



BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL

VENTE

Prospection, Négociation, Suivi de clientèle

Recommandations pour le projet de prospection

PRÉAMBULE

Des travaux relatifs à la rénovation du baccalauréat professionnel « Vente » (Prospection, Négociation, Suivi de clientèle) ont continué à être réalisés durant cette première année de mise en application du nouveau référentiel. Plusieurs productions ont déjà été diffusées et sont disponibles sur le site académique à l'adresse :

<http://cm.ac-amiens.fr/spip/eco-gestion/> .

Cette brochure supplémentaire est destinée à aider les professeurs et les élèves dans l'élaboration du projet de prospection. Elle a été élaborée par un groupe de professeurs de vente, en poste dans notre Académie :

- *Hélène BOUCHER PLP Vente au LP du Vimeu à Friville ;*
- *Céline BLERY PLP Vente au LP Camille Claudel à Soissons ;*
- *Jean-Mathieu DOLEANS PLP Vente au LP Romain Rolland à Amiens ;*
- *Patrick GRANDSIRE PLP Vente au LP Condorcet à St Quentin ;*
- *Laurent MARTINEL PLP Vente au LP Mendès France à Péronne ;*
- *Jacques RICHET PLP Vente au LP Arthur Rimbaud à Ribécourt ;*
- *Eric TETAERT PLP Vente au LP Mendès France à Péronne ;*

Je les remercie vivement pour leur contribution.

Amiens le 16 mai 2003

*Jacques LANDOT
Inspecteur de l'Education Nationale
Economie Gestion*

Sommaire

Règlement d'examen de la sous-épreuve E3-B3.....	page 3
Recommandations pédagogiques	page 5
Grille d'évaluation (annexe 1).....	page 8
Conseils pour une présentation avec diaporama (annexe 2)	page 9

Sous-épreuve B3 : Projet de prospection Coefficient 3

Objectif :

Cette sous-épreuve vise à évaluer l'aptitude du candidat à élaborer, à présenter et à soutenir un projet de prospection.

Contenu :

Au travers de cette épreuve il s'agit d'évaluer les compétences et les savoirs associés de l'unité U32 « **projet de prospection** »

COMPÉTENCES	C.11	Élaborer un projet de prospection
	C.15	Rendre compte de l'opération de prospection
SAVOIRS ASSOCIÉS	S.1.1 S.1.2 S.1.4	Prospection et suivi de clientèle
	S.2.3 S.2.4 S.2.5	Communication – Négociation
	S.3.1 S.3.3 S.3.4	TIC appliquées à la vente
	S.4.2 S.4.3 S.4.4	Mercatique

Critères d'évaluation:

- ☞ Respect et pertinence de la démarche de projet.
- ☞ Qualité et rigueur de la production écrite.
- ☞ Qualité de la communication orale.
- ☞ Utilisation judicieuse d'outils de communication.
- ☞ Aptitude à convaincre.

Forme de l'évaluation:

- ☞ Cette sous-épreuve est centrée sur le projet de prospection élaboré par le candidat au cours de sa formation en entreprise.
- ☞ Ce projet doit être personnel et revêtir un caractère authentique.
- ☞ Il sert de base à une présentation orale faisant appel aux techniques de l'information et de la communication.

CONTROLE EN COURS DE FORMATION

L'évaluation de cette sous-épreuve en contrôle en cours de formation donne lieu à une proposition de note sur 60 points, établie conjointement par l'équipe pédagogique et un professionnel de l'entreprise ou de l'organisme partenaire de formation.

