

**PORTFOLIO DE COMPETENCES**

**CAP EPC**

**EQUIPIER POLYVALENT DU COMMERCE**

|  |  |
| --- | --- |
| NOM :PRENOM :SESSION : | ETABLISSEMENT :  |

***Préambule***

Tout au long de votre formation, vous allez constituer votre portfolio. Afin de bien comprendre son utilité, lisez les explications ci-dessous.

**QUOI ?** ***Qu’est-ce qu’un portfolio ?***

Il s’agit d’un dossier personnel numérique et/ou papier dans lequel vous allez collecter un certain nombre de travaux professionnels. Ces travaux professionnels devront être des activités significatives.

**QUI ? *Qui est concerné ?***

TOUS les élèves/candidats préparant le CAP EPC Equipier Polyvalent du Commerce.

**OU ?** ***Où sera stocké/rangé le portfolio ?***

Le portfolio papier est rangé dans l’armoire de la classe.

Le portfolio numérique est stocké dans le serveur interne du lycée.

**QUAND ?** ***Quand réaliser le portfolio ?***

TOUT au long de l’année, après chaque scénario et durant ou après les PFMP.

**COMMENT ?** ***Comment composer son portfolio ?***

Le portfolio rassemble tous les comptes-rendus d’activités qui sont puisés dans vos expériences personnelles et professionnelles (= vécues en entreprise) et tout au long de votre formation au lycée.

Grâce au portfolio, vous pourriez :

* vous présenter ;
* visualiser vos progrès, vos points forts et vos réflexions ;
* avoir un certain nombre de travaux significatifs qui serviront aussi à la validation des compétences

**COMBIEN ?** ***Combien de comptes-rendus d’activité sont exigés ?***

Chaque élève/apprenti présentera dans son portfolio à minima **9 activités significatives** réalisées tout au long de son parcours de formation de la seconde à la Terminale.

* 3 qui relèvent du bloc 1 : Recevoir et suivre les commandes
* 3 qui relèvent du bloc 2 : Mettre en valeur et approvisionner
* 3 qui relèvent du bloc 3 : Conseiller et accompagner le client dans son parcours d’achat

**POURQUOI ?** ***Quel est objectif du portfolio ?***

L’objectif premier du portfolio est de centraliser vos travaux professionnels (activités significatives) qui permettront à vos enseignants de vous positionner sur l’acquisition (ou non) des compétences dans le cadre de votre formation.

Quelles sont les activités significatives réalisées en **établissement scolaire** ou centre de formation ?

*(liste non exhaustive)*

 Comptes-rendus d’activité

 Supports numériques

Ex : diaporama ou autres outils de présentation…

 Supports de communication visuelle

Ex : flyers, logo, communication réseaux sociaux, carton d’invitation VP, Annonces sur réseau…

 Vidéos, capsules audios

 Interview

 Organigramme

 Mise à jour d’un site web

 Réalisation d’une plaquette commerciale

 Rédaction d’une lettre ou d’un mail

 Autre document/ support réalisé

Quelles sont les activités significatives réalisées **en milieu professionnel**?

*(liste non exhaustive)*

 Comptes-rendus d’activité

 Fiches signalétiques

 Supports numériques

Ex : diaporama ou autres outils de présentation…

 Activités en entreprise

Ex : animation, dégustation, soirée nocturne…

 Supports de communication visuelle

Ex : flyers, logo, communication réseaux sociaux, carton d’invitation VP Annonces sur réseau

 Vidéos, capsules audios

 Interview

 Organigramme

 Mise à jour site web

 Réalisation d’une plaquette commerciale

 Rédaction d’une lettre ou d’un mail

 Autre document/ support réalisé

|  |
| --- |
| **SOMMAIRE** |

**PARTIE 1 : Ma présentation personnelle**

* Mon CV
* Mes autres supports

*( fiche signalétique de l’organisation, carte heuristique, photos…)*

**PARTIE 2 : Mes comptes-rendus d’activité professionnelle**

* EP1 - Réception et suivi des commandes
* EP2 - Mise en valeur et approvisionnement
* EP3 - Conseil et accompagnement du client dans son parcours d’achat

|  |
| --- |
| **EP1 - RECEPTION ET SUIVI DES COMMANDES****COEFFICIENT 3** |

|  |  |
| --- | --- |
| **BLOC 1****Recevoir et suivre les commandes** | **ACTIVITES****Réception et suivi des commandes**  |
| Participer à la passation des commandes fournisseursRéceptionnerStockerPréparer les commandes destinées aux clients Traiter la demande | * Participation à la passation des commandes fournisseurs
* Réception des marchandises
* Contrôle quantitatif et qualitatif des livraisons
* Comparaison du bon de commande et du bon de livraison
* Relevé et transmission des anomalies rencontrées
* Stockage des marchandises
* Maintien de l’organisation et de la propreté de la réserve
* Contribution à la traçabilité des marchandises
* Préparation des commandes destinées aux clients
* Gestion des colis livrés pour les clients : réception et retours
* Tri et évacuation des déchets
 |

|  |
| --- |
| **CONTEXTE PROFESSIONNEL** |
| **RESSOURCES** | **RELATIONS** |
| ***Données et informations***- Le cadencier de commande- Le bon de commande- Le bon de livraison- Les documents commerciaux- Les documents de transport de marchandises- La base de données fournisseurs- La base de données clients- Le plan de la réserve- La fiche de relevés de température- Les documents de suivi d’hygiène et de sécurité- Les procédures de l’entreprise (réception, stockage, inventaire, préparation de commandes, anomalies, retrait de marchandises…)***Équipements et outils* numériques**- Les logiciels, applications et matériels nécessaires à l’activité- Le matériel de manutention ne nécessitant pas un permis spécifique | ***Relations internes :***- Hiérarchiques : responsable de l’unité commerciale, responsable de l’espace commercial, chef de rayon, responsable de l’entrepôt…- Fonctionnelles : équipe de vente, service logistique, service après-vente, service réception, services de sécurité…***Relations externes :***- Fournisseurs- Transporteurs - Livreurs- Clients … |

