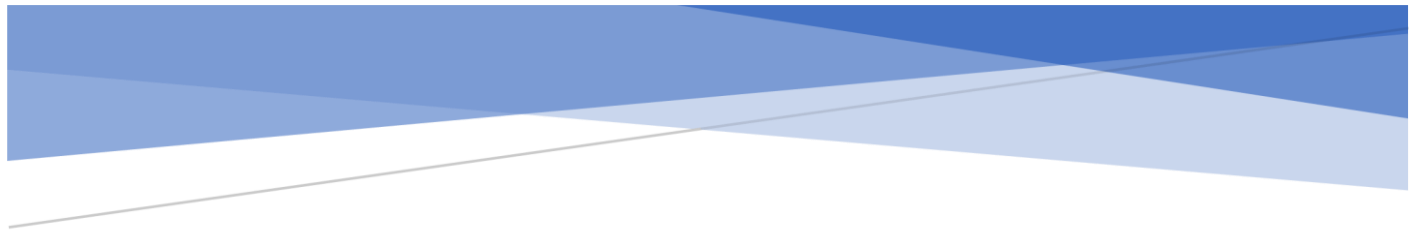




# BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL VENTE

Grilles et documents au 15 janvier 2018



# ÉPREUVE E32

## LE PROJET DE PROSPECTION

Grilles et documents

# GRILLE D'ÉVALUATION E32 en CCF

## ANNEXE XII

<b>BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL VENTE</b> Prospection - Négociation - Suivi de clientèle <b>E32 (U32) : Projet de prospection / coefficient 3</b>	Académie de : Etablissement ou Centre : session :	
Nom du candidat :	N°	
<b>GRILLE D'ÉVALUATION E32 (U32) en CCF</b> Montage et soutenance du projet de prospection		
<b>PREMIÈRE SITUATION D'ÉVALUATION :</b> <b>MONTAGE DU PROJET DE PROSPECTION</b> Au cours de l'année de terminale, au fur et à mesure du montage du projet		
<input type="checkbox"/> <b>ANALYSE DE LA SITUATION</b> ( <i>Énoncé du problème</i> ) et <b>PERTINENCE DE L'IDÉE DE PROJET</b> ( <i>Énoncé de l'idée, cohérence de l'idée avec l'analyse</i> )	<b>/ 3</b>	..... <b>sur</b> <b>15 pts</b>
<input type="checkbox"/> <b>MISE EN ŒUVRE DE LA DÉMARCHE DE PROJET</b> ( <i>Démarche suivie, partenaires contactés, études réalisées, pertinence des propositions retenues</i> )	<b>/ 7</b>	
<input type="checkbox"/> <b>QUALITÉ ET RIGUEUR DE LA PRODUCTION ÉCRITE</b> ( <i>forme</i> )	<b>/ 5</b>	
<b>DEUXIÈME SITUATION D'ÉVALUATION :</b> <b>SOUTENANCE DU PROJET DE PROSPECTION</b> Durée : 30 minutes maximum		
<input type="checkbox"/> <b>CLARTÉ ET COHÉRENCE DE LA PRÉSENTATION ORALE</b> ( <i>construction, plan, enchaînement des parties, rigueur de l'exposé, clarté des informations transmises, respect du temps</i> )	<b>/ 15</b>	..... <b>sur</b> <b>45 pts</b>
<input type="checkbox"/> <b>APTITUDE À CONVAINCRE LORS DES ÉCHANGES AVEC LA COMMISSION D'INTERROGATION</b> ( <i>pertinence des arguments retenus, pouvoir de conviction, rigueur de la justification des choix</i> )	<b>/ 15</b>	
<input type="checkbox"/> <b>UTILISATION JUDICIEUSE D'OUTILS DE COMMUNICATION</b>	<b>/ 15</b>	
<b>APPRÉCIATIONS DE L'ÉQUIPE PÉDAGOGIQUE</b>		
Points forts :	Points faibles :	
Noms et Signatures : <input type="checkbox"/> Du professeur de la spécialité : <input type="checkbox"/> D'un membre de l'équipe pédagogique : <input type="checkbox"/> Du professionnel :  Date :	<b>Pénalisation :</b>  <b>Note proposée : / 60</b>  ..... / 20	
<b>Pénalisation</b> : - 15 points sur 60 par rubrique manquante (présentation de l'entreprise, origine du projet, démarche suivie, stratégie de prospection) dans le document de présentation du projet de prospection.		
<b>Note sur 20 arrondie au ½ point supérieur</b>		

