D'une immersion dans une organisation (privée ou publique)
- D'une problématique ou de questions à résoudre
- De situations de travail (réelles ou simulées) contextualisées dans lesquelles les élèves sont acteurs
- D'activités qui leur sont confiées à cet effet



Proposition d'approche didactique 1 :

La gestion de l'accueil

Organisation et activité : société X participant à un salon professionnel

Exemples de ressources communiqués aux apprenants : présentation de l'organisation, de son activité et des enjeux de participation au salon

Problématique /questions à résoudre :

La tenue de l'espace accueil d'un salon professionnel par plusieurs apprenants

Situation de travail contextualisée : activité simulée en établissement/centre de formation

Exemples de ressources communiquées aux apprenants : descriptif du salon, descriptif du lieu d'exposition, plan du hall et place de l'espace accueil, nature des exposants et localisation, caractéristiques des visiteurs attendus, planning de tenue du poste d'accueil, documents ressources (annuaires, charte d'accueil, procédures, plaquettes, fiches contact...), matériels mis à disposition (ordinateur, tablette...), etc.

Activités confiées et progressivité :

En classe de seconde

Prise en charge de situations d'accueil courantes dans le cadre de l'espace accueil tenu par plusieurs agents d'accueil :

- préparer la mission d'accueil,
- recevoir les visiteurs durant l'évènement (visiteurs individuels).

En classe de première

Prise en charge de situations d'accueil au public varié dans le cadre de l'espace accueil tenu par plusieurs agents d'accueil - Travail sur le positionnement du salon sur son marché et collecte d'informations sur les visiteurs :

- préparer la mission d'accueil (dont positionnement du salon),
- recevoir les visiteurs durant l'évènement (visiteurs individuels, visiteurs en groupe, visiteurs étrangers) intégrant des activités en coordination avec l'équipe d'accueil,
- proposer à chaque personne accueillie de renseigner une fiche contact destinée à informer le visiteur des actualités à venir liées au salon,
- mettre à jour la base de données « prospect » de l'organisateur de l'évènement.

En classe terminale (ce que l'on vise à la fin du cycle de formation)

Prise en charge de situations d'accueil tantôt courantes, tantôt complexes dans le cadre de l'espace accueil tenu par plusieurs agents d'accueil avec gestion de prestations externes – Travail de retour d'expériences à des fins d'amélioration de l'accueil :

- préparer la mission d'accueil,
- recevoir les visiteurs durant l'évènement (visiteurs individuels, visiteurs étrangers, personnalité) intégrant des activités en coordination avec l'équipe d'accueil et la gestion d'aléas,
- proposer à chaque personne accueillie de renseigner une fiche contact destinée à informer le visiteur des actualités à venir liées au salon,
- mettre à jour la base de données « prospect » de l'organisateur de l'évènement,
- proposer au commanditaire des axes d'amélioration de l'accueil pour la prochaine édition du salon

Compétences mobilisées dans la gestion de l'accueil multicanal, à des fins d'information, d'orientation et de conseil (groupe de compétences 1) :

Prendre contact avec le public : recevoir le visiteur

Identifier la demande : appréhender la demande du public

Traiter la demande: identifier et mobiliser les ressources utiles

Gérer simultanément les activités : organiser ses activités en coordination avec l'équipe

Compétences mobilisées dans la gestion de l'information et des prestations à des fins organisationnelles (groupe de compétences 2) :

Gérer l'information:

- repérer les sources d'information
- mutualiser l'information nécessaire à la continuité du service
- rendre compte de l'activité

Gérer des prestations internes et externes : assurer le suivi d'une prestation

Compétences mobilisées dans la gestion de la relation commerciale (groupe de compétences 3) :

Contribuer au développement de la relation commerciale :

- identifier les supports utiles à la relation commerciale
- repérer les caractéristiques du public
- situer l'offre de l'organisation sur son marché
- contribuer à l'amélioration de la connaissance du public

Satisfaire et fidéliser le public : collecter et identifier des motifs de satisfaction et d'insatisfaction

La gestion de l'accueil

Éléments de complexités pouvant être sollicités dans l'activité « gestion de l'accueil » :

Nature du public accueilli : visiteurs, groupes, étrangers, personnalités...

Identifier la demande : apprécier la complexité de la demande

Gérer les flux : accompagner l'attente du public

Traiter la demande : construire une réponse personnalisée en termes d'orientation, d'information, de conseil et d'accompagnement

Focus sur ... La simulation de situations d'accueil en formation

Le référentiel du baccalauréat professionnel « Métiers de l'accueil » tout comme la première partie de ce guide d'accompagnement pédagogique insistent sur différents paramètres qui caractérisent aujourd'hui le cadre des activités de l'agent d'accueil :

- La prise en charge de situations d'accueil variées, des plus simples et routinières aux plus complexes ;
- Des flux d'activités parfois difficiles à anticiper et qui peuvent donner lieu à la gestion de plusieurs situations de façon simultanée, tout comme à la présence de temps d'attente où l'agent d'accueil doit rester actif et disponible ;
- Une mission qui s'inscrit dans la relation à autrui et qui aboutit souvent à une action immédiate sans possible prise de recul ;
- Des activités qui s'inscrivent dans le collectif de travail de la fonction « accueil ».

Si l'on fait ces constats dans l'exercice des métiers de l'accueil, les situations d'apprentissage proposées en établissement doivent donc intégrer ces paramètres, tant dans la préparation que dans l'animation de ces temps en classe, pour mieux préparer les élèves à l'exercice réel de cette activité.

La simulation de situations d'accueil dans la classe constitue de ce fait autant d'opportunités de faire vivre aux élèves ces activités dans des conditions proches du réel, avec la guidance et l'accompagnement des professeurs. Ainsi :

Penser la prise en charge de situations complexes, c'est penser au moins autant le rôle de l'agent d'accueil que celui de la/des personne(s) accueillie(s) et travailler sur :

- Le poste de travail de l'agent d'accueil (l'espace accueil dans la classe, les ressources mises à disposition...),
- L'appropriation par les élèves de leur espace de travail et de leur cadre de travail,
- La définition des situations d'accueil,
- L'appropriation de ces situations par les élèves qui joueront le rôle des personnes accueillies,
- Le retour d'expériences de ces situations vécues.

Penser la prise en charge d'activités d'accueil répondant à des flux d'activités différents, c'est :

- Proposer aux élèves - agents d'accueil des moments d'attente et l'enchaînement de situations d'accueil tantôt successives, tantôt simultanées, provenant de canaux différents,
- Apprendre concrètement à gérer le flux de demandes et des visiteurs,
- Apprendre à faire preuve d'un comportement professionnel dans les moments d'attente.

Penser l'action immédiate de l'agent d'accueil, c'est inscrire l'élève dans un contexte professionnel qu'il maîtrise et donc dans lequel il a eu le temps de s'immerger.

Penser l'élève dans un collectif de travail de l'accueil, c'est sortir de la seule relation interpersonnelle agent d'accueil/personne accueillie pour penser la prise en charge de situations d'accueil en binôme/trinôme d'agents ou considérer la présence de plusieurs agents en un même lieu, qui doivent coordonner leurs activités.

Ainsi, si ces différents éléments permettent d'installer la simulation comme une modalité de formation exploitable tout au long des 3 années du cycle de formation du baccalauréat professionnel « Métiers de l'accueil », il convient de noter quelques facteurs clés de réussite de ce type de pratique pédagogique :

- Une modalité d'apprentissage expliquée en amont aux élèves
- Un cadre professionnel défini en lien avec les situations professionnelles d'accueil, caractérisé par un contexte et une situation pensés pour la formation
- Un temps pédagogique inscrit dans la durée permettant une appropriation suffisante du contexte par les élèves
- Un espace de formation agrémenté de références aux espaces d'accueil rencontrés dans le milieu professionnel (outils, signalétique...)
- Un travail sur les rôles joués par l'agent d'accueil, les personnes accueillies et les autres acteurs de la situation simulée
- Des mises en activité professionnelles construites en référence aux réalités du métier tout en conservant les caractéristiques du cadre d'apprentissage nécessaire aux élèves
- Un travail à mener à l'issue de la simulation sur la prise de conscience par l'élève des acquis issus de son activité
- Une évaluation des acquis centrée sur les mises en activité
- Une trace « élève » à travailler autour de deux axes :
 - Les productions réalisées par l'élève dans le contexte donné
 - Les compétences travaillées
 - Les connaissances, démarches ou ressources mobilisées

Proposition d'approche didactique 2 : L'organisation de la fonction « accueil » pour un évènement

Une organisation :

Exemples de ressources communiqués aux apprenants : présentation de l'organisation, de son activité et des enjeux de l'organisation d'un séminaire

Problématique / Questions à résoudre :

Un séminaire d'une journée à destination des clients « grands comptes » de cette entreprise est organisé. L'équipe « Accueil » intègre l'équipe « projet » qui se constitue pour cet évènement, à des fins d'organisation de la fonction « Accueil » qui sera spécifiquement mise en place. Un personnel d'accueil mis à disposition par une agence d'hôtes et hôtesses avec laquelle l'entreprise travaille régulièrement sera mobilisé pour cette journée.

Situation de travail contextualisée :

Les apprenants sont positionnés au service « Accueil » d'une grande entreprise dont les locaux intègrent un auditorium.

Activité simulée en établissement/centre de formation.

La séquence de formation proposée s'appuiera exclusivement sur l'étape de préparation et donnera lieu, dans le cadre d'un évènementiel à venir (dans l'établissement/centre de formation ou pour le compte d'un partenaire), à une mise en situation réelle.

Activités proposées :

- Le repérage des activités à conduire, des temps forts pour la fonction « Accueil » et du personnel nécessaire
- Le cahier des charges de la prestation : la planification, la répartition des personnels d'accueil entre les différents postes de travail, la définition des activités par poste de travail...
- Le repérage et la centralisation et/ou la préparation des supports à remettre aux participants
- La préparation de la réunion « brief accueil » et des supports destinés aux hôtes et hôtesses

Ressources en lien avec la situation professionnelle proposée :
Cahier des charges du séminaire avec échéancier et acteurs impliqués, déroulé de la journée, liste des participants au séminaire...

Compétences visées :

(Groupe de compétences 2)

Contribuer à la mise en œuvre des projets liés à l'accueil : participer à la réalisation et à la coordination du projet

Gérer des prestations internes et externes : Formaliser une demande de prestation

Compétences visées : (Groupe de compétences 3)

Contribuer au développement de la relation commerciale : appréhender l'offre commerciale de l'organisation

Compétences visées : (Groupe de compétences 1)

Gérer les flux : identifier les paramètres générant du flux ; accompagner l'attente du public

Focus sur ... L'événementiel dans la formation des élèves du baccalauréat professionnel « Métiers de l'accueil »

La participation à des événementiels constitue une modalité de formation caractéristique du baccalauréat professionnel « Métier de l'accueil ». Ces événementiels peuvent prendre des formes diverses : manifestations de l'établissement des élèves ou externes, salons, séminaires, conférences... Ainsi, aux côtés des semaines de formation en milieu professionnel où les élèves sont encadrés par des tuteurs et des temps d'enseignement en établissement encadrés par les professeurs, les événementiels proposent des mises en situation réelle, ponctuelle et d'une durée limitée, dont l'encadrement se trouve partagé entre un commanditaire, organisateur de l'évènement et les professeurs.

Pour les élèves, ces événementiels permettent ainsi une mobilisation « hors la classe » des compétences professionnelles visées par le diplôme, tout en bénéficiant du même degré d'encadrement que celui proposé « dans la classe ». L'accueil lors d'un événementiel est souvent l'occasion de leur faire découvrir une pratique de l'accueil codifiée, exigeante, mais aussi valorisante, et des activités spécifiques telles que la gestion d'un vestiaire, l'orientation, le placement en salle, la distribution de documents, le passage micro, la participation au service d'une collation... Pour les professeurs, ces temps constituent des moments privilégiés pour construire, dans l'action, une relation collaborative avec les élèves et pour faciliter l'inscription des enseignements dans leur dimension professionnelle. Pour les organisateurs et les commanditaires, cette participation traduit un engagement dans la formation initiale de jeunes professionnels qui, par leur action, contribuent à la réussite de la manifestation ou de l'évènement organisé.

C'est pour ces raisons que l'événementiel s'inscrit pleinement dans le référentiel du baccalauréat professionnel « Métiers de l'accueil » et permet de travailler différentes compétences, issues des 3 blocs de compétences du référentiel.

1- L'événementiel dans le référentiel du baccalauréat professionnel « Métiers de l'accueil »

Souvent perçu au travers de l'activité conduite le jour de l'évènement, l'événementiel permet aux élèves de travailler plus particulièrement les compétences du groupe de compétences 1 : Gestion de l'accueil multicanal à des fins d'information, d'orientation et de conseil.

Si l'on peut penser que les compétences « 1.1 Gérer simultanément les activités » et « 1.2 Prendre contact avec le public » seront systématiquement travaillées, les autres compétences de ce groupe (1.3 Identifier la demande, 1.4 Traiter la demande, 1.5 Gérer les flux, 1.6 Gérer les conflits) pourront être mobilisées en fonction des activités conduites.