Elle est réalisée en centre de formation et s'effectue en classe de terminale ; elle peut être fixée dès que le candidat est en mesure de présenter son projet. **Elle repose sur deux situations :**

- **Première situation** - notée sur 15 points - Montage du projet de prospection - L'évaluation porte sur le respect et la pertinence d'une démarche de projet. Elle est réalisée, au cours de l'année de terminale, par le professeur de la spécialité, à partir d'une grille d'évaluation fournie en annexe de la circulaire nationale d'organisation de l'examen.
- **Seconde situation** - notée sur 45 points - durée : 30 minutes maximum - Soutenance du projet de prospection - La prestation s'effectue en centre de formation à partir d'un document de synthèse écrit « projet de prospection » et de supports multimédias finalisés par le candidat. L'évaluation porte sur la pertinence des solutions apportées dans le projet et sur l'habileté à utiliser les techniques de la communication et de l'information en appui de la prestation orale. Elle s'effectue à l'aide d'une grille d'évaluation fournie en annexe de la circulaire nationale d'organisation. Le candidat doit présenter et soutenir son projet de prospection devant le professeur ou formateur de la spécialité et un professionnel de l'entreprise ou de l'organisme partenaire de formation. **Les professionnels des entreprises impliquées dans le projet seront prioritairement sollicités.**

Le document de synthèse écrit « Projet de prospection » établi par le candidat :

De 4 à 6 pages maximum, il est présenté sur support papier et élaboré à l'aide de l'outil informatique. Il peut être accompagné de quelques annexes si celles-ci sont susceptibles d'éclairer certains points du document proprement dit.

Il présente de façon synthétique le projet de prospection élaboré par le candidat :

- la présentation du projet (titre du projet, les principales caractéristiques de l'entreprise, problème ou situation professionnelle à l'origine du projet...),
 - la démarche suivie pour monter le projet,
 - la stratégie de prospection proposée (cible, objectifs, techniques de prospection...).
- L'argumentation sur ce dernier point se fera lors de la prestation orale.

Recommandations pédagogiques concernant la sous-épreuve B3 : Projet de prospection

Dans le souci d'optimiser la qualité de la formation et d'accroître le caractère authentique du projet de prospection, il est préférable que celui-ci soit réellement mis en œuvre au sein de l'entreprise.

I) LA REALISATION DU PROJET

Préparation du projet

Lors de cette phase de travail, l'élève doit :

- choisir le thème du projet avec l'accord du (es) professeur(s) et tuteur(s) ;
- rechercher les informations en utilisant les moyens adaptés ;
- sélectionner les informations utiles ;
- établir un planning d'avancement des travaux ;
- mettre en évidence le problème à résoudre.

La réalisation du projet

Le projet de prospection est rédigé sur un document de 4 à 6 pages maximum avec l'aide de l'outil informatique. Il doit être établi en deux exemplaires.

La présentation matérielle du projet sera personnalisée en fonction du sujet choisi.

Cependant, tout projet doit comporter un sommaire renvoyant à la pagination du dossier et identifiant les trois parties à traiter :

- Présentation du projet
- La stratégie de prospection proposée
- La démarche suivie pour monter le projet

Le plan du dossier

1ère partie : présentation du projet

- Titre du projet : il doit être évocateur et concis
- Principales caractéristiques de l'entreprise. :
 - Sa dénomination, ses coordonnées complètes : adresses (postale et internet), son activité, ses produits ou ses gammes de produits ...
 - Sa forme juridique, sa date de création
 - Des indicateurs de taille (CA, effectif global, effectif de la force de vente
 - La présence ou non d'un réseau de distribution (vente en B to B)
 - Un paragraphe sera rédigé sur le positionnement de l'entreprise sur son marché et dressera le profil type de la clientèle
- Problème ou situation professionnelle à l'origine du projet
 - Dresser un constat pouvant partir :
 - D'un segment de clientèle inexploité ou négligé
 - D'un secteur géographique inexploité ou éloigné
 - De la participation au lancement d'un nouveau produit
 - Relance d'un portefeuille
 - Relance d'un produit
 - Elargissement ou enrichissement d'un portefeuille clients
 - ...

La problématique doit être rédigée et suffisamment développée pour sa compréhension.