# GRILLE D'ÉVALUATION E32 en ponctuel

**ANNEXE XI**

<b>BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL VENTE</b> Prospection - Négociation - Suivi de clientèle <b>E32 (U32) : Projet de prospection / coefficient 3</b> Durée : 30 Minutes maximum	Académie de : Centre d'interrogation : session :
Nom du candidat :	N°
<b>GRILLE D'ÉVALUATION E32 (U32) / Épreuve orale ponctuelle</b> Montage et soutenance du projet de prospection	

<b>PREMIÈRE PHASE :</b> <b>EXPOSÉ PAR LE CANDIDAT DE SON PROJET DE PROSPECTION</b> Durée : 15 minutes maximum		
<input type="checkbox"/> <b>ANALYSE DE LA SITUATION</b> ( <i>Énoncé du problème</i> ) et <b>PERTINENCE DE L'IDÉE DE PROJET</b> ( <i>Énoncé de l'idée, cohérence de l'idée avec l'analyse</i> )	/ 3	..... <b>sur</b> <b>45 pts</b>
<input type="checkbox"/> <b>MISE EN ŒUVRE DE LA DÉMARCHE DE PROJET</b> ( <i>Démarche suivie, partenaires contactés, études réalisées, pertinence des propositions retenues</i> )	/ 7	
<input type="checkbox"/> <b>QUALITÉ ET RIGUEUR DE LA PRODUCTION ÉCRITE</b> ( <i>forme</i> )	/ 5	
<input type="checkbox"/> <b>CLARTÉ ET COHÉRENCE DE LA PRÉSENTATION ORALE</b> ( <i>construction, plan, enchaînement des parties, rigueur de l'exposé, clarté des informations transmises, respect du temps</i> )	/ 15	
<input type="checkbox"/> <b>UTILISATION JUDICIEUSE D'OUTILS DE COMMUNICATION</b>	/ 15	
<b>DEUXIÈME PHASE :</b> <b>ENTRETIEN AVEC LA COMMISSION D'INTERROGATION</b> Durée : 15 minutes maximum		
<input type="checkbox"/> <b>APTITUDE À CONVAINCRE LORS DES ÉCHANGES AVEC LA COMMISSION D'INTERROGATION</b> ( <i>pertinence des arguments retenus, pouvoir de conviction, rigueur de la justification des choix</i> )	/ 15	..... <b>sur</b> <b>15 pts</b>
<b>APPRÉCIATIONS DE LA COMMISSION D'INTERROGATION</b>		
Points forts	Points faibles	
Noms et Signatures des examinateurs :		Pénalisation :
Date :		<b>Note : / 60</b> ..... / 20
<b>Pénalisation :</b> - 15 points sur 60 par rubrique manquante ( <i>présentation de l'entreprise, origine du projet, démarche suivie, stratégie de prospection</i> ) dans le document de présentation du projet de prospection. Note sur 20 arrondie au ½ point supérieur		