Si l'on souhaite véritablement installer la participation d'élèves à un événementiel comme un temps pédagogique à part entière, il est nécessaire d'inscrire chaque accueil en événementiel dans la durée, et de considérer qu'il y a un temps de préparation à la participation de cet évènement (qui exige donc une programmation bien antérieure à sa réalisation) et un temps de retour sur l'évènement et sur l'activité menée, à l'issue de la situation d'accueil vécue. Ces temps dédiés aux phases « amont » et « aval » de l'événement s'ajoutent aux différentes sollicitations que les professeurs pourront faire pour rappeler l'expérience acquise au cours de leurs séances habituelles d'enseignement. L'accueil en événementiel est ainsi pensé comme un projet global, qui se prépare, se réalise et se débrieve.

Ainsi, au-delà du groupe de compétence 1, l'événementiel doit donc s'inscrire pleinement au sein des groupes de compétences 2 : Gestion de l'information et des prestations à des fins organisationnelles et 3 : Gestion de la relation commerciale. Ainsi, les compétences « 2.1 Gérer l'information », « 2.2 Gérer des prestations internes et externes », « 2.3 Contribuer à la mise en œuvre de projet lié à l'accueil », « 3.1 Contribuer au développement de la relation commerciale » et « 3.2 Satisfaire et fidéliser le public » doivent pouvoir être sollicitées dans ce cadre.

Ces éléments amènent à penser l'événementiel comme une modalité pédagogique exploitable au cours de chacune des 3 années du cycle de formation du baccalauréat professionnel.

2- L'événementiel dans l'établissement

Pour faciliter la participation des élèves à des événementiels, il convient que chaque établissement puisse procéder dans un premier temps à un repérage des opportunités d'évènements à conduire :

- Événements organisés par, pour et/ou au sein de l'établissement : journée « portes ouvertes », remise de diplôme, évènement académique accueilli dans l'établissement...
- Événements organisés par les services et structures académiques (autres établissements, CIO, rectorat, direction des services départementaux de l'éducation nationale...)
- Événements organisés par des partenaires avec lesquels l'établissement a installé une relation sur ce thème (associations, entreprises, mairies et collectivités...)

Inscrire l'événementiel dans le cycle de formation et dans l'équipe filière « Métier de l'accueil »

Penser les événementiels en équipe « établissement » et pour le cycle des 3 années de formation du baccalauréat « Métiers de l'accueil », c'est réfléchir à une progressivité dans les accueils pris en charge au cours des trois années du cycle et c'est travailler sur la collaboration entre élèves de classes et de niveaux différents : privilégier les élèves de seconde pour certaines manifestations internes de l'établissement, penser une progressivité des complexités en matière d'accueil en fonction du type d'événement et/ou des activités à prendre en charge, penser une collaboration d'élèves de seconde, première et/ou terminale lors d'un événementiel pour activer un tutorat entre élèves, les élèves tutorés lors de la première édition de la manifestation pouvant devenir à leur tour tuteurs lors de l'édition suivante... C'est également penser la participation de chaque élève de la filière à différents événementiels et travailler les retours d'expériences entre les élèves de classes différentes. De par le caractère emblématique de ses activités, la modalité « événementiel » a notamment toute sa place dans le cadre de la mise en place de la seconde de la famille des métiers de la relation client, tant dans son volet « professionnalisation » que dans sa dimension « orientation ».

Inscrire la modalité « événementiel » dans l'année de formation de la classe

Penser les événementiels pour une classe, c'est considérer cette forme d'accueil dans sa progression pédagogique, et ainsi intégrer les contenus de formation, les activités et les compétences visées par la formation aux métiers de l'accueil en considérant cette modalité pédagogique. Dans l'exploitation pédagogique faite de l'accueil en événementiel, dès lors que tous les élèves d'une même classe ne peuvent y participer, il convient de penser une organisation pédagogique permettant que tous les élèves puissent bénéficier de l'expérience

de l'accueil conduit, notamment au travers des étapes « amont » et « aval » développées ci-dessus.

Inscrire l'événementiel dans l'équipe pédagogique de la classe

Penser les événementiels dans l'équipe pédagogique « classe », c'est l'opportunité de les voir considérés par tous les professeurs, quels que soient leurs enseignements et c'est ainsi lui donner une dimension plus large et mieux ancrée permettant :

- un travail conjoint sur certaines compétences transversales attendues
- un objet de travail pour les co-interventions mises en place
- l'installation d'une approche pédagogique de type « projet » menée par une équipe pluridisciplinaire

3- La place des commanditaires / organisateurs d'événements dans la formation des élèves

La mission d'accueil confiée aux élèves et professeurs de la filière « Métiers de l'accueil » constitue un temps pédagogique à part entière, encadré par le référentiel de diplôme en termes d'activités, de compétences et de connaissances associées. Au cours de l'accueil en événementiel, les élèves sont donc présents pour apprendre à conduire une mission d'accueil dans un cadre particulier qu'est l'événementiel, et contribuent, par cet apprentissage en situation réelle, au bon déroulé de la manifestation au sein de laquelle ils interviennent. Il est important de rappeler aux commanditaires ces éléments qui, portés par l'organisation de l'événement, peuvent parfois oublier le rôle pédagogique de la situation d'accueil confiée aux élèves. Cette situation d'apprentissage doit donc être pensée comme un projet qui se met en place avec une classe ou un groupe d'élèves, et qui donc, au-delà de la manifestation, nécessite d'être préparé, discuté et évalué.

Dans l'étape de préparation, l'intervention du commanditaire / organisateur auprès des élèves participants a toujours un impact positif sur le déroulé de la manifestation : elle traduit un engagement éducatif et pédagogique de sa part ; les élèves se sentent considérés et sont mieux imprégnés du contexte de la manifestation ; les échanges avec les participants / invités au cours de la manifestation sont facilités par cette intégration du contexte. La situation devient ainsi concrètement professionnelle puisque ce ne sont pas les professeurs qui leur présentent. Au-delà de la prise de contact, ce temps de travail est l'occasion de :

- préciser la nature de l'événement et le situer : le commanditaire et l'organisation, la finalité de l'événement, le public accueilli, la place de l'événement dans la stratégie du commanditaire...
- présenter l'organisation d'ensemble de l'événement, son déroulé et les activités qui seront attendues
- rendre lisibles des activités qui pourraient ne pas être vues par les élèves (gestion des prestations internes et externes par exemple)
- placer avec le professeur les activités dans le référentiel et dans la progression de l'année
- définir la forme et l'échéance du retour d'expérience post manifestation qui sera conduit avec les élèves

Au cours de la manifestation, les élèves sont encadrés par leurs professeurs, associés au commanditaire ou à une personne déléguée (agence de communication par exemple). Une phase de repérage des lieux de la manifestation et des espaces où l'accueil est très souvent

nécessaire. Pour renforcer la dimension d'apprentissage de la situation, il est intéressant de réfléchir à la conduite de l'activité en binôme élève/professionnel de l'accueil (hôte/hôtesse) dès que cela est possible.

Dans la phase de retour d'expériences et d'évaluation, le commanditaire / organisateur a là encore toute sa place : il donne l'occasion aux élèves de disposer d'un regard professionnel sur leur prestation, qui, aux côtés de celui des professeurs, donne tout son sens à ce type de séance d'apprentissage.

6- L'acquisition, le développement et l'évaluation des compétences

Les recherches issues de la didactique professionnelle ont montré que les compétences professionnelles des personnels s'acquièrent et se développent en situation de travail. Comment la formation peut-elle intégrer cet élément ? Quel est le processus d'acquisition, de développement et d'évaluation des compétences en formation ? Suffit-il de faire pour être compétent ?

1 - Le processus d'acquisition et développement des compétences



• L'inscription des apprentissages en situation professionnelle

Dans les dispositifs de formation, pour faire acquérir des compétences, la première phase consiste à utiliser des situations professionnelles observées, vécues ou simulées par les élèves. Ces situations seront courantes, complexes ou critiques selon le niveau de classe dans lequel se trouvent les élèves. Il est opportun de réinvestir les contextes dans lesquels ceux-ci ont été plongés durant les PFMP ou de construire des situations didactisées au plus près des réalités professionnelles de terrain. Pour que les situations soient véritablement apprenantes, permettent de favoriser le conflit socio-cognitif et de développer la pensée, il convient qu'elles suscitent du « dérangement¹ » ; en effet, la simple reproduction systématique de situations connues accroît une certaine habileté, mais ne permet pas de développer des compétences. La posture du formateur pendant la phase de plongée dans

¹ Patrick Mayen, séminaire Cnam « Analyse du travail et intentions formatives » - 2017

le réel est plutôt silencieuse : c'est l'élève (seul ou avec ses pairs selon les cas) qui cherche à résoudre la situation dans laquelle il se trouve et non l'enseignant qui opère à sa place.

Ces éléments sont considérés pour les situations d'apprentissage rencontrées en établissement ou dans une organisation, dans le cadre d'une PFMP. Dans ce dernier cas, il est important que le tuteur et l'enseignant soient partenaires dans la diversité et la complémentarité des situations rencontrées afin que toutes les compétences du référentiel puissent être travaillées.

- **La pensée sur l'action : la description des activités, moment de la prise de conscience des actes de travail, et la mise en évidence des concepts et démarches inhérents à l'action**

La mise en mots des activités menées est l'occasion de la prise de conscience des actes de travail. Les professeurs questionnent les élèves sur leur activité : que font-ils ? Qu'ont-ils fait ? Est-ce important d'agir de la sorte ? Comment réagissent-ils dans tel ou tel cas ? Les élèves, ensemble et avec les enseignants, sont donc amenés à redéfinir leur activité en analysant leurs pratiques et en explicitant les règles de travail qu'ils ont mises en œuvre (ex : lorsqu'un usager manifeste son mécontentement, je tente de savoir pourquoi, je lui demande si... ; quand je n'ai pas le numéro de téléphone du poste de travail de la personne que le client doit rencontrer, je cherche et j'appelle Monsieur X ...). Cette étape de verbalisation permet donc de développer un niveau de pensée exigeant sur l'activité en mettant l'accent sur les raisonnements tenus, les essais fructueux ou infructueux, les erreurs commises et les conditions de la réussite de l'action de travail. Dans ce cadre, la posture du professeur est « guidante » dans un questionnement favorisant l'émergence de certaines règles de travail. C'est ici l'expertise du professeur qui vient souligner les invariants de la démarche et qui permet de mettre le doigt sur les concepts pertinents qui seront ensuite développés. Ainsi, la professionnalisation se construit à la fois dans l'action et par la réflexion menée sur l'action.

L'étape de la mise en évidence de ces concepts a lieu dès lors que les formateurs interviennent comme médiateurs : par exemple, le récit d'un élève expliquant comment les usagers sont tenus à une certaine distance du guichet permet de mettre en évidence la notion de « confidentialité » ou de « déontologie » ; de même, les questions que l'élève a été amené à poser à un client sont l'occasion de nommer « la découverte des besoins », etc. À travers cette étape, l'élève va engranger des situations, des ressources, des concepts, qui vont le nourrir et l'autoriser à devenir compétent. En établissement, le regroupement d'élèves ayant rencontré des situations de travail similaires en PFMP est particulièrement opportun pour la mutualisation des concepts mobilisés, au service de la mise en œuvre des compétences travaillées. S'il est important qu'une trace des situations et des activités menées soit présente, les concepts associés méritent tout autant d'être formalisés et conservés par l'élève. C'est le passeport pour l'étape suivante : la généralisation.

- **La transposition dans d'autres situations**

Lors de cette phase, les formateurs transfèrent les apprenants dans d'autres situations où ils réinvestissent les concepts et démarches soulignées lors de la phase précédente. Un élève devient compétent dès lors qu'il sait, dans une situation, transformer en actes de travail

efficaces les méthodes et savoirs qu'il a étudiés. Par exemple, il devra avoir conscience que la confidentialité est également à prendre en compte dans un autre contexte que celui qu'il a connu. Il a intégré des ressources, notamment méthodologiques ou conceptuelles, qui le rendent susceptible d'intervenir de manière pertinente dans d'autres situations que celles qu'il a connues. La compétence est acquise lorsqu'il sait transformer ces éléments inhérents à son activité dans des situations différentes. À cet égard, il existe des degrés différents d'acquisition de compétences : plus la situation « modifiée » est complexe, plus l'élève qui sait transformer ses concepts ou méthodes en actes est compétent.

2 L'évaluation certificative du baccalauréat professionnel des métiers de l'accueil

Le processus d'évaluation des compétences suit le processus de formation. En effet, les évaluations professionnelles sont basées sur le « réel », c'est-à-dire sur des situations de travail vécues (tenue de l'accueil d'une entreprise en PFMP par exemple), observées ou simulées (étude de cas ou situation didactisée en centre de formation). Au cours de ces situations, on attend d'un élève qu'il montre les notions, les méthodes, les outils qu'il sait mobiliser afin de les transformer en actes efficaces. L'efficacité est mesurée sous deux angles : l'élève sait prendre en charge et/ou résoudre le cas proposé en évaluation et sait expliquer pourquoi il a choisi d'agir ainsi. L'action et l'expression de sa pensée sur l'action permettent de mesurer le degré d'acquisition des compétences ; ceci peut être mis en évidence tant en formation qu'au cours de la certification lors d'épreuves orales ou écrites.

