

Bac professionnel VENTE

Formation académique - mardi 24 février 2015 (LP Louise Labé)

Epreuve E21 « Négociation – Vente » : contenu du dossier fiche négociation vente, critères de différenciations entre les 3 fiches de négociation

1°) QUELQUES GÉNÉRALITÉS :

- Rappel des conditions d'organisation émises par la circulaire d'examens : « *Les salles d'examens proposées par les centres d'interrogation sont aménagées de façon à offrir les conditions matérielles nécessaires à la réalisation d'une simulation d'une situation de négociation-vente. Le matériel de base est un bureau muni d'outils de communication courants afin de donner la possibilité de réaliser la simulation en face à face ou par téléphone, dans un environnement professionnel réaliste.* »

- La présentation de la fiche négociation-vente est libre à condition de retrouver les rubriques imposées.

- Tous les supports d'outils d'aide à la vente sont acceptés. (Comme un commercial professionnel)

- Nous préconisons de joindre au début du dossier un document résumé des trois fiches selon le modèle proposé en annexe.

2° ÉVALUATION DE LA CONFORMITÉ DU DOSSIER :

Il y a trois rubriques différentes à évaluer pour la conformité du dossier.

Le contexte, le type de client, le produit/service vendu. Concernant l'objectif nous vous proposons des idées pour les candidats.

a) Le contexte

- Manifestations commerciales au sein de l'entreprise (journées portes ouvertes, show-room)

- Manifestations commerciales à l'extérieur de l'entreprise (foire, salon)

- Rendez-vous pris suite à une prospection téléphonique

- Rendez-vous pris suite à une prospection physique

Une prospection physique est une démarche différente d'une prospection téléphonique, même si le résultat doit aboutir à un rendez-vous à l'agence par exemple.

- Rendez-vous pris suite à une opération de publipostage ou d'e-mailing

- Prospection physique sans rendez-vous (visite spontanée)

- Suivi clientèle (Visite fidélisation, renouvellement)

- Visites spontanées de l'entreprise.

b) Les objectifs :

Présenter l'entreprise/faire une offre

Obtenir un second rendez-vous

Vendre

Faire essayer le produit

Faire une démonstration.....

RAPPEL : Les objectifs ne sont pas un critère de différenciation

c) Le type de client :

	Prospect	Client
Professionnel	X	X
Particulier	X	X
Collectivité, administration	X	X
Association	x	x

En fonction de la situation professionnelle proposée par le candidat, on pourra distinguer un type de client (ou prospect) utilisateur, d'un prescripteur, d'un revendeur ou d'un payeur si cela entraîne une argumentation fondamentalement différente.

Ce type de situation méritera une concertation entre les membres de la commission d'harmonisation. La décision finale appartiendra au jury composé d'un PLP Commerce et Vente et d'un professionnel (ou à défaut d'un PLP Commerce et Vente).

Nous conseillons fortement d'indiquer dans cet item, le type de besoin du client. Exemple, « M. X recherche une maison sur Vienne, avec tel budget » Mais sans spécifier de mobiles ou de freins d'achat.

d) Produits / Services :

La gamme ou la ligne de produits et/ou services proposée(s) par l'entreprise et susceptible(s) de convenir.

ANNEXE : Synthèse des fiches de négociation vente

	FICHE 1	FICHE 2	FICHE 3
NOM DE L'ENTREPRISE			
CONTEXTE			
TYPE DE CLIENT			
GAMME OU LIGNE DE PRODUITS ET/OU DE SERVICES PROPOSEE(S)			