Une image contenant texte

Description générée automatiquement

**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 fournisseurs  Réceptionner  Stocker  Préparer 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 commercial  Participer aux opérations de conditionnement des produits  Installer et mettre à jour la signalétique  Lutter 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 client  Accompagner le parcours client dans un contexte omnicanal  Finaliser la prise en charge du client  Recevoir 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) |