Deuxième partie : La stratégie de prospection proposée

- Définition de la cible de prospection
 - Données quantitatives
 - Données qualitatives
- Objectifs
 - A partir d'une analyse de la situation constat de réalisation existante, fixer des objectifs
- Techniques de prospection
 - Prospection « terrain »
 - Prospection téléphonique
 - Publipostage
 - Animation de stands (foires et salons)
 - Plan de prise de références (recommandations, parrainage...)
 - ...

Troisième partie : La démarche suivie pour monter le projet

Cette partie s'articule en deux ou trois sous-parties :

- **La préparation**
 - Recherche des informations externes ou internes
 - Sélection des informations utiles
 - Elaboration des outils nécessaires en fonction de la technique de prospection retenue :
 - Publipostage : lettre type, base de données, prospectus, coupon réponse, enveloppe T...
 - Prospection téléphonique : liste d'appel, plan d'appel, supports de compte rendu
 - Prospection terrain : base de données, plans, cartes, catalogues, cartes de visites, argumentaire...
 - Animation de stand : PLV, argumentaires, fiche contact, prospectus, agenda...
 - ...

Les moyens utilisés pour la prospection seront listés de la manière la plus exhaustive possible, sans autre explication.

- **Le montage du projet**

Un paragraphe sera rédigé pour expliquer la réalisation des moyens retenus (création des outils) dans la phase de préparation. Il mettra également en lumière les difficultés rencontrées et les solutions adoptées.

- **L'évaluation : Cette partie ne sera réalisée que si le projet de prospection a été effectivement mis en œuvre dans l'entreprise.**

Il s'agit de comparer les résultats attendus aux résultats obtenus et d'en tirer notamment des ratios d'analyse statistique. Ceux-ci pourront être présentés à l'aide d'un support multimédia lors de la soutenance. Le candidat s'attachera à évaluer ses choix et à vérifier l'adéquation objectifs / cible.

II) LA SOUTENANCE DU PROJET EN CENTRE DE FORMATION

La durée de l'épreuve orale en CCF est de 30 minutes maximum.

La présentation du projet et de la démarche suivie est effectuée avec l'aide de supports multimédias.

Une argumentation de la stratégie de prospection proposée est assurée.

La préparation de la prestation

L'élève doit s'entraîner régulièrement afin d'apprendre à gérer le temps imparti pour cette épreuve.

Il doit s'assurer avant l'épreuve que la commission d'interrogation pourra mettre à sa disposition les matériels et logiciels nécessaires à la présentation du projet.

Quelques conseils à l'élève :

- faire un plan sur une fiche, en annonçant les principales parties qui constitueront la présentation ;
- ne pas oublier de se présenter ;
- utiliser des couleurs ;
- noter les mots clés ;
- citer les sources.

La rédaction de l'introduction et de la conclusion

L'introduction doit être accrocheuse, annoncer le plan et susciter l'intérêt du jury.

La conclusion comporte une analyse des acquis personnels et professionnels et doit être ouverte sur l'avenir.

Les supports visuels

L'élève doit :

- sélectionner les documents qu'il va présenter : plans, graphiques, diagrammes, photographies, catalogues, échantillons, document vidéo ;
- privilégier le diaporama comme support de sa soutenance orale. L'annexe 2 présente des conseils à suivre pour la réalisation d'une présentation assistée par ordinateur. Des documents (cartes, transparents, vidéos, ...) pourront éventuellement compléter celui-ci si le candidat les juge utiles à sa prestation.
- s'entraîner à utiliser les différents outils de présentation.

L'attitude face au jury

Le jour de la présentation, l'élève doit :

- adopter une tenue professionnelle ; adaptées aux codes sociaux
- articuler, être attentif au volume de sa voix, éviter le ton monocorde ;
- pratiquer une écoute active du jury et être capable de: faire la différence entre une objection et une demande de complément d'information ;
- être clair, utiliser un vocabulaire professionnel ;
- faire preuve de rigueur (le plan annoncé doit être le plan suivi)
- maîtriser ses gestes et sa posture ;
- avoir suffisamment d'indépendance par rapport à ses notes
- utiliser judicieusement les outils de communication

En présentant son projet l'élève doit être capable d'argumenter et de convaincre de la pertinence de ses choix.