# INDICATEURS D'ÉVALUATION POUR L'ÉPREUVE E32

## I. PREMIERE SITUATION D'ÉVALUATION : LE MONTAGE DU PROJET /15 points

Indicateurs d'évaluation	Évaluation	NOTE
<b>Analyse de la situation et pertinence de l'idée de projet /3points</b>		
<b>Analyse de la problématique /2 pts</b>		
➤ Analyse complète	TS	/3
➤ Analyse partielle	S	
➤ Aucune analyse	I	
<b>Énoncé de l'idée /1 pt</b>		
➤ Idée adaptée au constat	TS	
➤ Idée partiellement adaptée	S	
➤ Idée inadaptée	I	
<b>Mise en œuvre du projet /7 points</b>		
<b>Démarche suivie /3 pts</b>		
➤ Complète et cohérente	TS	/7
➤ Cohérente mais incomplète	S	
➤ Incohérente	I	
<b>Sources d'informations internes, externes, partenaires /1 pt</b>		
➤ Identifiées	TS	
➤ Non identifiées	I	
<b>Études réalisées /1 pt</b>		
➤ Adaptées	TS	
➤ Partiellement adaptées	S	
➤ Inadaptées ou inexistantes	I	
<b>Pertinence des propositions retenues /2 pts</b>		
➤ Propositions pertinentes	TS	
➤ Propositions incomplètes	S	
➤ Propositions inadaptées	I	
<b>Qualité et rigueur de la production écrite /5 pts</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Présentation : -0.5 par critère suivant manquant <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Sommaire</li> <li>▪ Pagination</li> <li>▪ Page de garde</li> <li>▪ Référence aux annexes</li> <li>▪ Clarté de la mise en page</li> <li>▪ Lisibilité</li> <li>▪ Minimum 4 pages hors annexes (-1 si nombre de pages inférieur à 4)</li> </ul> </li> <li>○ La syntaxe et l'orthographe seront pénalisées à hauteur de 1 point maximum</li> </ul>		/5
TOTAL PREMIÈRE SITUATION D'ÉVALUATION		/15
NOMS DES CORRECTEURS	SIGNATURES	

## II. DEUXIEME SITUATION D'EVALUATION : SOUTENANCE DU PROJET / 45 points

15 minutes de présentation et 15 minutes d'entretien

Indicateurs d'évaluation	Évaluation	NOTE	
<b>Clarté et cohérence de la présentation orale /15 points</b>			
<b>Construction, plan, rigueur et enchaînement des parties /4 pts</b>			
➤ Parfaite cohérence de l'ensemble	TS	/15	
➤ Ruptures dans l'enchaînement	S		
➤ Manque de logique dans la construction et/ou exposé hésitant	I		
<b>Rigueur de l'exposé et respect du temps /3pts</b>			
➤ Rigueur et respect du temps (entre 10 et 15 minutes)	TS		
➤ Exposé rigoureux mais hors délais (entre 7 et 10 minutes)	S		
➤ Aucun respect du temps (- de 7 minutes et + de 15 minutes)	I		
<b>Clarté des informations transmises /4 pts</b>			
➤ Exposé clair des informations	TS		
➤ Exposé incomplet	S		
➤ Exposé inadapté	I		
<b>Tenue professionnelle et qualité de l'expression /4 pts</b>			
➤ Tenue et langage adaptés	TS		
➤ Tenue ou langage adapté(e)	S		
➤ Tenue et langage inadaptés	I		
<b>Aptitude à convaincre lors des échanges avec la commission d'interrogation /15 points</b>			
<b>Pertinence des arguments retenus /4 pts</b>			
➤ Arguments pertinents	TS	/15	
➤ Arguments partiellement adaptés	S		
➤ Arguments maladroits	I		
<b>Pouvoir de conviction /4 pts</b>			
➤ Parfaite aptitude à convaincre	TS		
➤ Tentative de conviction	S		
➤ Manque de conviction	I		
<b>Pratique de l'écoute active /3 pts</b>			
➤ Capacité d'écoute et d'intégration satisfaisantes	TS		
➤ Capacité d'écoute et d'intégration moyennes	S		
➤ Capacité d'écoute et d'intégration insuffisante	I		
<b>Rigueur de la justification des choix /4 pts</b>			
➤ Justifications rigoureuses	TS		
➤ Justifications incomplètes	S		
➤ Justifications inadaptées	I		

Indicateurs d'évaluation	Évaluation	NOTE	
<b>Utilisation judicieuse d'outils de communication et/ou de supports de communication /15 points</b>			
<b>Utilisation du ou des outil(s) de communication lors de l'exposé /5 points</b>			
➤ Adaptée (ordonnée, professionnelle)	TS	/15	
➤ Partiellement adaptée (désordonnée)	S		
➤ Inadaptée (sans aucune maîtrise)	I		
<b>Qualité de la prestation orale /5 points</b>			
Critères : Construction, plan, enchaînement des parties, rigueur de l'exposé, clarté des informations transmises et gestion du temps.			
➤ Répond à l'ensemble des critères	TS		
➤ Répond partiellement aux critères	S		
➤ Ne répond à aucun critère	I		
<b>Choix du ou des support(s) visuel(s) présenté(s) /5 points</b>			
➤ Pertinent (complémentaire, apporte une valeur ajoutée réelle à l'exposé)	TS		
➤ Moyennement pertinent	S		
➤ Peu pertinent (n'apporte aucune valeur à l'exposé)	I		
TOTAL DEUXIÈME SITUATION D'ÉVALUATION			/45
TOTAL PREMIÈRE SITUATION D'ÉVALUATION			/15
NOTE DU PROJET DE PROSPECTION			/60
NOTE DU PROJET DE PROSPECTION		/20	
NOMS DES CORRECTEURS	SIGNATURES		

