

## FICHE D'INTENTION PEDAGOGIQUE

|  |  |  |   |
|--|--|--|---|
| <b>SEQUENCE : PRENDRE CONTACT (dans un contexte omnicanal)</b>               |  | <b>CLASSE : 2<sup>nde</sup></b><br><b>EFFECTIF : 15 élèves (1/2 groupe)</b><br><b>DUREE PREVISIONNELLE : 5 X 55 min</b>  |   |
| <b>Place dans le référentiel</b>   | <p>• <b>Compétences :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Réaliser la vente dans un cadre omnicanal                             <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prendre contact avec le client</li> </ul> </li> </ul>  |  |   |
|  | <p>• <b>Savoirs associés :</b><br/>Les bases de la communication<br/>Accueillir le client conformément aux règles de l'entreprise</p> <p>• <b>Résultats attendus :</b><br/>Un contact positif est établi, et un climat de confiance est instauré</p>   |  |   |
| <b>Place dans la progression</b>   | <p>• <b>Période :</b> 1<sup>er</sup> Trimestre</p> <p>• <b>Séance précédente :</b> Veille informationnelle sur les produits et/ou les services et les concurrents</p> <p>• <b>Séance suivante :</b> Découvrir, analyser et identifier le(s) besoin(s) du client, sa (ses) motivation(s) et ses freins éventuels</p>  |  |   |
| <b>Pré acquis<br/>Pré requis<br/>(savoirs, savoirs faire et savoir-être)</b> | <p><b>Pré-acquis</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Expérience issue de la découverte du milieu professionnel réalisée au collège (stage)</li> <li>• Expérience personnelle de client</li> <li>• Expérience de prise de contact avec l'établissement : inscription, journées portes ouvertes...</li> <li>• Expérience de prise de contact liée aux activités de rentrée : « brise glace », présentation croisée, présentation par l'objet, journée d'intégration...</li> </ul> <p><b>Pré-requis</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Notions de communication verbale et non verbale et de rédaction d'un e-mail abordées lors de la semaine de préparation des PFMP.</li> </ul> <p>Entrer dans l'échange oral, le continuum oral-écrit, compétences abordées lors de la séance en co-intervention entre le professeur de lettres et d'enseignement professionnel.</p> |  |   |
| <b>Conditions organisationnelles</b>   | <p>En ½ groupe<br/>Espace salle pour réunion briefing/débriefing<br/>Salle informatique<br/>Les élèves doivent avoir une boîte électronique professionnelle<br/>Idéalement avoir des smartphones/tablettes numériques</p>  |  |   |
| <b>• Objectifs<br/>• Sous objectifs</b>                                      | <p>• <b>Objectif principal :</b><br/>L'élève doit être capable d'accueillir le client dans un cadre omnicanal</p>  | <p>• <b>Objectifs intermédiaires :</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>❶ Caractériser la prise de contact dans un cadre omnicanal.</li> <li>❷ Découvrir l'omnicanal.</li> <li>❸ Identifier les éléments qui favorisent et qui freinent la prise de contact.</li> <li>❹ Etablir un contact positif et instaurer un climat de confiance.</li> </ol> | <p>• <b>Objectifs opérationnels :</b></p> <p><b>Mission 1 – Découvrir l'entrée dans le parcours client</b><br/><u>Activité 1</u> : Mesurer l'importance des avis clients déposés sur le site internet de Décathlon<br/><u>Activité 2</u> : Accueillir le client en magasin</p> <p><b>Mission 2 – Participer à l'amélioration du parcours client</b><br/><u>Activité 3</u> : Accompagner et faciliter le parcours du client grâce aux outils physiques et digitaux proposés par l'enseigne<br/><u>Activité 4</u> : Traiter un message, envoyé dans le cadre du parcours client, au Centre de la Relation Décathlon.<br/><u>Activité 5</u> : Apporter au client toutes les assurances concernant la satisfaction de son besoin</p> <p><b>Mission 3 – Utiliser les réseaux sociaux pour prolonger positivement le parcours client</b><br/><u>Activité 6</u> : Améliorer l'expérience du client<br/><u>Activité 7</u> : Analyser les impacts des avis déposés par les clients sur les réseaux sociaux</p> |
| <b>Transversalité</b>  | <p>- Lettres : « entrer dans l'échange oral ». Exploitation de la co-intervention avec le professeur de français.</p> <p>- Droit : Thème 2.2 « La preuve ». Proposition d'objet d'étude « l'évolution du droit de la preuve liée à internet : la signature numérique »</p>   |  |   |