	BACCALAUREAT PROFESSIONNEL VENTE (Prospection, Négociation, Suivi de clientèle) Session :	CCF	Logo établissement
	CANDIDAT NOM : Prénom :		
Epreuve : E3 – B3 : Projet de prospection			Durée : 30 mn
Interrogateurs :		Centre :	

Première situation d'évaluation : le montage du projet de prospection		/15
Analyse de la situation (<i>énoncé du problème</i>)		/3
Pertinence de l'idée de projet (<i>énoncé de l'idée, cohérence de l'idée avec l'analyse</i>)		
Mise en œuvre du projet (<i>démarche suivie, partenaires contactés, études réalisées, pertinence des propositions retenues</i>)		/7
Qualité et rigueur de la production écrite (<i>forme</i>)		/5
Deuxième situation d'évaluation : soutenance du projet de prospection		/45
Clarté et cohérence de la présentation orale (<i>construction, plan, enchaînement des parties, rigueur de l'exposé, clarté des informations transmises, respect du temps</i>)		/15
Aptitude à convaincre lors des échanges avec la commission d'interrogation (<i>pertinence des arguments retenus, pouvoir de conviction, rigueur de la justification des choix</i>)		/15
Utilisation judicieuse d'outils de communication		/15
Note E3 B3		/60
TOTAL		/20

Avis global de la commission d'interrogation sur la prestation du candidat	Signature des membres de la commission d'interrogation
--	--

Conseils pour une présentation avec diaporama

I) Conseils généraux

- Voici les étapes à suivre pour une présentation.
 - Accumuler la matière nécessaire pour la présentation ;
 - Préparer la présentation avec le logiciel. La présentation doit être bien "construite".
 - Se préparer à donner la présentation; s'équiper en matériel, préparer le local de présentation.
 - Donner la présentation.
 - Rétroaction (feedback) du public; Pour mieux être prêt pour la prochaine présentation.
- Le principal objectif d'une présentation est d'informer ou de persuader. Elle n'est pas faite pour distraire. Utiliser des objets supplémentaires tels qu'un graphique, un dessin, une animation pour *améliorer* la compréhension du message.
- La première question à se poser est de savoir combien de temps est alloué. Ceci va affecter grandement le genre de la présentation.
- Commencer par la fin. Donner la conclusion et prendre le reste du temps, pour l'expliquer. Ne pas oublier un rappel à la fin de la présentation.
- Le texte des diapositives est composé de mots-clés. Il faut les expliquer afin de leur donner un sens.
- Lire les astuces offertes à l'ouverture du programme Powerpoint. Ils peuvent améliorer une présentation et permettre d'éviter quelques pièges.
- Ne pas surcharger une diapositive. L'auditoire doit être en mesure de trouver rapidement le point principal de la diapositive. Etre clair et précis. L'important est la présentation et non les effets spéciaux.
- Si nécessaire, remettre un document de rappel de la présentation à la fin de celle-ci. Sinon, tout le monde aura lu la présentation avant même son commencement.
- Etre consistant. Utiliser le même fond de présentation (modèle) et le même type de caractère, à la même taille pendant toute la présentation. Ceci facilite la lecture du texte

II) La présentation

- Ne pas mettre plus de 6 points par diapositive pour les listes à puces.
- Lors de la réalisation du diaporama, utiliser le correcteur d'orthographe sous le menu « Outils ». On peut ainsi éviter quelques erreurs embarrassantes.
- Le titre principal de la diapositive doit être sur une seule ligne. Se limiter à un maximum de 5 à 7 mots pour le titre.
- Le sous-titre est un résumé de la diapositive et peut prendre plus d'une ligne.
- Pour terminer la présentation en douceur, ajouter une diapositive noire à la fin. Ainsi, quand le diaporama se termine, on ne retourne pas en mode diapositive.
- Au début de la présentation, informer le public qu'il peut poser des questions durant la présentation ou après dans une période de questions et réponses (Q&R).