**N.B. : Pour l'épreuve E32 en ponctuel, l'annexe XI sera utilisée. Les items sont identiques ainsi que le barème à l'annexe XII. Mais l'ordre des indicateurs n'est pas le même.**

# LE DOSSIER DE PROSPECTION

## LES ATTENTES

### I. LA FORME DU DOSSIER DE PROSPECTION

Le projet de prospection doit comporter :

1. Une page de garde avec les éléments suivants :
  - a. Titre du projet
  - b. Nom
  - c. Classe
  - d. Nom du lycée et adresse
2. Un sommaire ainsi que les titres des annexes
3. Pagination
4. Référence aux annexes et police de caractère sobre (maxi 12)

### II. LE PLAN DU DOSSIER DE PROSPECTION

#### Page de garde

- Titre du projet
- Nom
- Classe
- Repère de l'épreuve E32 Projet de prospection

#### Introduction

- L'idée du projet
- L'élève : période de formation, missions, circonstances
- Problématique : le constat
- Introduction de l'idée du projet

#### 1 - Présentation de l'entreprise

- **Identification**
  - Nom, raison sociale
  - Adresse
  - Forme juridique,
  - Salariés
  - CA (selon entreprise n ou n-1 ou n-2)
- **Activités**
  - Secteur
  - Gamme de produits
  - Marché (clientèle, concurrent, positionnement)
  - Méthodes de vente
  - Outils et moyens de communication
  - (historique si rapport avec problématique)



- **Force de vente**
  - Effectif
  - Statuts
  - Organisation (Organigramme selon entreprise)

## **2 – Situation professionnelle à l'origine du projet**

- Constat, problématique, justification de l'action
- Objectifs quantitatifs et/ou qualitatifs
- Définition de la cible de prospection (segment concerné)

## **3 - Stratégie de prospection**

- Recherche de l'information
- Techniques et outils utilisés pour la prospection
- Planification et durée des actions
- Évaluation des moyens et des coûts (budgétiser l'opération – exemple : échantillons coûts, temps passé...)

## **4 -Bilan du projet – Conclusion**

- Analyse des résultats si projet réalisé
- Difficultés rencontrées et solutions apportées
- Règles à tirer de l'expérience – Apports personnel et professionnel

### III. LE CONTENU DU DOSSIER DE PROSPECTION (Guide enseignant à titre indicatif)

<u>PLAN</u>	<u>EXPLICATION</u>	ANNEXES POSSIBLES
<b>Introduction</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ L'idée du projet</li> <li>➤ L'élève : période de formation, missions, circonstances</li> <li>➤ Problématique : le constat</li> <li>➤ Introduction de l'idée du projet</li> </ul>	L'idée du projet doit être validée par le tuteur et l'enseignant. Il est préférable qu'il soit réellement mis en œuvre au sein de l'entreprise	
<b>Le projet doit être entièrement rédigé</b>		
<b>1 - Présentation de l'entreprise</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <b>Identification</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Nom, raison sociale</li> <li>○ Adresse</li> <li>○ Forme juridique,</li> <li>○ Salariés</li> <li>○ CA (selon entreprise)</li> </ul> </li> <li>➤ <b>Activités</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Secteur</li> <li>○ Gamme de produits</li> </ul> </li> <li>○ Marché :           <ul style="list-style-type: none"> <li>- clientèle</li> </ul> </li> </ul>	Postale+internet Sa date de création et son capital Indiquez l'effectif global  Où se situent les services proposés par l'entreprise  Profil type de clientèle (âge, sexe, situation familiale, profession, revenus, lieu d'habitation....)  Quelle place occupe l'entreprise par rapport aux concurrents ?	Un organigramme