|  |
| --- |
| **EP2 - MISE EN VALEUR ET APPROVISIONNEMENT****COEFFICIENT 5** |

|  |  |
| --- | --- |
| **BLOC 2****Mettre en valeur et approvisionner**  | **ACTIVITES****Mise en valeur et approvisionnement** |
| Approvisionner, mettre en rayon et ranger selon la nature des produits Mettre en valeur les produits et l’espace commercialParticiper aux opérations de conditionnement des produitsInstaller et mettre à jour la signalétiqueLutter contre la démarque et participer aux opérations d’inventaire | * Approvisionnement, mise en rayon et rangement des produits
* Anticipation des ruptures et réassortiment
* Détection et retrait des produits impropres à la vente
* Mise en valeur des produits et de l’espace commercial
* Participation aux opérations de conditionnement
* Préparation et nettoyage des équipements et mobiliers
* Installation et mise à jour de la signalétique
* Participation à la lutte contre la démarque connue et inconnue
* Participation aux inventaires
 |

|  |
| --- |
| **CONTEXTE PROFESSIONNEL** |
| **RESSOURCES** | **RELATIONS** |
| ***Données et informations***- Les consignes de travail et procédures- Les règles d’hygiène et de sécurité- Le plan du magasin- Le plan de marchandisage- Le plan d’implantation***Équipements et outils numériques***- Les équipements digitaux et numériques - Le logiciel commercial - Les appareils de lecture optique de codes-barres - Les outils de signalétique- Le matériel de nettoyage- Le matériel de manutention et d’aide à la manutention- Le matériel de contrôle***Selon l’activité de l’unité commerciale :***- Les présentoirs- Les vitrines et mobiliers- Les portants et cintres… | ***Relations internes :***- Hiérarchiques : chef d’équipe, responsable de rayon, responsable de secteur, responsable de l’unité commerciale, gérant- Fonctionnelles : équipe de vente, service de gestion des stocks, étalagiste-décorateur, équipe de fabrication en laboratoire (produits alimentaires)***Relations externes :***- Fournisseurs- Livreurs- Transporteurs- Organismes de contrôle |

|  |
| --- |
| **EP3 - CONSEIL ET ACCOMPAGNEMENT DU CLIENT DANS SON PARCOURS D’ACHAT****COEFFICIENT 6** |

|  |  |
| --- | --- |
| **BLOC 3****Conseiller et accompagner le client dans son parcours d’achat** | **ACTIVITES****Conseil et accompagnement du client dans son parcours d’achat** |
| Préparer son environnement de travail Prendre contact avec le clientAccompagner le parcours client dans un contexte omnicanalFinaliser la prise en charge du clientRecevoir les réclamations courantes | * Préparation de l’environnement de travail
* Accueil et prise en charge du client
* Orientation du client vers le produit adapté
* Information et conseil des clients sur les produits et services offerts et associés à la vente
* Aide aux clients dans l’utilisation des équipements et des appareils de démonstration, de paiement ou de réservation automatique
* Présentation et / ou démonstration et / ou dégustation du produit
* Proposition des services associés et complémentaires
* Prise de commande du client
* Remise des colis et des sacs aux clients
* Enregistrement des achats et /ou des retours
* Encaissement
* Réalisation des opérations complémentaires à l’encaissement
* Finalisation de la prise en charge du client
* Réalisation des opérations de clôture du poste caisse
* Réception des réclamations clients et transmission au responsable
 |

|  |
| --- |
| **CONTEXTE PROFESSIONNEL** |
| **RESSOURCES** | **RELATIONS** |
| ***Données et informations***- Les consignes de travail et procédures- Les fiches de poste- Les stocks- Les fiches techniques et les fiches produits - Les catalogues (y compris promotionnels) et tarifs- La législation et la règlementation en vigueur (matériel, gestes et postures, moyens de paiement, vente d’alcool…)- Les conditions d’acceptation des montants et moyens de paiement - Les codes rayons et codes promotions - Les statistiques de vente- L’état récapitulatif de fin de journée***Équipements et outils numériques***- Les équipements digitaux /numériques (smartphones, écrans tactiles et tablettes connectés ou non, cabines d’essayage virtuelles avec réalité augmentée ou non…)- Les logiciels et les applications nécessaires à l’activité- Les outils de vente (démonstration, test,…)- Les outils de prise de commande- La signalétique - La caisse et les périphériques - Le logiciel de caisse - Le fonds de caisse- Les appareils de détection de fausse monnaie - Le mobilier (fauteuil et plan de caisse ergonomiques…)- Le téléphone - Le petit matériel (stylo, rouleaux, sacs…)- Le nécessaire de nettoyage- La tenue professionnelle | ***Relations internes :***- Hiérarchiques : responsable de l’unité commerciale, responsable de secteur, responsable de rayon, services administratifs, etc.- Fonctionnelles : équipe de vente, équipe caisse, service de gestion des stocks, service logistique, service après-vente, agents de sécurité, etc.***Relations externes :***- Clients- Fournisseurs- Transporteurs- Livreurs- Autres unités commerciales (de la marque, de l’enseigne, du groupe, de la franchise) |