- ❑ Etre honnête. Si la réponse à une question n'est pas possible, le dire immédiatement. On pourra s'engager à la rechercher pour la communiquer ultérieurement.
- ❑ Donner le temps au public de prendre des notes.
- ❑ Varier le ton de la voix sur les points importants de la présentation ou selon la matière présentée.

III) Aspect technique de la présentation

- ❑ Avant la conception de la présentation, visiter le lieu de la présentation. S'informer sur la disponibilité du local et du matériel. Des ressources ignorées existent peut-être. Exemple : vidéo, écrans géants, projecteurs pour ordinateurs etc. Y a-t-il un technicien sur place pour aider lors de l'installation de l'équipement ?
- ❑ Avant le jour de la présentation, prendre le temps de réserver le local avec tout l'équipement nécessaire pour pratiquer. C'est le moment de vérifier quelques points. Est-ce que les personnes au fond du local peuvent lire le texte projeté sur l'écran géant ? Est-ce que la police de caractère rend la lecture du texte difficile? Est-ce que ces mêmes personnes seront capables de vous entendre au fond de la salle ?
- ❑ Faire la mise au point du diaporama sur l'ordinateur qui va servir à la présentation. Cette précaution permet de détecter les éventuels problèmes techniques.
- ❑ S'assurer que la police de caractère soit assez grande pour être lisible même à l'arrière du local de présentation. Pour les pages commentaires, le texte doit être lisible lorsqu'on tient la page à bout de bras.
- ❑ Même avec toutes ces préparations, s'assurer d'avoir un plan de «secours». Si l'ordinateur ou le projecteur est défectueux, on peut aussi avoir des feuilles transparentes.
- ❑ Faire une copie de sécurité de la présentation sur disquette ou sur CD ROM.
- ❑ Apporter une multiprise et une rallonge électrique.
- ❑ Retirer l'écran de veille avant de donner la présentation. Il ne doit pas s'activer durant la présentation.

IV) Les couleurs

- ❑ Essayer d'avoir le meilleur contraste possible entre le texte et le fond de la présentation.
- ❑ Pour avoir le meilleur effet possible, utiliser 2 ou 3 couleurs pour la diapositive.
- ❑ Ne pas utiliser les couleurs rouges ou vertes pour mettre l'accent sur un mot ou sur un objet. Entre 10 % et 15 % de la population éprouvent de difficulté à différencier ces couleurs.

V) Les polices de caractères

- ❑ Utiliser une seule police de caractère: Helvetica, Times ...
- ❑ Utiliser la taille de la police et un effet tel que mettre en gras ou en italique pour ajouter de l'emphase.
- ❑ Ne pas écrire de texte en majuscule. Utiliser les majuscules seulement pour la première lettre d'une phrase.

- ❑ Mettre un peu de piquant en changeant la police de caractère pour un effet spécial. Ne réutiliser cette police seulement une ou deux fois durant la présentation.
- ❑ Les couleurs blanches et jaunes sont les meilleures pour le texte.

VI) Les graphiques

- ❑ Mettre l'accent sur la partie du graphique qui devra intéresser les spectateurs en utilisant une couleur plus brillante, un motif qui pique l'intérêt ou en atténuant les autres informations.
- ❑ Accomplir une rotation du graphique sur les trois dimensions pour donner le meilleur effets au graphique.
- ❑ Ajouter un arrière plan au graphique au lieu d'avoir un fond blanc.
- ❑ Ajouter une image au graphique pour aider à mieux en interpréter le résultat. Exemple : une flèche pointant vers le haut pour démontrer une hausse des profits.

VII) Ultimes conseils

- ❑ Utiliser des termes simples, connus du public ciblé.
- ❑ Éviter de mettre trop d'objets sur une diapositive. Ajouter un objet, ou du texte, si celui-ci aide à l'interprétation de la diapositive. L'objectif principal de toute présentation est que le message soit clair et bien compris par l'auditoire.