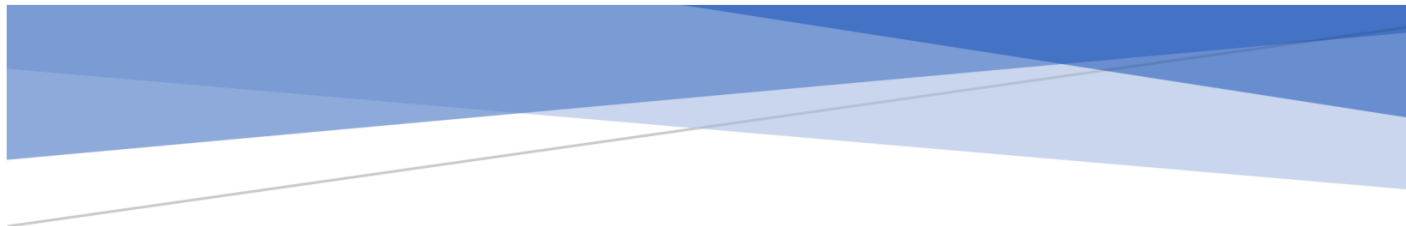
<p>- concurrent et son positionnement</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Méthodes de vente</li> <li>○ Outils et moyens de communication</li> <li>○ (historique si rapport avec problématique)</li> </ul> <p>➤ <b>Force de vente</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Effectif</li> <li>○ Statuts</li> <li>○ Organisation</li> </ul>	<p>+ géographique si pertinent.</p> <p>Méthodes utilisées par l'entreprise pour vendre ses produits et /ou services</p> <p>Site Internet, campagne pub, plaquette, prospectus, medias....</p> <p>Nombre de commerciaux, organisation de l'équipe de vente (présence d'un organigramme), statut des vendeurs et mode de rémunération</p>	<p>Répartition en % du CA par famille de produits ou de services vendus</p> <p><b>Graphique circulaire : catégorie de clientèle</b></p> <p><b>Positionnement :</b> Part de marché de l'entreprise. Carte géographique avec positionnement de la concurrence par rapport à l'entreprise. Ex de moyens de communication</p> <p>Organigramme selon entreprise</p>
<p><b>2 – Situation professionnelle à l'origine du projet</b></p>		
<p>➤ Constat, problématique, justification de l'action</p> <p>➤ Objectifs quantitatifs et/ou qualitatifs</p>	<p>- Dresser un constat sur la situation de l'entreprise (ex : lancement d'un nouveau produit, segment de clientèle inexploitée, secteur géographique inexploité....)</p> <p>- mettre en évidence un problème ou une difficulté liée à l'activité de l'entreprise.</p>	

<p>➤ Définition de la cible de prospection</p>	<p><b>Indiquer les objectifs :</b> Le nombre d'entreprises ou prospects ciblés. Décrire le segment concerné</p>	
<p><b>3 - Stratégie de prospection</b></p>		
<p>➤ Recherche de l'information</p> <p>➤ Techniques et outils utilisés pour la prospection</p>	<p><b>Concerne la préparation du projet :</b> Sélectionner des informations externes et/ou internes utiles pour mettre en place le projet.</p> <p>Décrire les différentes techniques utilisées pour réaliser le projet de prospection : Prospection terrain, téléphonique, mailing.... Citer et décrire les outils nécessaires en fonction de la ou les techniques de prospection retenues :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ prospection terrain :</li>   <li>➤ publipostage :</li>   <li>➤ prospection téléphonique :</li> </ul> <p>L'élève peut utiliser plusieurs modes de prospection (exemple une prospection terrain avec une technique précise et faire par la suite une relance téléphonique), il doit mettre en avant la totalité de sa démarche</p>	<p>Des supports d'aide à la prospection existent déjà au sein de l'entreprise ; ils doivent être récupérés durant les PFMP. Dans le cas contraire, ils doivent être créés : plan d'appel, argumentaire, liste des objections possibles avec les réponses possibles, questionnaire, plan de tournée....</p> <p>Exemple de plan de tournée, cartes, catalogue, argumentaire, liste d'objections possibles avec réponses, base de données, cartes de visites...</p> <p>Lettre type, base de données, prospectus, enveloppe T, coupon réponse.... Liste d'appel, plan d'appel, fichier prospect, fiche prospect, compte rendu....</p>