7- La trace des activités

• La trace des activités pour l'élève

À des fins formatives, il est important que l'élève conserve la trace des activités qu'il a conduites au moins pour deux raisons :

- Il a besoin de formaliser ses apprentissages en termes de compétences mobilisées et de savoirs et méthodes associés à l'action. Ceci procède de la prise de conscience pour soi à la fois des acquis et des progrès encore à effectuer. C'est également l'occasion de constituer une base de situations professionnelles dans laquelle il a su opérer avec efficacité qui pourront nourrir son curriculum vitae au cours du cycle de formation et/ou faciliter une insertion professionnelle future
- Dans le cadre de la classe de seconde « Famille de métiers de la relation client », l'élève peut être amené à changer d'établissement en fin de seconde s'il souhaite suivre une spécialité non proposée par son lycée professionnel d'origine. Il est alors nécessaire qu'il puisse présenter aux enseignants de la classe de première les situations professionnelles qu'il a rencontrées, les compétences, concepts et méthodologies qu'il a mobilisés.

Les modalités de formalisation des activités menées peuvent être diverses et variées. Des outils numériques, tel Portfolio, peuvent être utilisés pour conserver les supports ad hoc. Un exemple (non modélisant) est fourni en annexe 3 de ce guide pédagogique.

• La trace des activités pour le professeur

Au-delà de la trace élève et à l'instar de ce qui se passe dans toute formation, les professeurs ont besoin de positionner régulièrement les élèves pour connaître le degré d'acquisition des

compétences qu'ils ont travaillées au cours du cycle de formation. Des outils de suivi des acquis (tableaux synoptiques, grilles d'analyse, tableaux de bord...) permettent de garder la trace de la mesure des progrès des élèves.

8 Les épreuves certificatives

E2 : Analyses de situations professionnelles liées à la relation commerciale

Cette épreuve vise à évaluer l'aptitude du candidat à l'analyse professionnelle relative à la relation commerciale dans les métiers de l'accueil et mettre en œuvre ses compétences pour résoudre une problématique professionnelle ou répondre à des questions relatives à une ou plusieurs situation(s) professionnelle(s). L'évaluation, sous forme ponctuelle ou en contrôle en cours de formation, se fonde sur les critères du référentiel de certification du bloc de compétences 3, Gérer la relation commerciale.

Pour contribuer au développement de la relation commerciale :

- Les supports adéquats sont repérés.
- Les caractéristiques des produits et services sont repérées et valorisées.
- Les évolutions technologiques, environnementales, économiques et sociologiques du marché sont repérées.
- Le positionnement de l'organisation sur le marché est identifié.
- Le système d'information est enrichi.

Pour satisfaire et fidéliser le public :

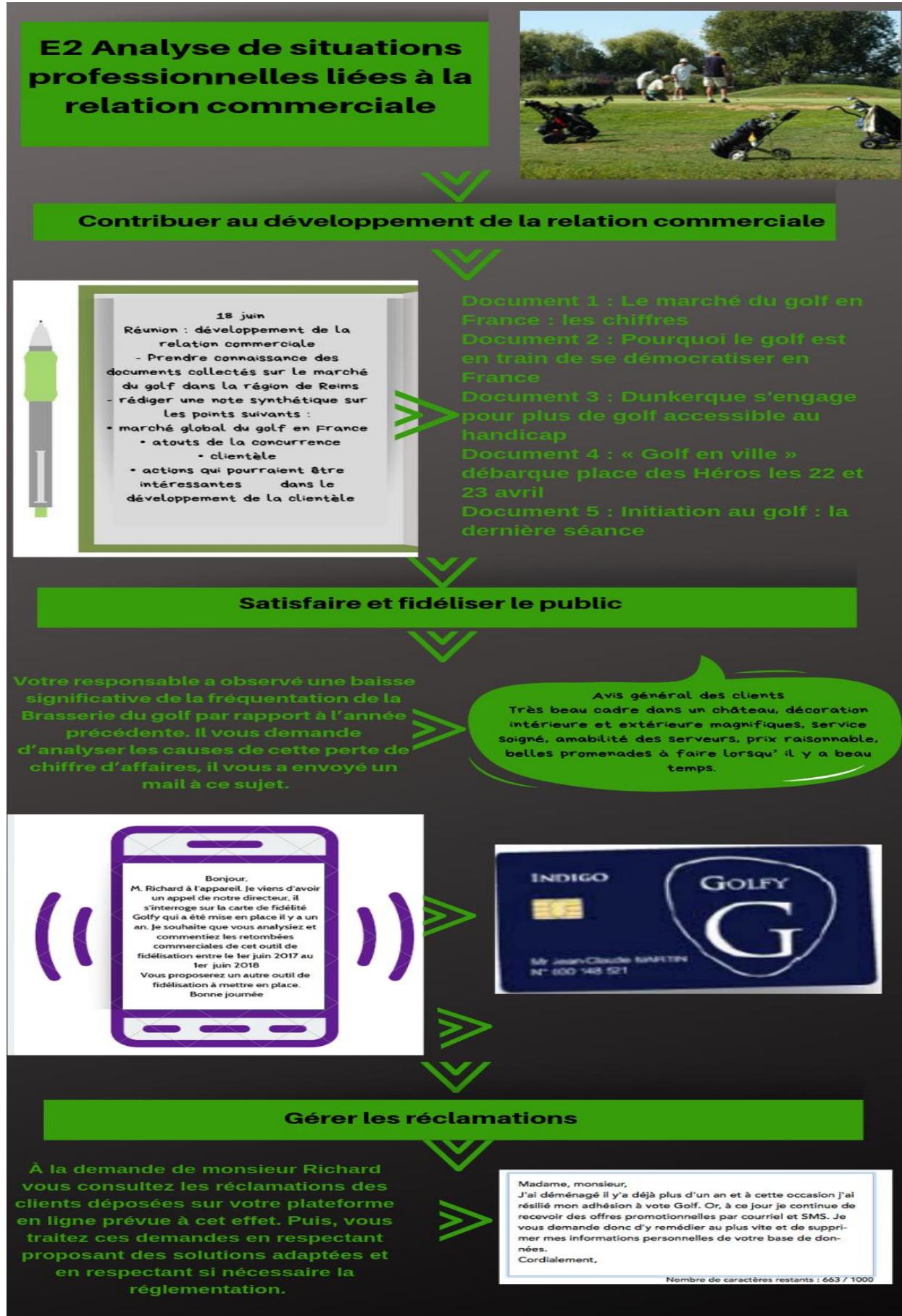
- Le questionnement, les échanges, les reformulations permettent d'identifier clairement le besoin du client.
- Les échanges et la coopération avec le client permettent de proposer une offre adaptée.
- La relation commerciale est concrétisée.
- Les motifs de satisfaction et d'insatisfaction sont recensés et mis en évidence.
- Les actions de fidélisation sont pertinentes et leur suivi permet la pérennisation de la relation.

Pour gérer les réclamations :

- L'écoute et les échanges permettent de comprendre les réclamations.
- Les motifs sont clairement identifiés.
- Une solution adaptée clairement expliquée permet d'apporter une réponse pertinente.
- La transmission des situations rencontrées est effectuée.

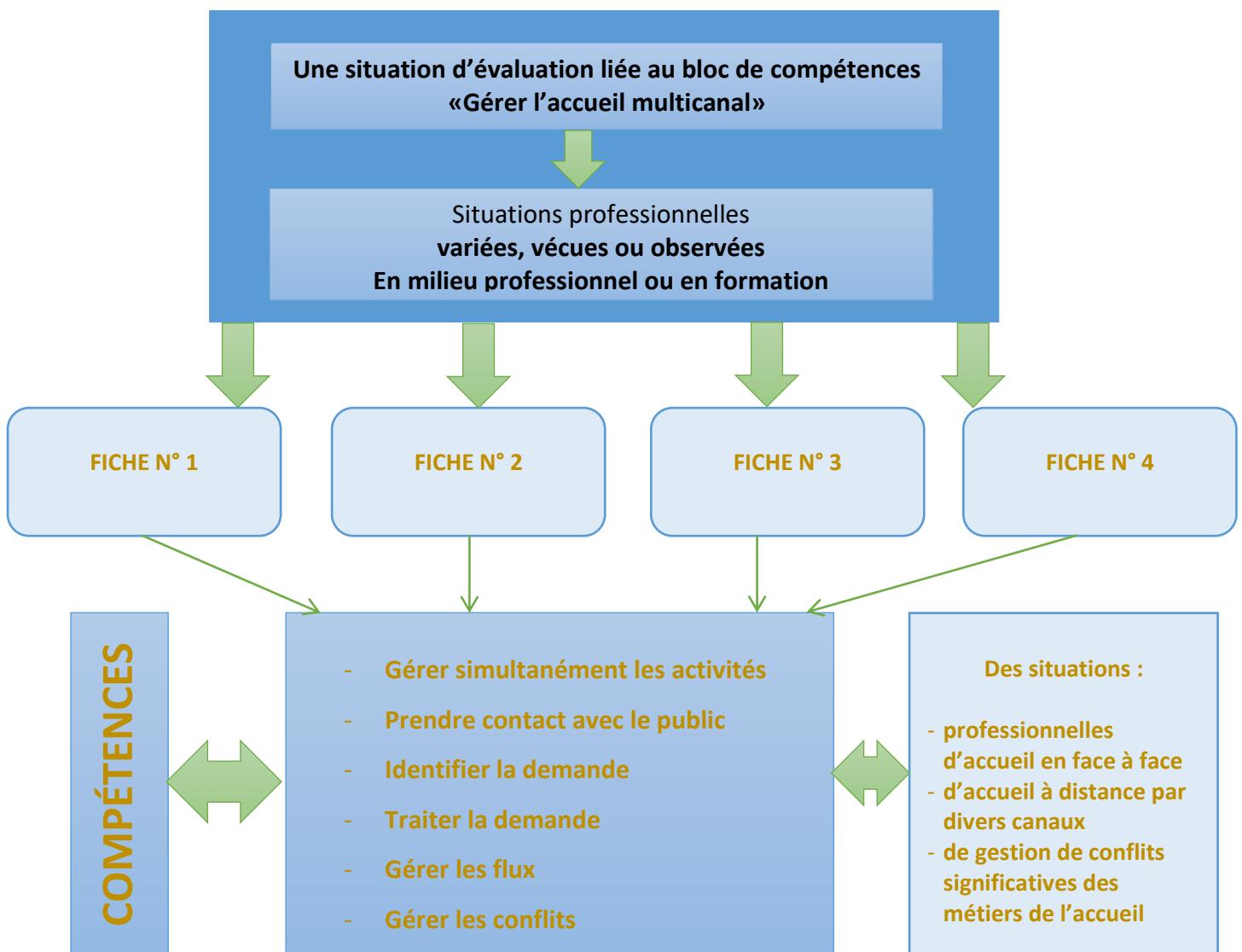
Le sujet en annexe 2 n'est pas un modèle mais une première approche des futurs sujets à partir de l'application du référentiel.

E2 : infographie du sujet zéro (voir le sujet complet en annexe 2)