|                                  |   |  |  |   |
|----------------------------------|---|--|--|---|
| <b>TICE</b>                      | Ordinateur ; vidéoprojecteur ; tablette numérique/smartphone  |  |  |   |
| <b>Modalités d'animation</b>     | <p><u>En amont</u> : co-intervention avec le professeur de lettres. Réalisation d'une grille d'observation de la communication verbale et non verbale avec les élèves.</p> <p><u>Pendant</u> : l'élève prend connaissance des consignes rédigées dans le dossier élève (ou envoyées par courriel par le professeur sur les boites professionnelles des élèves).<br/>Le professeur questionne l'élève sur sa démarche afin d'amorcer la capacité à expliciter et analyser une situation professionnelle.</p> <p>Les activités 6 et 7 qui consistent à projeter l'élève dans un rôle professionnel de conseil de la relation client ou de vendeur conseil, peuvent être réalisées successivement ou en parallèle. Dans ce dernier cas une restitution des tâches, résultats et analyses par groupe professionnel devra être opérée.</p> <p><u>En aval</u> : Un débriefing permet la réalisation de la synthèse avec l'ensemble des élèves collaborateurs. Les vidéos sont à exploiter avec les élèves. Elles permettent une analyse plus fine de ce qui s'est joué par des retours sur image.</p> |  |  |   |
| <b>Pratiques pédagogiques</b>    | <input checked="" type="checkbox"/> <b>Travail individuel :</b>   |  | <input checked="" type="checkbox"/> <b>Travail en groupe :</b>   |   |
| <b>Conditions de réalisation</b> | <u>Plan</u><br><i>Performances :</i><br>« on demande »  | <u>Sources</u><br><i>Conditions :</i><br>« On donne »  | <u>Matériel et supports utilisés</u>   | <u>Critères</u><br>« On exige »   |
|                                  | <p><b>Mission 1 - Découvrir l'entrée dans le parcours client</b><br/><b>Activité 1 :</b> Mesurer l'importance des avis clients déposés sur le site internet de Décathlon</p> <p>• <b>Activité 2 :</b> Accueillir le client en magasin</p> <p><b>Mission 2 – Participer à l'amélioration du parcours client</b><br/>• <b>Activité 3 :</b><br/>Accompagner et faciliter le parcours du client grâce aux outils physiques et digitaux proposés par l'enseigne</p> <p>• <b>Activité 4 :</b> Traiter un message, envoyé dans le cadre du parcours client, au Centre de la Relation Décathlon.</p> <p><b>Activité 5 :</b> Apporter au client toutes les assurances concernant la satisfaction de son besoin</p>   | <p>Site internet avec fiche produit du masque Easybreath</p> <p>Consignes pour réaliser le jeu de rôle</p> <p>Site internet Décathlon qui traite de la « borne interactive Plus »</p> <p>Site de la Relation Client Décathlon pour laisser un message</p> <p>Document sur le CRC<br/>Consignes pour réaliser le jeu de rôle</p> <p>Commentaire écrit laissé par le client sur la boîte électronique élève (l'enseignant a envoyé</p> | <p>Smartphone pour l'élève / vidéoprojecteur pour l'enseignant</p> <p>Tablette / smartphone pour que les élèves puissent se filmer. Vidéoprojecteur pour visualiser les vidéos</p> <p>Ordinateur</p> <p>Ordinateur</p> <p>Tablette / smartphone pour que les élèves puissent se filmer. Vidéoprojecteur pour visualiser les vidéos</p> <p>Ordinateur</p> | <p>L'influence d'un site internet est bien repérée</p> <p>Le vendeur réalise une bonne prise de contact et instaure un climat de confiance.</p> <p>L'importance de l'omnicanal dans le parcours client est prise en compte<br/>Les éléments qui favorisent ou gênent la prise de contact sont bien repérés</p> <p>Le conseiller du CRC réalise une bonne prise de contact.<br/>La différence entre une prise de contact par téléphone et en face à face est repérée.<br/>Le climat de confiance est instauré entre le conseiller CRC et le client</p> |

|  |   |  |  |
|--|---|--|--|
|  | <p>au préalable à chaque élève le commentaire)</p> <p>Page Trustpilot</p>   | <p>Ordinateur</p> <p>Vidéoprojecteur</p> | <p>Différenciation entre une prise de contact en face à face et écrite</p> <p>La réponse au client est appropriée. L'importance des réseaux sociaux est repérée ainsi que son impact sur la prise de contact avec le client.</p> |
| <p><b>Mission 3 - Utiliser les réseaux sociaux pour prolonger positivement le parcours client</b></p> <p>• <b>Activité 6</b> : Améliorer l'expérience du client</p> <p>• <b>Activité 7</b> : Analyser les impacts des avis déposés par les clients sur les réseaux sociaux</p> |   |  |  |
| <p><b>Evaluations</b></p>  | <p><input checked="" type="checkbox"/> <b>Diagnostique</b> : activité de découverte autour des pré acquis</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> <b>Formative</b> : Situation simulée, auto-évaluation de la communication écrite / Co-évaluation de la communication orale.</p>  |  |  |
| <p><b>Pour aller plus loin</b></p>   | <p><i>L'enseignant est encouragé à démarrer sans ressources disciplinaires pour infléchir la réflexion et l'analyse de l'apprenant.</i></p> <p>- Conseils pour rédiger vos e-mails professionnels <a href="https://www.communicaid.fr/blog/langues/rediger-des-emails-professionnels/">https://www.communicaid.fr/blog/langues/rediger-des-emails-professionnels/</a> (Powtoon)</p> <p><a href="http://assistanteplus.fr/a/conseils-pour-rediger-vos-e-mails-professionnels/">http://assistanteplus.fr/a/conseils-pour-rediger-vos-e-mails-professionnels/</a></p> <p>- Créer une signature numérique <a href="https://www.lilo.org/fr/comment-creer-une-signature-mail/#yahoo">https://www.lilo.org/fr/comment-creer-une-signature-mail/#yahoo</a></p> <p>- Le petit recueil des bonnes et mauvaises pratiques en matière d'appel téléphonique <a href="https://www.youtube.com/watch?v=zsxQdkbek_4">https://www.youtube.com/watch?v=zsxQdkbek_4</a> (vidéo humoristique 20' : à exploiter par focale selon les étapes et selon les besoins des élèves)</p> <p>- pourquoi sourire au téléphone ? <a href="https://www.youtube.com/watch?v=658-MxbAm00">https://www.youtube.com/watch?v=658-MxbAm00</a> (témoignage vidéo 1'12)</p> |  |  |