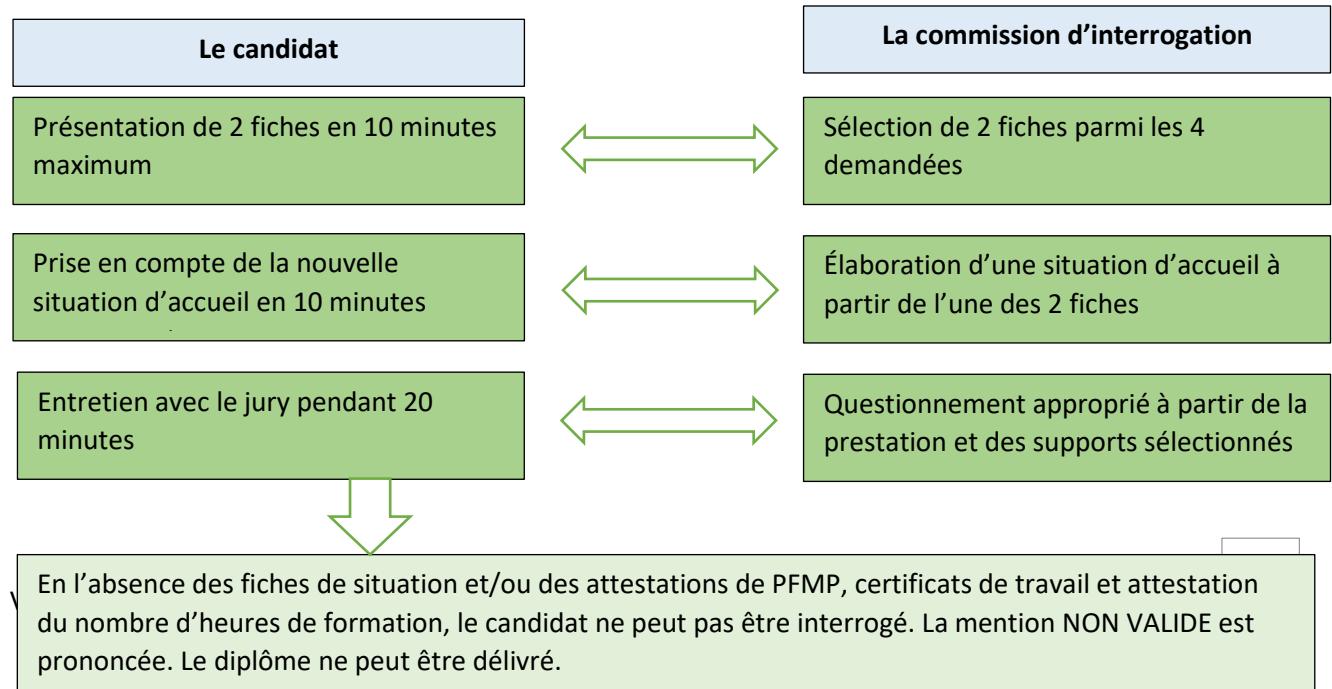


E3 Pratiques professionnelles liées à l'accueil

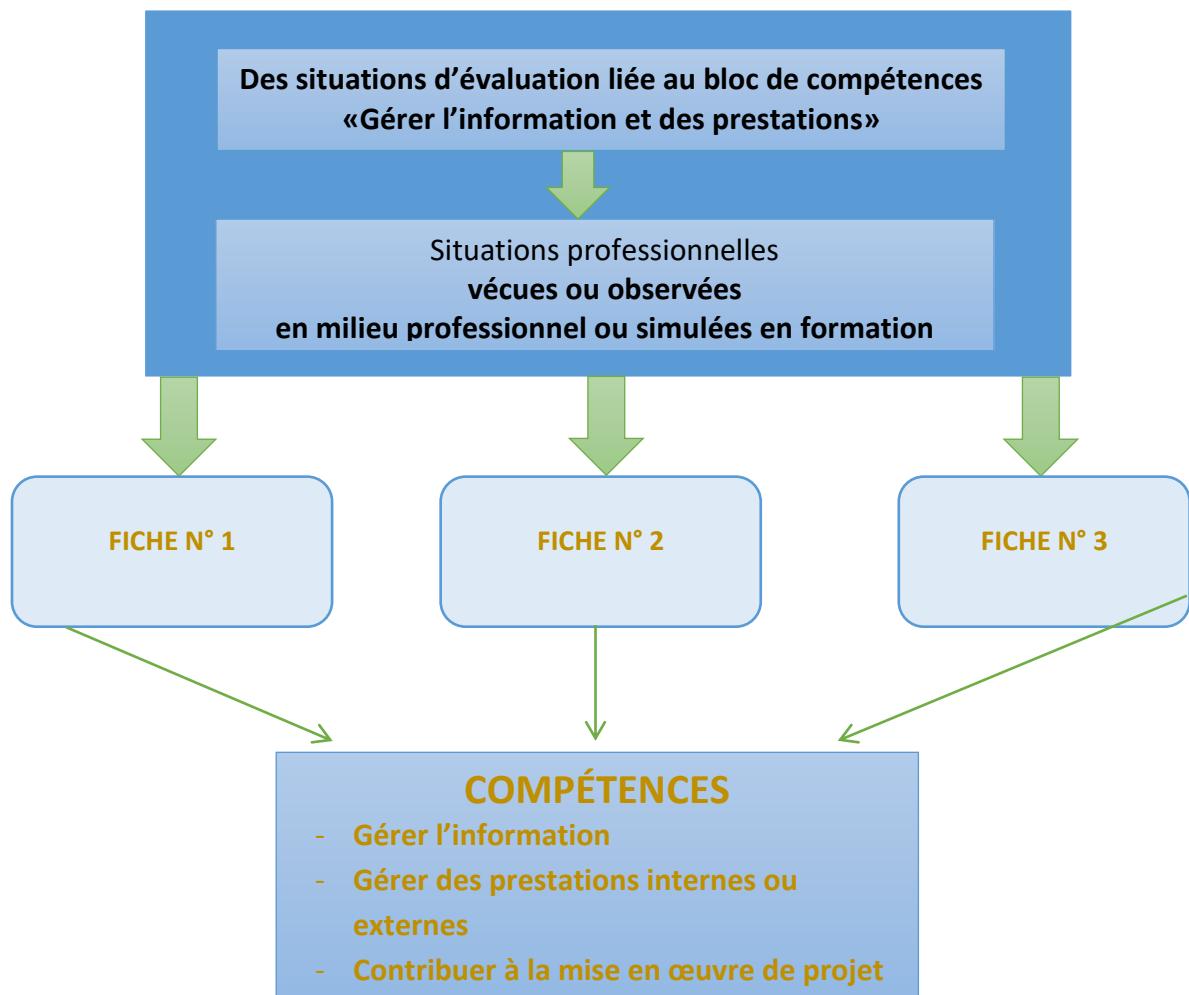
E31 Gestion de l'accueil multicanal (forme ponctuelle)



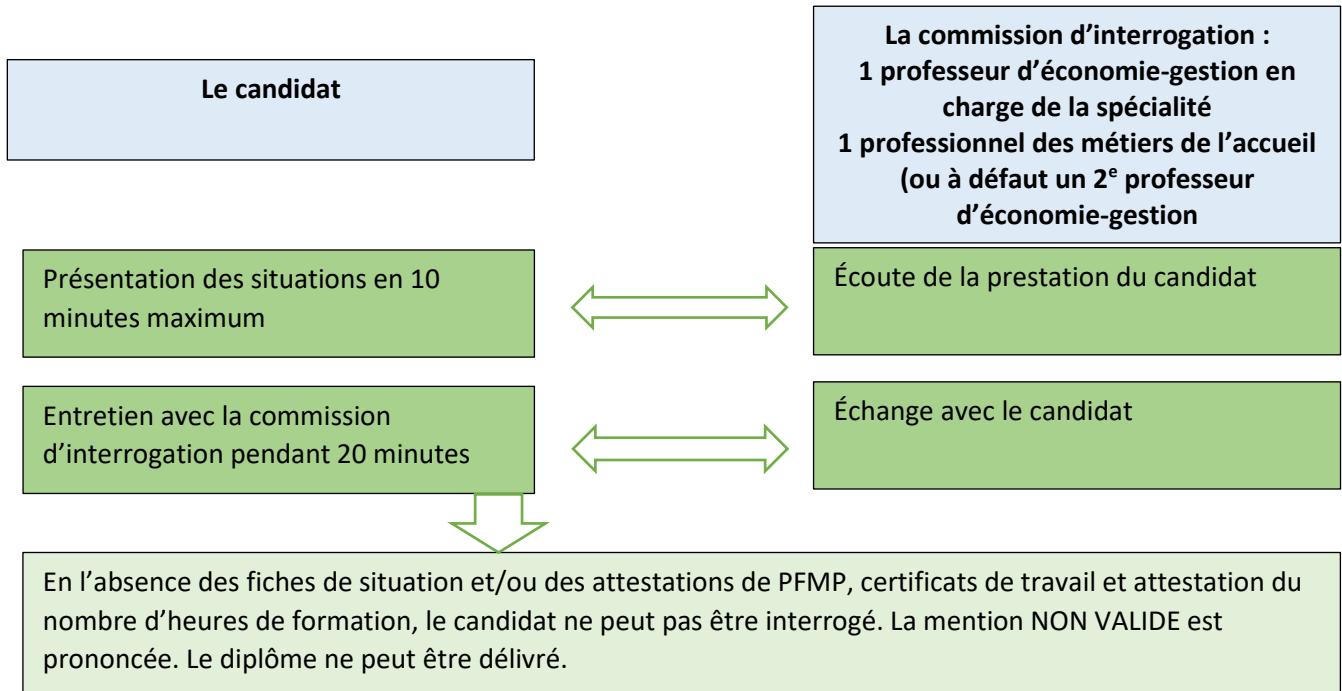
Déroulement de l'épreuve



E32 Gestion de l'information et des prestations (forme ponctuelle)



Déroulement de l'épreuve



Le contrôle en cours de formation (CCF)

Le CCF concerne les épreuves :

- E31 Gestion de l'accueil multicanal
- E32 Gestion de l'information et des prestations

Les périodes de formation en milieu professionnel participent à l'évaluation certificative de ces deux épreuves.

L'élève est invité à recenser des situations professionnelles qu'il a observées ou vécues en milieu professionnel et qui peuvent mobiliser des compétences dans les 3 blocs de compétences.

Pour E31 et E32, seules les compétences des blocs 1 et 2 sont évaluées par le(s) tuteur(s), les formateurs et les professeurs.

Pour l'épreuve E31, les compétences à mobiliser et à évaluer sont :

- gérer simultanément les activités
- prendre contact avec le public
- identifier la demande
- traiter la demande
- gérer les flux
- gérer les conflits

L'observation ou le vécu peut porter sur des situations professionnelles d'accueil en face à face, d'accueil à distance par divers canaux ou de gestion de flux et de conflits.

L'évaluation se déroule en milieu professionnel ; elle est conduite par le professionnel et l'enseignant ou formateur du candidat qui établissent conjointement l'évaluation.

Pour l'épreuve E32, les compétences à mobiliser et à évaluer sont :

- gérer l'information
- gérer des prestations internes et externes
- contribuer à la mise en œuvre de projet lié à l'accueil

Les situations rencontrées par les élèves doivent permettre de balayer l'ensemble des compétences des blocs. Leur transcription peut prendre la forme de fiches qui permettent de garder la trace des activités de l'élève. L'évaluation est mise en place dès que l'élève se déclare prêt.

Les acquis du candidat sont évalués à partir des critères d'évaluation définis pour chacune des sous-épreuves, critères inscrits dans le référentiel.

9. Les périodes de formation en milieu professionnel, temps/lieux de formation en lien avec les autres temps/espaces de formation

La préparation au baccalauréat professionnel Métiers de l'accueil comprend une formation en milieu professionnel de 22 semaines sur le cycle de formation.

Les périodes de formation en milieu professionnel (PFMP) participent, par l'acquisition de compétences professionnelles et de codes sociaux propres à l'organisation dans laquelle est placé l'élève, à la professionnalisation de l'élève préparant le baccalauréat professionnel Métiers de l'accueil. Ces PFMP sont véritablement partie intégrante de la formation sur le cycle de trois ans, complémentaires au temps de formation en établissement.

La formation en milieu professionnel fait l'objet, dans le baccalauréat professionnel Métiers de l'accueil, de deux évaluations certificatives :

- E31 Gestion de l'accueil multicanal
- E32 Gestion de l'information et des prestations.

La mise en place et le suivi des périodes de formation en milieu professionnel

La mise en place des périodes de formation en milieu professionnel fait l'objet d'une attention particulière de la part de l'équipe pédagogique. À partir d'un fichier d'entreprises/organisations et en fonction de l'élève et de ses choix, l'équipe pédagogique s'attache à faire correspondre le profil de l'élève au type d'organisation en tenant compte du tissu économique local. Les tuteurs sont informés des objectifs pédagogiques assignés aux périodes de formation en milieu professionnel afin que les activités confiées soient conformes aux attendus du référentiel. Le suivi de l'élève en milieu professionnel est effectué systématiquement en présentiel.

L'exploitation des périodes de formation en milieu professionnel

La période de formation en milieu professionnel peut être appréhendée de manières diverses :

- **Le réinvestissement des compétences, une façon de mettre l'élève en confiance**

La période de formation en milieu professionnel peut être un moment privilégié pour l'élève de réinvestir les connaissances et compétences acquises en établissement de formation en les mettant en œuvre dans un autre contexte. Ainsi fort de ce qu'il a appris en établissement de formation, l'apprenant est rassuré quant aux activités qui vont lui être confiées, ce qui lui permettra d'évoluer au sein de l'organisation avec une plus grande aisance et beaucoup plus de sérénité.

- **L'entreprise, comme lieu de formation**

La période de formation en milieu professionnel est un temps de formation à part entière. Ainsi, le professeur ou formateur, en amont du départ en milieu professionnel, peut solliciter les élèves pour une observation particulièrement ciblée d'une ou plusieurs activités spécifiques de l'organisation et rechercher en conséquence les documents nécessaires à la mise en œuvre de cette ou ces activités. Au retour de la PFMP, plusieurs solutions s'offrent au professeur :

- construire une séance pédagogique à partir des documents rapportés par les jeunes ;
- mobiliser à l'oral un ou plusieurs élèves pour restituer les informations qu'ils ont collectées sur le sujet concerné.

L'élève devient alors acteur de sa formation et participe réellement à la construction de ses apprentissages. Pour ce faire, le professeur doit s'appuyer sur le référentiel des activités professionnelles à partir duquel il choisit des activités et/ou des tâches que les élèves sont chargés d'observer, de décrire, sous la forme d'un écrit illustré par des supports divers. Un même travail peut être confié à la classe entière ou plusieurs thèmes peuvent être confiés à des groupes différents. Une telle démarche de travail va bien au-delà de la restitution traditionnelle du ressenti des élèves qui, au retour de la PFMP, interviennent individuellement et oralement pour décrire les activités qu'ils ont conduites.

- **Troisième exploitation : l'entreprise, un lieu de certification**

L'entreprise est également le support de la mise en œuvre de deux évaluations certificatives relevant de l'épreuve E3 Pratiques professionnelles liées à l'accueil.

- ✓ Pour répondre aux exigences de l'épreuve E31 « Gestion de l'accueil multicanal », l'élève a pour mission, au sein de l'entreprise, de conduire ou d'observer des situations professionnelles, à partir desquelles il doit élaborer des fiches de situation qui doivent prendre en compte les compétences :
 - Gérer simultanément les activités
 - Prendre contact avec le public
 - Identifier la demande
 - Traiter la demande
 - Gérer les flux
 - Gérer les conflits.

L'évaluation prend la forme d'un entretien en entreprise conduit par le formateur de l'établissement de formation et le professionnel-tuteur.

- ✓ Pour répondre aux exigences de l'épreuve E32 « Gestion de l'information et des prestations », l'élève doit élaborer des fiches construites à partir de situations professionnelles qu'il a vécues ou qu'il a observées en milieu professionnel et qui mobilisent les compétences :
 - Gérer l'information
 - Gérer des prestations internes et externes
 - Contribuer à la mise en œuvre de projet.

L'évaluation se déroule sous la forme d'un entretien avec un professionnel et un professeur.

- **Quatrième exploitation possible : le tuteur comme accompagnateur, parrain du parcours de l'élève**

Le tuteur s'investit aussi dans le parcours de l'élève bien au-delà des PFMP. Il peut s'agir de l'aider dans son orientation, mais aussi dans la réalisation du chef-d'œuvre, etc.

Les types d'organisations concernées par la préparation au baccalauréat professionnel Métiers de l'accueil

L'accueil est présent dans toutes les organisations des secteurs marchands ou non marchands recevant du public et/ou du trafic téléphonique. C'est la raison pour laquelle un élève peut effectuer une période de formation en milieu professionnel dans :

- des entreprises petites ou moyennes,
- des grands groupes,
- des associations,
- des organismes publics.

Afin de lui permettre d'acquérir les connaissances, compétences et comportements professionnels requis pour la formation préparant au baccalauréat professionnel Métiers de l'accueil, l'élève doit découvrir plusieurs organisations dans lesquelles l'accueil occupe une place et une fonction différente et où l'agent d'accueil occupe des fonctions différentes et exerce de multiples activités. De même l'élève peut être placé dans des sociétés spécialisées dans l'accueil qui constituent des prestataires de services auprès d'organisations qui ne souhaitent pas assurer les missions d'accueil. En outre, le jeune peut participer, en tant qu'agent(e) d'accueil, ponctuellement à des événementiels qui lui permettent d'appréhender différemment les missions d'accueil.

10. Environnement de travail (le guide numérique du GAP sera plus complet dans sa version en ligne https://padlet.com/celine_laurence_rousseau/1rcdknl8d49v et sur <https://view.genial.ly/5c095b474acbf368ae29453e>)







Equipements classe Outils numériques **Métiers de l'accueil**

Logiciels informatiques
Applications numériques



- Gestion de dossiers visiteurs/ client,
- Gestion commerciale
- Gestion de réservation

- Enregistrements visiteurs/Impression badges
- Gestion des rendez vous
- Gestion de l'attente
- Gestion courriers, colis



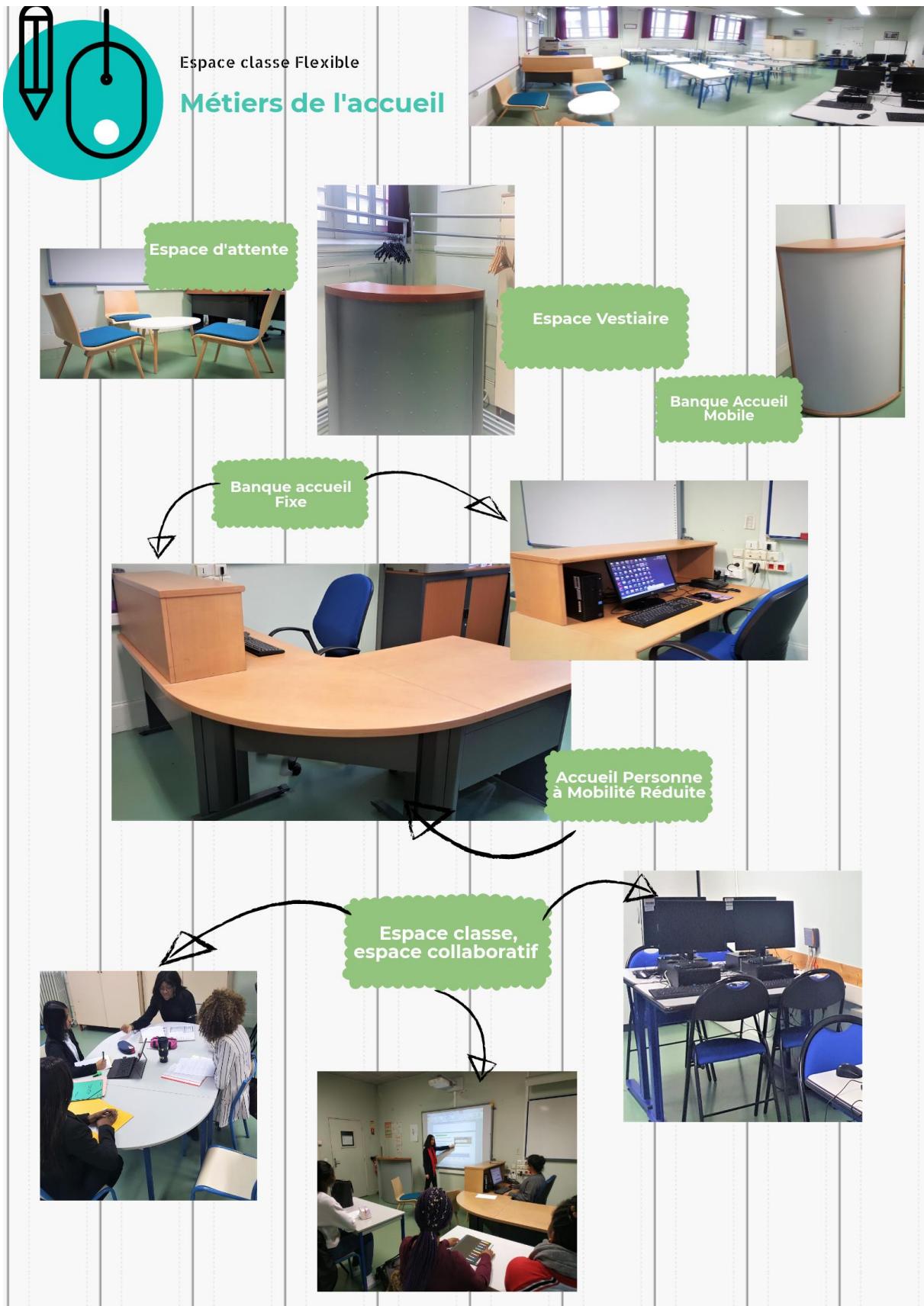
- Gestion de la communication : messagerie en ligne, appels téléphoniques, Messagerie téléphonique/ Chatbot/Réseaux sociaux/Courriels/ Sms instantanés
- Gestion d'enquête et mesure de satisfaction



- Messagerie interne, agenda électronique/partagé, Outils de planification
- Outils de recherche, stockage et partage d'informations
- Tableur, texteur, Préo/ outils de présentation en ligne

- Gestion de réservation de salles, de matériels
- Gestion de projets, visioconférence





Annexes

Annexe 1 : Quelques fondamentaux de l'accueil (notions essentielles)	
Accueil multicanal ou omnicanal	<p>Expression empruntée au Marketing multicanal, l'accueil multicanal consiste à accueillir le public ou à traiter les demandes des clients ou usagers via différents canaux, tels le face à face, le téléphone, le mail, les forums, les réseaux sociaux, etc.</p> <p>Pour une organisation, la réussite de l'accueil multicanal nécessite que la prise en charge des demandes soit cohérente et/ou complémentaire d'un canal à l'autre afin que la relation client soit préservée, quel que soit le canal utilisé.</p> <p>Source : Kotler – Keller – Manceau –Marketing Management 2015, « <i>La distribution multi-canal</i> » page 554</p>
Co-construire une solution avec le client ou l'usager	<p>Dans certaines situations complexes, le client ou l'usager est acteur dans la définition de ses besoins et dans la production de la prestation ; les interactions entre l'agent d'accueil et lui sont alors fondamentales pour parvenir à une solution adaptée.</p> <p>Source : https://www.anact.fr/file/3057/download?token=l8zad_w4</p>
Collaborer	<p>Élaboration en commun d'une solution négociée.</p> <p>On parle de travail collaboratif quand deux ou plusieurs personnes :</p> <ul style="list-style-type: none"> - échangent des points de vue sur des informations existantes - planifient et gèrent leur temps - organisent leur travail collectif - partagent de l'expérience - définissent des objectifs communs - construisent des informations ensemble - construisent des compétences ensemble <p>Source : http://eduscol.education.fr/numerique/dossier/archives/travail-apprentissage-collaboratifs/de-quoi-parle-t-on/notion-collaboratif/collaboratif-cooperatifquelle-difference</p>
Coopérer	<p>Partage des tâches entre participants d'un projet et mise en commun des éléments produits.</p> <p>La distinction entre coopératif et collaboratif s'opère en distinguant les relations qu'entretiennent chaque individu avec les membres du groupe, sa responsabilité par rapport aux actions, sa capacité à influer sur la définition et l'enchaînement des actions permettant d'atteindre l'objectif assigné au groupe.</p> <p>Source : http://eduscol.education.fr/numerique/dossier/archives/travail-apprentissage-collaboratifs/de-quoi-parle-t-on/notion-collaboratif/collaboratif-cooperatifquelle-difference</p>
Démarche de projet	<p>*</p> <p>C'est une démarche spécifique qui permet de structurer méthodiquement et progressivement une réalité à venir.</p> <p>Un projet est défini et mis en œuvre pour élaborer une réponse au besoin d'un utilisateur, d'un client ou d'une clientèle, et il implique un objectif et des actions à entreprendre avec des ressources données.</p> <p>La démarche de projet prend en compte l'élève, l'enseignant, l'entreprise (ou l'organisation). Le projet met l'élève en situation d'acteur de sa propre formation. La démarche de projet incite l'élève à la réflexion, à l'action, elle constitue pour lui un véritable challenge. Dans le contexte professionnel, la démarche de projet permet de développer chez l'élève, l'esprit d'initiative, le sens de l'organisation, la créativité, l'autonomie et la capacité à gérer son temps.</p> <p>Source : Eduscol : https://creg.ac-versailles.fr/interet-de-la-demarche-de-projet</p>

Expérience client / Expérience usager	Issue du marketing, l'expérience consiste à faire vivre au client un moment particulier dont le contexte et l'ambiance ont autant d'importance que les caractéristiques objectives du produit qu'il achète. L'expérience recoupe à la fois l'expérience d'achat sur le point de vente, l'expérience d'usage et les expériences indirectes liées aux contacts avec le produit (films...). Il s'agit ainsi d'interactions avec le client et la marque avant, pendant et après l'achat. Par extension, les administrations évaluent aujourd'hui de manière régulière la manière dont les usagers perçoivent leur expérience lors des relations avec les démarches administratives, les demandes adressées aux services des ministères, etc. Source : Kotler – Keller – Manceau –Marketing Management 2015, <i>Page 6, page 335, page 605</i> http://www.modernisation.gouv.fr/etudes-et-referentiels/etudes/la-complexite-administrative-vue-par-les-francais-étude-2016
Gestion de la relation client / usager	Ensemble des actions ayant pour objectif de collecter des informations individualisées sur les clients et de gérer avec soin tous les moments de contact avec eux en vue de maximiser leur fidélité à l'entreprise. Par extension, la relation usager poursuit les mêmes intentions et s'applique notamment aux administrations, ministères, organismes publics, etc. Kotler – Keller – Manceau –Marketing Management 2015, <i>La gestion de la relation client page 169</i> http://www.modernisation.gouv.fr/action-publique-2022/comprendre/chantiers-transverses-ap22-interview-de-thomas-cazenave
Intelligence collective	Ensemble des capacités de compréhension, de réflexion, de décision, et d'action d'un collectif de travail restreint issu de l'interaction entre ses membres et mis en œuvre pour faire face à une situation donnée présente ou à venir complexe. Source : Olfa Zaïbet Greselle (Maître de conférences en sciences de gestion) Source : http://eduscol.education.fr/cid59815/les-sciences-de-gestion-en-classe-de-premiere.html
Parcours client / Parcours usager	En marketing, le parcours client désigne à la fois le parcours type que suit un client dans sa relation et ses interactions avec une marque et une entreprise et les actions que le client mène entre le moment où il constate un besoin, celui où il passe à l'achat et le moment du post-achat (utilisation, support, avis...). Dans l'économie digitale, ce parcours client devient plus complexe, car il comprend généralement des éléments on line et off line et devient un parcours client omnicanal. Par extension, Le parcours usagers, également appelé cartographie d'expériences, est une manière chronologique de décomposer les différentes étapes du parcours des usagers. Cette méthode permet de comprendre de manière chronologique les principaux irritants rencontrés par les usagers et de travailler sur leur besoin à chaque étape du parcours de résolution de leurs besoins. Source : Philip Kotler, Marketing 4.0 – Le passage au digital 2017 http://comment-faire.modernisation.gouv.fr/tool/realiser-un-parcours-usagers/
Relation de service	Une relation de service se réalise à la faveur d'une interaction entre un salarié (ou un collectif de salariés) et un bénéficiaire, qu'il soit client d'une entreprise privée ou usager d'un service public. La relation de service comprend différentes dimensions : transactionnelle (ou technique), contractuelle et relationnelle (ou civique). Source : Mariane Cerf – Pierre Falzon – Travailler dans l'interaction, PUF – 3. <i>Le client dans la relation de service</i>
Système d'information	Un système d'information est un ensemble organisé de ressources : matériel, logiciel, personnel, données, procédures permettant d'acquérir, traiter, stocker, communiquer des informations (sous forme de données, textes, images, sons, etc...) dans des organisations. Source : Robert Reix - « Systèmes d'Information et Management des Organisations »

Annexe 2 : sujet zéro

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DE L'ACCUEIL



Le golf de Reims est ouvert 7j/7 - 363j/an (sauf le 25/12 et le 01/01) Horaires en fonction des saisons.
+33 (0)3 26 05 46 10
Rue du Château,
51390 Gueux
contact@golfdereims.com

Il est interdit aux candidats de signer leur composition ou d'y mettre un signe quelconque pouvant indiquer sa provenance.

Partie 1 - Contribuer au développement de la relation commerciale	/20
Partie 2 - Développer la satisfaction de la clientèle	/20
Partie 3 - Fidéliser les clients	/20
Partie 4 - Gérer les réclamations	/20

Présentation générale

- Le golf de Reims
- Restauration : brasserie club house du Château des Dames de France

Documents

- Document 1 Le marché du golf en France : les chiffres
- Document 2 Pourquoi le golf est en train de se démocratiser en France ?
- Document 3 Dunkerque s'engage pour plus de golf accessible au handicap
- Document 4 « Golf en ville » débarque place des Héros les 22 et 23 avril
- Document 5 Initiation au golf : la dernière séance
- Document 6 A la découverte d'une discipline en plein essor
- Document 7 L'essor du footgolf : une discipline méconnue
- Document 8 Les clubs de golf dans la région de Reims
- Document 9 : Daily Golf Reims Bezannes : le poumon vert d'une ville à naître
- Document 10 Le golf de Champagne vous accueille
- Document 11 Golf de Mennevile
- Document 12 Le golf, un sport attractif
- Document 13 Présentation de la brasserie du Château des Dames de France
- Document 14 Exemples d'outils d'administration d'enquête de satisfaction
- Document 15 Extrait des résultats de l'enquête de satisfaction

- Document 16 Présentation du système de fidélité actuel
- Document 17 Réclamation du client Phénix
- Document 18 Extrait du droit de rectification des données personnelles

Annexes à compléter et à rendre avec la copie

- Annexe 1 Note
- Annexe 2 Rentabilité carte Golfy du 01/06/17 au 01/06/18

Présentation

Le Golf de Reims se situe à Gueux. Une bulle de quiétude à deux pas du centre-ville de Reims et à 45 minutes de Paris (Gare de l'Est). Il est également proche de nombreuses villes et aéroports : 2 h 30 de Lille, 2 h 40 de Bruxelles, 130 km de l'aéroport Roissy- Charles-de-Gaulle, 150 km de l'aéroport de Beauvais, 79 km de l'aéroport de Vatry.



Le golf de Reims est un golf 18 trous faisant partie du *Golfy Club réseau* depuis 2016.

C'est un parcours d'exception au cœur de la Champagne qui permet aux débutants de prendre du plaisir très rapidement et aux bons joueurs de travailler le "petit jeu" qui est l'élément essentiel pour progresser au Golf.

Restauration : Brasserie club House¹ du Château des Dames de France,



La brasserie du Golf, installée dans le Château des Dames de France, propose une cuisine savoureuse à déguster au restaurant autour d'un grand feu ou en été à l'ombre des platanes centenaires.

Ouvert à tous et tous les jours, elle propose une cuisine authentique composée de produits frais.

Les clients peuvent également profiter d'un cadre agréable et d'une terrasse avec vue imprenable sur le golf. Contact : 03 59 61 15 89

¹ Un club-house (en français : «maison de club») désigne un bâtiment dans lequel les membres d'un club sportif ou d'un gentlemen's club se retrouvent.

Le golf de Reims est ouvert
7j/7 - 363j/an
(sauf le 25/12 et le 01/01)
Horaires en fonction des saisons.
+33 (0)3 26 05 46 10
Rue du Château,
51390 Gueux
contact@golfdereims.com



Vous êtes nouvellement employé(e) en tant qu'agent(e) d'accueil au golf de Gueux. Vous avez en charge la gestion de la relation commerciale. Dans ce cadre, vous prenez en charge quatre missions principales :

- contribuer au développement de la relation commerciale,
- développer la satisfaction de la clientèle,
- fidéliser les clients,
- gérer les réclamations.

Nous sommes le lundi 20 juin et votre responsable, M. Richard, est en séminaire toute la semaine. Il vous a laissé quelques consignes de travail pour mener à bien vos activités.



Partie 1 : Contribuer au développement de la relation commerciale

Votre tuteur vous a laissé les notes qu'il a prises lors de la réunion sur le développement de la relation commerciale du golf de Reims.



18 juin
Réunion : développement de la relation commerciale
- Prendre connaissance des documents collectés sur le marché du golf dans la région de Reims
- rédiger une note synthétique sur les points suivants :
• marché global du golf en France
 • atouts de la concurrence
 • clientèle
 • actions qui pourraient être intéressantes dans le développement de la clientèle

Document 1 : Le marché du golf en France : les chiffres

Même si en apparence il est discret, le marché du golf en France a un poids économique très important. En effet, derrière le golf il y a des infrastructures sportives et qui dit infrastructure, dit bar, restaurant, bien souvent également l'on y trouve un magasin et même un hôtel ou des chambres d'hôte, et pourquoi pas une piscine. Bref, le golf est un sport, mais c'est aussi un vrai business.

En 2015, le nombre de personnes possédant une licence pour le golf a progressé de 40 % par rapport aux chiffres de 2000. Au total, il y aurait 408 388 licenciés d'après les informations de la Fédération française de Golf. C'est ainsi que, doucement, mais assurément, le golf est devenu le quatrième sport individuel des Français.

Le nombre d'équipements golfiques, c'est-à-dire les lieux en France où l'on peut aller jouer au golf s'élève à environ 730.

La Fédération française de Golf a récemment exprimé le souhait d'atteindre les 700 000 licenciés dans le pays à l'horizon 2018.

<https://www.etudes-et-analyses.com/blog/decryptage-economique/marche-golf-france-chiffres-16-11-2016.html>

Document 2 : Pourquoi le golf est en train de se démocratiser en France ?

Le Salon du golf ouvre ses portes ce samedi à Paris porte de Versailles. Un sport qui autrefois ciblait une clientèle aisée et qui tend à se démocratiser.

Le golf est devenu un sport de plaisir. Il y a de plus en plus de golfs pour le grand public, avec des journées portes ouvertes ou des offres de bienvenue qui brisent cette image fermée des clubs house.

C'est cher, toujours, mais les professionnels le disent : les prix vont baisser, car de plus en plus d'infrastructures sont en train de se monter partout en France.

<http://www.europe1.fr/economie/pourquoi-le-golf-est-en-train-de-se-democratiser-en-france-2999456>

Document 3 : Dunkerque s'engage pour plus de golf accessible au handicap

Démocratiser le golf, y compris pour le handicap ? La démarche prend forme du côté de Dunkerque, où le club local Blue Green et la CUD (Communauté urbaine de Dunkerque) ont signé une convention de partenariat sur trois ans, le 13 mai 2017. Une nouvelle collaboration qui vise à « *organiser des rencontres internationales et des événements handigolf sur le site dunkerquois* », explique Patrice Vergriete.

Une mobilisation qui pourrait inspirer d'autres clubs ?

<https://informations.handicap.fr/art-handigolf-dunkerque-865-9871.php>

Document 4 : « Golf en ville » débarque place des Héros les 22 et 23 avril

Jouer au golf sur la place des Héros ? Ce sera possible les 22 et 23 avril. En partenariat avec la ville d'Arras notamment, le golf d'Arras se lance dans une grande opération de promotion de ce sport encore un peu feutré, même si de nombreux efforts ont été réalisés, depuis plusieurs années, pour le démocratiser et le rendre accessible à tous. L'opération est donc destinée au grand public et de nombreux stands attendront ceux qui veulent découvrir par exemple le matériel du golfeur ou taper la petite balle. Un parcours, en plusieurs étapes, sera proposé à chaque personne qui veut tenter l'aventure, et des lots, offerts par les commerçants arrageois, récompenseront les meilleurs résultats.

<http://www.lavoixdunord.fr/143241/article/2017-04-04/golf-en-ville-debarque-place-des-heros-les-22-et-23-avril>



Document 5 : Initiation au golf : la dernière séance

Cette année, les élèves de CM2 de l'école Dupont de l'Eure ont eu la chance de pouvoir bénéficier d'un cycle d'initiation au golf. « Les élèves bénéficient de cours de golf gratuits offerts par l'Association Sportive (AS) du Champ de Bataille » explique Mme Speziani, bénévole de l'AS, « Ces cours leur sont offerts pour les sensibiliser à ce sport qui a encore une image vieille et trop stéréotypée.

https://actu.fr/normandie/sainte-opportune-du-bosc_27576/initiation-au-golf-la-derniere-seance_9704710.html

Document 6 : À la découverte d'une discipline en plein essor

Le Daily Golf de Reims-Bezannes avait fait le plein ce samedi après-midi. Non pas de golfeurs, mais d'amateurs de footgolf, une discipline en plein essor. 166 participants ont donc appliqué le dress code (bermuda-polo) pour prendre part au trophy qui mêlait joueurs expérimentés.

<http://www.lunion.fr/39476/article/2017-07-08/video-la-decouverte-d'une-discipline-en-plein-essor>

Document 7 : L'essor du footgolf : une discipline méconnue

Le FootGolf est un hybride entre deux sports, le foot et le golf. Il s'agit d'un sport de précision qui reprend les règles du golf, à savoir envoyer une balle dans un trou en frappant le moins de coups possible. La différence réside dans le fait que l'on frappe avec les pieds dans un ballon de taille 5 en visant un trou de 55 cm de diamètre.

Une discipline en plein développement

Le FootGolf utilise une recette simple pour amener une nouvelle clientèle vers les clubs de golf. Il s'agit de combiner un sport populaire sur le terrain d'un sport plus élitiste.

<http://www.apprendre-le-golf.com/insolite/lessor-du-footgolf>



Document 8 : Les clubs de golf dans la région de Reims



Document 9 : Daily Golf Reims Bezannes : le poumon vert d'une ville à naître

Le DailyGolf de Reims Bezannes est situé à 10 minutes du centre ville de Reims, accessible en tramway. Placé au cœur du Parc d'Affaires de Bezannes, à proximité de la Gare TGV Champagne-Ardenne, le DailyGolf de Reims Bezannes se trouve à 40 minutes de la Paris-Gare de l'Est. L'accès en voiture est facile, le parking conséquent.

Le mot d'ordre, c'est l'accueil, et ses dérivés : découverte, dynamisme, facilités, encouragements, convivialité : objectif zéro complexe, zéro barrière, que des progrès. Avec même une note féminine, apportée par Mathilde à la réception. Même le choix des couleurs (rouge et vert) est fait pour donner de l'entrain aux plus timides.

72 % de la clientèle à moins de 55 ans. La moitié des étudiants du CREPS fréquente l'endroit. D'où une ambiance sportive et tonique palpable dès les premiers pas dans le club house (où l'on peut se restaurer ou se reposer),

En famille, entre amis, le Daily golf de Reims-Bezannes vous accueille selon vos disponibilités chaque semaine, pour une initiation gratuite en compagnie des moniteurs. Chaque séance dure 2 heures, pendant lesquelles vous découvrez les bases du golf.

Cours de golf à volonté ! Les mérites du « Forfait INFINITEE » ne sont plus à vanter dans son rapport qualité-prix. Cette offre comprend donc des cours de golf à volonté dans la limite d'1 h/jour en cours collectif de 8 personnes maximum (il suffit de s'inscrire).

18 TROUS

Sémaine » 21 € / WE » 27 €

9 TROUS

Sémaine » 12 € / WE » 15 €

<http://www.ffgolf.org/Clubs/Petites-Structures/Daily-Golf-Reims-Bezannes-le-poumon-vert-d'une-ville-a-naître>

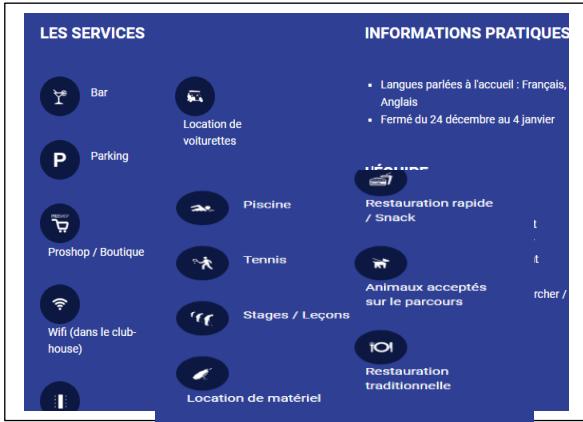
Document 10 : Le Golf de Champagne vous accueille

À moins d'une heure de Notre-Dame de Paris, à une minute de la sortie d'autoroute Dormans-Epernay, Le Golf de Champagne, sur un dessin de Jean-Claude Cornillot, s'insère dans 70 hectares de vallons et de plaines serpentés par des cours d'eau (appréciés des pêcheurs) et bordés de bois de chênes, frênes, pins...

La nature nous ayant offert un si beau site, nous l'avons respecté afin que plaisir du jeu soit aussi plaisir des yeux.

Tarifs : semaine 50€ week-end 65€ <http://www.golf-de-champagne.com/fr/accueil>

Document 11 : Golf de Mennevile



Ce parcours original 9 trous conçu par l'architecte Michel Gayon autour de deux plans d'eau, à la lisière des grandes cultures champenoises, offre un ensemble très soigné, avec d'excellents greens rapides, dans un environnement naturel arboré, fleuri, fréquenté par des oiseaux aquatiques. Sa configuration variée, bien adaptée aux gammes du débutant, contribue aussi par quelques difficultés techniques au perfectionnement des plus exigeants.

Tarifs : semaine 30 week-end 41 <https://www.golfy.fr/fr/golfs-reseau-golfy/224/golf-de-mennevile/>

Document 12 : le golf, un sport attractif

En France, 64 % sont des hommes, les femmes représentent 27 % et les moins de 18 ans 9 %. L'âge moyen du pratiquant est de 47 ans. Souvent « ancien sportif », passé par un sport collectif de 15 à 30 ans, puis le tennis, le VTT, ou le Trial de 30 à 40 ans, il retrouve dans le golf, un sport où le physique est soumis à moins rude épreuve, les bobos articulaires de la quarantaine sont protégés. La marche est souvent conseillée pour les problèmes cardiaques. Compétiteur dans l'âme, il retrouve un sport technique où il peut progresser pendant de nombreuses années. Autre avantage : la pratique et les systèmes de calculs des points (handicap) permettent de jouer avec tout le monde quels que soient l'âge, le sexe ou le niveau de jeu, il peut donc se pratiquer en famille.

De même, peu importe le nombre de joueurs : une partie peut être faite seul, à deux, trois, quatre joueurs voire plus dans certains cas.

Bien que souvent attaché à son club, où il retrouve une famille et des amis, le golfeur aime aussi découvrir d'autres parcours, car un attrait particulier du golf est qu'il se pratique sur des terrains, des paysages, des climats extrêmement variés : aucun trou de golf dans le monde n'est identique.

Outre l'aspect touristique et la découverte d'une nature différente qui sont souvent des choix prioritaires pour le golfeur, il faut à chaque coup, analyser l'architecture du trou, obstacles, pentes, qualité des gazons ou du sable, dessin du green et les conditions climatiques, vent, humidité, altitude. Les golfeurs deviennent donc des joueurs « itinérants » pour leurs vacances, leurs week-ends, mais aussi dans leur travail par le choix de lieu de séminaires, d'invitations commerciales ou de marketing et sponsoring.

<http://www.golf-dromeprovencal.com/savoir-golf/>

Annexe 1 : Note

	Note interne	Date :
De :	A :	
Concerne :		



Partie 2 : Développer la satisfaction de la clientèle

Votre responsable a observé une baisse significative de la fréquentation de la brasserie du golf par rapport à l'année précédente. Par courriel, il vous demande d'analyser les causes de cette perte de chiffre d'affaires.

Document 13 : Présentation de la brasserie du Château des Dames de France



CHÂTEAU DES DAMES DE FRANCE Membres et simples visiteurs pour un moment de détente culinaire, dans un cadre unique, que ce soit à l'intérieur, dans le club house ou sur la terrasse donnant sur l'étang et ses grands espaces.

Une cuisine variée

La carte, très variée, change toutes les semaines en fonction des produits de saison et des arrivages afin de toujours surprendre les habitués et ravir les clients de passage. Le menu réserve une cuisine à la fois familiale et raffinée.

Pour vos événements personnels

Pour les occasions exceptionnelles Cristina concocte un menu sur mesure et répond aux demandes spécifiques pour que la fête soit une réussite.

D'après <http://golf-de-reims.com/club-house/restaurant/>

Document 14 : Exemples d'outils d'administration d'enquête de satisfaction

Outil 1



Outil 2



Outil 4



Outil 5



Document 15 : Extrait des résultats de l'enquête de satisfaction

➤ Avis général des clients

Une cuisine simple de Brasserie, dans un cadre idyllique, carte réduite, mais tout est fait maison

Très beau cadre dans un château, décoration intérieure et extérieure magnifique, service soigné, amabilité des serveurs, prix raisonnable, belles promenades à faire lorsqu'il y a beau temps.

Accueil à revoir, les plats commandés étaient en rupture. La décoration est soignée, mais pas assez chaleureuse.

➤ Avis des clients sur le personnel d'accueil et de service

Critères	Très insuffisant	Insuffisant	Satisfaisant	Très satisfaisant
Amabilité	10 %	10 %	70 %	10 %
Écoute	5 %	3 %	30 %	62 %
Professionalisme	8 %	4 %	26 %	62 %
Qualité des informations transmises	5 %	7 %	10 %	78 %

➤ Avis des clients sur la décoration

	Très insuffisant	Insuffisant	Satisfaisant	Très satisfaisant
Fleurs dans la salle	10 %	15 %	15 %	60 %
Vaisselle	0 %	0 %	3 %	95 %
Mobilier	0 %	0 %	2 %	98 %
Avis global	4 %	6 %	10 %	80 %

➤ **Avis des clients sur la gastronomie**

Critères	Très insuffisant	Insuffisant	Satisfaisant	Très satisfaisant
Choix	20 %	35 %	36 %	9 %
Goût	0 %	3 %	15 %	82 %
Quantité	0 %	0 %	9 %	91 %
Prix	5 %	4 %	81 %	10 %



Partie 3 : Fidéliser les clients

Il est 16 h, vous prenez connaissance d'un nouveau message laissé par M. Richard au sujet de la carte de fidélité.



Bonjour,

M. Richard à l'appareil. Je viens d'avoir un appel de notre directeur, il s'interroge sur la carte de fidélité Golfy qui a été mise en place il y a un an. Je souhaite que vous analysez et commentiez les retombées commerciales de cet outil de fidélisation entre le 1^{er} juin 2017 et le 1^{er} juin 2018

Vous proposerez un autre outil de fidélisation à mettre en place.

Bonne journée

Document 16 : Présentation du système de fidélité actuel



Depuis plusieurs mois, notre golf a rejoint le réseau Golfy, regroupant à ce jour près de 160 golfs en France et à l'étranger.

La carte Golfy n'est pas simplement une carte de réduction, c'est aussi un programme de fidélité grâce au cumul de Yards.

Comment les obtenir ?

Lorsque vous effectuez un achat au sein de votre golf ou dans l'un des golfs du réseau, il vous suffit de présenter votre ticket de caisse à l'accueil, vos Yards seront alors crédités sur votre espace personnel.

Prestations	Yards
Green-fees *	1 € dépensé = 10 yards
Hébergement, Spa, enseignement	1 € dépensé = 5 yards
Restaurant, magasin, location de voiturette	1 € dépensé = 2,5 yards
Voyages et coffrets avec Havas voyage	1 € dépensé = 5 yards
<i>15 euros d'achat minimum</i>	

* Green-fee = droit de jeu

Point fidélités	Cadeaux	Valeur unitaire
5 000 Yards	1 green-fee	12 €
6 000 Yards	1 green-fee 18 trous sur Golfy 9	50 €
7 000 à 10 000 Yards	1 green-fee 18 trous sur un parcours Golfy Course	70 €
16 000 Yards	2 heures de cours individuel avec un enseignant	100 €
+ de 16 000 yards	2 nuits d'hôtel au Novotel Tinqueux	230 €

<http://golf-de-reims.com/873-2/>

Annexe 2 : Rentabilité carte Golfy du 01/06/17 au 01/06/18

Cadeaux	Quantité délivrée sur la période	Total en €
1 Green-fee	70	
1 Green-fee 18 trous sur Golfy 9	54	
1 Green-fee 18 trous sur un parcours Golfy Course	30	
2 heures de cours individuel avec un enseignant	24	
2 Nuits d'hôtel au Novotel Tinqueux	10	
Total	188	

Nombre de clients encartés	Dépenses moyennes mensuelles des clients non encartés en €	Dépenses moyennes mensuelles des clients encartés	Ecart en pourcent	Total des bénéfices en euros
160	56 000	80 000 €		
Analyse des résultats :				
Autre outil de fidélisation :				

Partie 4 : Gérer les réclamations

À la demande de monsieur Richard vous consultez les réclamations des clients déposées sur la plateforme en ligne prévue à cet effet. Puis, vous traitez ces demandes en proposant des solutions adaptées et en respectant la réglementation.



Document 17 : Réclamation du client Phénix

Vos coordonnées

Monsieur

Phenix

Louis

phenix.louis@gmail.com

0326989213

Madame, monsieur,

J'ai déménagé il y'a déjà plus d'un an et à cette occasion j'ai résilié mon adhésion à vote Golf. Or, à ce jour je continue de recevoir des offres promotionnelles par courriel et SMS. Je vous demande donc d'y remédier au plus vite et de supprimer mes informations personnelles de votre base de données.

Cordialement,

Nombre de caractères restants : 663 / 1000

Droit de rectification

Toute personne peut faire rectifier, compléter, actualiser, verrouiller ou effacer des informations la concernant lorsqu'ont été décelées des erreurs, des inexactitudes ou la présence de données dont la collecte, l'utilisation, la communication ou la conservation est interdite.

<https://www.cnil.fr/fr/definition/droit-de-rectification>

Annexe 3 : exemple de support de suivi des activités

Rubriques

1- L'organisation

- Identification
- Ses principales activités
- Structure

2- Ma place et mon rôle dans l'organisation

- a. Service
- b. Missions confiées

3- Situation de travail

- a. Contexte
- b. Problématique / objet de travail
- c. Acteurs internes et acteurs externes concernés

4- Démarches et activités conduites

5- Outils et supports mobilisés

6- Savoirs associés à l'action

7- Obstacles et/ou complexité rencontrés

8- Résultat(s) obtenu(s)

Compétences mobilisées

Bloc de compétences 1	Compétences mobilisées en situation
1.1 Gérer simultanément les activités	
Recenser et prioriser les activités	
Organiser ses activités en coordination avec l'équipe	
Repérer et gérer les aléas	
1.2 Prendre contact avec le public	
Identifier le public et repérer ses caractéristiques	
Recevoir le visiteur	
1.3 Identifier la demande	
Appréhender la demande du public	
Apprécier la complexité de la demande	
Interagir pour préciser la demande	
1.4 Traiter la demande	
Identifier et mobiliser les ressources utiles	
Apporter une réponse adaptée	
Construire une réponse personnalisée en termes d'orientation, d'information, de conseils et d'accompagnement	
1.5 Gérer les flux	
Identifier les paramètres générant du flux	
Mesurer l'impact du flux sur l'attente	
Repérer les signes de tensions générées par l'attente	
Accompagner l'attente du public	
Hiérarchiser les activités pour organiser l'attente	
1.6 Gérer les conflits	
Repérer les signes de tension susceptibles de déboucher sur un conflit	
Interagir pour désamorcer la tension, le conflit	
Mettre en œuvre les solutions pour résoudre le conflit	

Bloc de compétences 2	Compétences mobilisées en situation
2.1 Gérer l'information	
Repérer les sources d'information	
Contrôler l'information	
Actualiser une base de données	
Sélectionner l'information utile au service	
Mutualiser l'information nécessaire à la continuité du service	
Rendre compte de l'activité	
2.2 Gérer des prestations internes et externes	
Identifier les prestations inhérentes aux activités d'accueil	
Formaliser une demande et/ou une offre de prestations	
Assurer le suivi d'une prestation	
Mesurer la qualité des prestations et proposer d'éventuelles améliorations	
2.3 Contribuer à la mise en œuvre de projet lié à l'accueil	
Appréhender les enjeux du projet	
Participer à la réalisation et à la coordination du projet	
Analyser la qualité de la contribution et transmettre les résultats au porteur du projet	

Bloc de compétences 3	Compétences mobilisées en situation
3.1 Contribuer au développement de la relation commerciale	
Identifier les supports utiles à la relation commerciale	
Repérer les caractéristiques du public	
Appréhender l'offre de l'organisation	
Situer l'offre de l'organisation sur son marché	
Contribuer à l'amélioration de la connaissance du public	
3.2 Satisfaire et fidéliser le public	
Co-construire avec le public la solution adaptée à ses besoins	
Finaliser la relation commerciale	
Contribuer à la satisfaction et à la fidélisation	
22	
Mesurer l'efficacité des actions de fidélisation	
3.3 Gérer les réclamations	
Recueillir les réclamations	
Interagir pour comprendre les motifs de réclamation	
Apporter une réponse à la réclamation et/ou au mécontentement	
Rendre compte des situations rencontrées	

Annexe 4 : Extrait de l'étude d'opportunité sur les métiers de l'accueil

I. L'accueil, des métiers en pleine évolution

Apparus dans les années 70, les métiers relatifs à l'accueil se sont considérablement complexifiés et professionnalisés.

L'accueil est une fonction de plus en plus exigeante. En 2016, l'accueil se trouve au cœur de « l'ambition d'excellence de la relation client »² en France. Les entreprises (au sens large : organisations publiques et privées) et leurs salariés sont de plus en plus conscients de l'impact de leurs relations quotidiennes avec toutes les parties prenantes (en particulier clients et usagers) sur l'image de marque de leur organisation, mais aussi parfois au-delà (d'un ensemble d'organisations ; d'une institution ; d'un territoire, ville, agglomération, département, région ; et aussi de la France).

Contrairement à la plupart des autres pays, en France, les activités de sécurité sont séparées des autres prestations, dont l'accueil, depuis 1983. L'Article L612-2 du code de sécurité intérieure, créé par l'ordonnance n°2012-351 du 12 mars 2012 (en remplacement de la loi du 12 juillet 1983) – stipule que l'exercice d'activités privées de sécurité est exclusif de toute autre prestation de services non liée à la surveillance, au gardiennage ou au transport de fonds, de bijoux ou de métaux précieux. Les entreprises de prestations de services d'accueil ne proposent donc pas de prestations de sécurité.

L'externalisation de la fonction « Accueil » s'est poursuivie ces dernières années et continue son expansion. C'est dans ce contexte fort que les professionnels ont élaboré un livre blanc de l'accueil en 2016³.

Tous les secteurs d'activité et tous les types d'organisations sont concernés par cette problématique. Le marché de l'accueil (externalisé) et l'importance prise par la fonction dans toutes les organisations en relation avec du public (dont les services de l'État et les collectivités territoriales) ont poursuivi leur progression et leur engagement dans la qualité des services rendus au public accueilli.

La norme AFNOR NF Service en prestations d'accueil sur site et événementielles a été initiée en 2005. La charte Marianne est créée la même année par l'État pour améliorer la qualité des services publics. En 2013, le référentiel Marianne succède à la charte Marianne. Il comporte des engagements précis qui sont évalués régulièrement. Par exemple le baromètre 2016 montre les progrès opérés sur les dernières années dans l'accueil des services de l'État. L'Afnor, à partir du référentiel Qualiville (intégrant les référentiels Marianne et Accueil Service Public Local), établit depuis 2012 un baromètre de la « qualité de l'accueil et relations aux usagers » pour

² Dans le préambule de « Accueil 2020 », d'Éric Lestanguet, président de l'INRC, Institut National de la Relation Client

³ Accueil 2020, édition 2016

les collectivités (villes de plus de 5000 habitants). La mise en œuvre de diverses démarches qualité, normées ou non, atteste de la place accordée à l'accueil, ces dernières années, dans la stratégie des entreprises, administrations et autres organisations.

La qualité de l'accueil est aussi très impactée par le développement numérique et la digitalisation de la société.

Tout ceci a des effets sur les compétences attendues des personnes en charge de l'accueil et leur niveau de qualification.

1) La diversité des métiers de l'accueil et des structures faisant appel à ces métiers

Les lieux d'accueil des publics sont très variés. Nos investigations auprès des responsables de structures et des salariés (anciens élèves notamment) ont confirmé cette étendue et montré des évolutions intéressantes.

Les métiers de l'accueil se retrouvent sous diverses appellations : agent.e d'accueil, agent.e d'information, chargé.e d'accueil, hôte.sse d'accueil, hôte.sse de tourisme, réceptionniste, standardiste et chargé.e de la relation à l'usager. On trouve souvent des extensions à ces appellations, telles que : hôte.sse d'accueil et de caisse, hôte.sse d'accueil et de vente, agent.e d'accueil et d'information, agent.e d'accueil polyvalent, etc. Cette évolution des dénominations traduit plus profondément une tendance à l'enrichissement des activités d'accueil que ce soit dans la qualité de la relation avec le public accueilli, dans la diversité des prestations à fournir et les réponses à apporter. Il devient difficile de catégoriser les métiers de l'accueil. Les frontières tendent à s'estomper par exemple entre l'accueil fixe (derrière un comptoir) et itinérant, entre l'accueil sédentaire et événementiel, entre l'accueil physique et à distance (multicanal). L'accueil en entreprises, dans les organisations publiques ou dans les associations consiste principalement à assurer l'accueil physique et multicanal. Cette activité est plus ou moins spécialisée selon les flux et la typologie des publics. Cependant, les professionnels sont unanimes pour dire que la partie moins visible du métier s'amplifie et s'enrichit pour atteindre parfois plus de cinquante pour cent du temps (par exemple les tâches administratives). L'accueil événementiel (salons, congrès, spectacles, séminaires, manifestations diverses) peut être spécialisé (prestataires, organismes ou entreprises spécialisés) ou confié ponctuellement au personnel en charge de l'accueil. Les métiers de l'accueil se trouvent dans de très petites structures avec quelques salariés comme dans de très grands groupes, dans des entreprises de production et/ou de services, dans des secteurs d'activité de tout type. Nous pouvons citer les domaines que nous avons pu explorer lors de nos visites et entretiens sur place : le tourisme et l'hôtellerie, l'enseignement et la formation, la santé et le sanitaire et social, la vente et la réparation automobile, la grande distribution, l'événementiel (palais de congrès), les collectivités locales (régions, mairies), la culture et les loisirs (musées, salles de spectacles, de grande et petite taille, des salles de sport), les transports, les administrations publiques, des professions libérales (office notarial), etc. Les PME ont

de plus en plus recours aux entreprises prestataires (c'est un marché en développement) et ont développé des organisations internes mieux structurées pour l'accueil.

2) Le marché de l'accueil en entreprise poursuit son développement (quantitatif et qualitatif)

L'externalisation de la fonction accueil par les entreprises de grande taille a débuté dans les années 90 et se poursuit actuellement pour concerner tous les types de structures.

Les 45 adhérents du SNPA (Syndicat National des Prestataires de Services d'Accueil, d'Animation et de Promotion des Ventes) représentent la quasi-totalité du marché de l'accueil en entreprise (prestashops). La création du SNPA en 1992 a permis la mise en œuvre d'une convention collective du personnel des prestataires de services du secteur tertiaire (création le 13 août 1999, dernière modification le 8 juillet 2014) afin de donner aux salariés des garanties pour leur activité et métier. Aujourd'hui, 88% des salariés des prestataires sont en contrat à durée indéterminée. Les entreprises clientes ont pu obtenir de meilleures garanties de qualité avec la certification NF Service (publiée au journal officiel le 9 mars 2004) et toutes les autres normes développées par la suite. Le référentiel Marianne poursuit l'amélioration de la qualité de l'accueil et du service rendus aux usagers dans les services de l'État avec 12 engagements (référentiel 2016) régulièrement évalués et en progression constante. « Ce sont les véritables garants dans la durée d'un standard de la qualité de l'accueil et d'une relation de confiance entre l'usager et l'administration »⁴.

Aujourd'hui le marché de l'accueil en entreprise est estimé à 440-460 millions d'€. Il a connu une croissance de 6%, ces dernières années. Cette croissance devrait se poursuivre au moins au même rythme grâce au développement de l'externalisation de l'accueil dans les PME et du secteur non-marchand. Le potentiel du marché est estimé à 1,2 à 1,6 milliard d'€.

Les prestataires sont sur un marché très concurrentiel. Ils ont su s'adapter aux évolutions des métiers de l'accueil, parfois en se spécialisant, en innovant ou simplement en engageant des politiques de recrutement et de formation répondant aux exigences des clients. Le marché reste très concentré (les 3 leaders se partagent 70% du marché), même s'il a pu se développer dans les autres régions que l'Ile-de-France (75% du marché).

La clientèle est très exigeante sur la qualité de service (augmentation) et le prix (baisse). Viennent ensuite la faiblesse du turn-over chez le prestataire, sa réputation et la qualité de la formation et des qualifications de ses salariés. D'où, l'intérêt que le SNPA a porté à notre étude en s'y associant dès le début de nos travaux. Les clients

⁴ « Accueil 2020 » propos de Serge MARIE, Directeur de la rédaction du guide Facilities®

demandent aux prestataires un engagement total dans leur chaîne de services. Ils doivent intégrer les services du client dans leur offre de prestation.

3) La digitalisation enrichit et réinterroge la relation humaine

L'informatisation et l'automatisation sont en plein essor. Les clients et usagers sont de plus en plus autonomes et souvent peuvent se contenter d'un accueil à distance, en ligne ou sur une borne interactive pour répondre à leur besoin. L'accueil physique sera, dans ces cas, réduit aux personnes moins autonomes (qui viendront directement faire leur demande à l'accueil de l'organisation) ou à des publics qui n'auront pas obtenu de réponse à distance, sachant qu'il y aura toujours une partie d'accueil physique impondérable selon les organisations. La relation devient dans ce contexte plus complexe et riche. Le personnel d'accueil a une compétence élargie, car il doit à la fois savoir répondre aux sollicitations qui pourraient être traitées sans lui via l'informatisation ou l'automatisation et à celles pour lesquelles il n'y a pas de réponse par ce canal. De même, très souvent, il sera le mieux placé pour enrichir une partie du système d'information mis à disposition du public.

Les robots, bornes interactives, les applications sur smartphones, les tablettes, les visio-guides, ...permettent de prendre en charge une partie du public. L'automatisation totale de l'accueil est un scénario souvent évoqué comme irréaliste par les professionnels, mais qui nécessitent des évolutions fortes de l'accueil dans ses dimensions technologiques et humaines. L'automatisation peut facilement prendre en charge les parties les plus « procédurées » de l'accueil, mais aussi répondre à de nouveaux besoins de services selon les secteurs d'activité. La formation actuelle au baccalauréat ARCU est souvent jugée, par les enseignants, insuffisante quant à la prise en compte de l'évolution digitale, notamment celle des réseaux.

Plus la digitalisation est développée et plus il est nécessaire de recréer du lien et du service et de se centrer sur l'image de marque. Il faut recréer de « l'enchantement », du lien émotionnel (ce sont des demandes explicites de la part des clients des prestataires).

4) L'accueil comme fonction stratégique

Les professionnels rencontrés, malgré leur diversité, sont tous très attachés à l'image que renvoie le personnel chargé de l'accueil. Pour ceux qui accueillent un public étranger, ils mettent en avant une fonction stratégique qui va au-delà de leur organisation, celle de l'image même de la France. Le personnel en général, et celui de l'accueil en particulier, a une fonction essentielle dans la promotion du service ou produit. Toute relation humaine a un impact sur l'image de marque et donc l'efficacité économique de l'organisation. L'accueil (physique et à distance, téléphonique, web, etc.) est « la première image de l'organisation ». Beaucoup de professionnels insistent sur l'idée de la première impression donnée à la personne accueillie. La première impression doit être soignée, car elle est déterminante pour la relation future (commerciale ou non). Cette question est aussi prégnante pour les prestataires dont

le personnel doit à la fois représenter leur entreprise et l'entreprise cliente. La relation d'accueil est donc source de valeur et de qualité de service qu'il soit public ou non. L'accueil est donc lié directement à la relation client/usager. Des démarches qualité ont été mises en œuvre dans beaucoup d'organisations pour une amélioration continue de l'accueil. Ainsi, le secrétariat général de la modernisation de l'action publique vient de publier le baromètre 2016 de la qualité de l'accueil dans les services de l'État. Ce baromètre montre que les politiques d'amélioration de l'accueil et de services rendus aux usagers ont porté leur fruit et poursuivent leur avancée. La dimension stratégique de l'accueil s'est donc considérablement renforcée, ces dernières années. Les professionnels rencontrés sont unanimes sur l'importance stratégique de l'accueil, quel que soit leur domaine d'activité et donc sur la nécessité de professionnaliser les personnels.

5) Un niveau de compétence attendu plus important avec un périmètre d'activités plus étendu

Quels que soient la structure et l'employeur, le niveau de compétence est plus exigeant si on veut que le personnel d'accueil participe activement à la valorisation de l'image de marque et qu'il puisse s'adapter à la diversité des publics, à l'évolution des technologies et de la stratégie de l'entreprise.

La qualité de la relation fait partie des avantages concurrentiels. Il faut savoir vendre « l'image de marque ». La maîtrise des compétences comportementales (le savoir-être est souvent cité en premier quand on interroge sur les compétences) et relationnelles (communication orale, écrite, non verbale) sont indispensables pour fournir une réponse adaptée et personnalisée au client/usager. La communication et l'argumentation sont au cœur des métiers de l'accueil. De même, la gestion des comportements spécifiques (agressivités, incivilités) fait appel à des compétences relationnelles de médiation s'inscrivant dans des contextes très variables dans l'espace et le temps. Les attitudes attendues par les professionnels rencontrés sont principalement, l'aisance relationnelle (le goût du contact), l'écoute, la diplomatie, la courtoisie, la discrétion, la vigilance (prévention sécurité), le sens du service et la maîtrise de soi (gestion de son stress et celui des personnes accueillies). On attend donc de l'adaptabilité, de la réactivité voire de la proactivité (anticipation).

L'accueil nécessite aussi :

- une bonne culture générale (on retrouve cet aspect de manière marquée auprès des anciens élèves et dans les analyses du travail menées pour notre groupe)
- la maîtrise de langues étrangères et une adaptation multiculturelle
- la maîtrise des technologies (les outils bureautiques, les systèmes d'information internes, l'Internet, les réseaux, les outils interactifs, etc.)

Au-delà de ces compétences cœur de métier, la tendance à la diversité et l'augmentation des tâches périphériques à accomplir demandent une polyvalence accrue, avec une plus grande part d'initiative et un travail en équipe.

Ces activités complémentaires s'élargissent et demandent d'autres compétences spécifiques, voire de haut niveau. Il peut s'agir :

- des activités administratives : classement, traitement de courriers (et courriels), mise à jour de fichiers et d'espaces numériques, gestion d'agendas, gestion de dossiers plus ou moins complexes, réservation d'hôtels, de billets de transport, de taxis, organisation de réunions, séminaires, etc.
 - des activités commerciales : tenue de caisse, établissement de documents commerciaux plus ou moins complexes, mis en valeur de l'offre, vente, etc. Au-delà de ces aspects techniques de la relation client, on attend des compétences de « communication-marketing », à savoir, être capable de vendre l'image. Cette facette « ambassadeur » des métiers de l'accueil est très exigeante en termes de compétences. Le public attend plus qu'une relation, il faut lui donner ou vendre une expérience.
 - des activités d'animation : accueil événementiel, gestion de stands, organisation et animation d'événements, etc.
 - des activités logistiques : gestion de badges, gestion des espaces de travail (salles), activités de conciergerie (Facility Management), etc.

Les professionnels ont conscience que ces développements nécessitent des niveaux de qualification plus élevés qui ne correspondent pas pour autant aux évolutions salariales