<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Planification et durée des actions</li>   <li>➤ Évaluation des moyens et des coûts (budgétiser l'opération – exemple : échantillons coûts, temps passé)</li> </ul>	<p>Planifier votre projet de prospection sous forme d'étapes (1ère étape ; 2ème étape....)</p> <p>Peut être présenté sous forme de tableau.</p> <p>Présenter les coûts de l'opération : les moyens financiers, matériels et humains nécessaires pour réaliser le projet avec les résultats obtenus.</p>	
<b>4 -Bilan du projet – Conclusion</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Analyse des résultats si projet réalisé</li>   <li>➤ Difficultés rencontrées et solutions apportées</li>   <li>➤ Règles à tirer de l'expérience – Apport personnel</li> </ul>	<p>A rédiger uniquement si le projet a été mis en œuvre dans l'entreprise.</p> <p>Cette partie permet d'analyser le projet en comparant les résultats attendus et obtenus. (du CA HTgénéral par le projet).  Évaluation de la rentabilité avec les ratios de prospection.  Points positifs et négatifs.</p> <p>Indiquer les résolutions  Peut être présenté sous forme de tableau présentant en face à face les difficultés et les solutions</p> <p>Apports personnels  Apports professionnels</p>	<p><b><u>Annexes :</u></b></p> <p>Entonnoir de prospection  Graphique  Il faut mettre en avant le travail de l'élève par rapport aux résultats attendus mis en avant dans les objectifs partie 2</p>

### **Propositions de techniques et de thèmes de prospection :**

- Développement d'un secteur géographique, non exploité à ce jour
- Lancement d'un nouveau produit ou service,
- Développement du portefeuille client sur une nouvelle cible, sur un nouveau secteur géographique, en utilisant les outils digitaux
- Elargissement de la cible avec un produit existant
- Mise en place, organisation et suivi de manifestations commerciales pour attirer une nouvelle clientèle
- Prospection téléphonique pour faire découvrir un nouveau concept
- Campagne de prospection téléphonique pour présenter la nouvelle entreprise, ou nouveau service, ou nouveau produit
- Réorganisation de la prospection,
- Recherche de rentabilité (réadapter un plan de tournée, utiliser de nouveaux outils de prospection....)
- Développement du portefeuille clients de l'entreprise
- Réactivation des clients inactifs et/ou dormants
- Mise en place, organisation, participation et suivi d'un salon professionnel



# ÉPREUVE E21

## LA NÉGOCIATION-VENTE

Grilles et documents

# GRILLE D'ÉVALUATION E21 EN PONCTUEL

## ANNEXE IV

<b>BACCALAUREAT PROFESSIONNEL VENTE</b> Prospection - Négociation - Suivi de clientèle <b>E2 (U21) : Négociation - Vente / coefficient 4</b> Temps de préparation : 30 minutes Durée : 30 Minutes maximum	Académie de : Centre d'interrogation : session :
Nom du candidat :	N°
<b>GRILLE D'ÉVALUATION E2 (U2) / Épreuve orale ponctuelle</b> Maîtrise des techniques de vente - Aptitude à mener une négociation	
<b>Phase .1. SIMULATION de Négociation - Vente</b> Durée : 15 Minutes maximum	
▪ <b>Aptitude à mettre en œuvre des techniques de négociation lors de la simulation de négociation vente</b>	--   -   +   ++
- Prise en compte des déterminants de la négociation : le profil du client, le repérage des besoins, les caractéristiques des produits vendus, les objectifs de négociation	/ <b>30 Pts</b>
- Habileté à utiliser des techniques de vente liées à la présentation de l'offre, à l'argumentation, au traitement des objections, à la conclusion	
- Mise en avant d'une démarche de négociation permettant d'atteindre les objectifs fixés	
<b>Phase .2. ENTRETIEN avec la commission</b> Durée : 15 Minutes maximum	
▪ <b>Pertinence et rigueur de l'analyse de la négociation</b>	--   -   +   ++
- Repérage des points forts et des points faibles de la simulation de négociation vente	/ <b>30 Pts</b>
- Explication des attitudes et des techniques de vente mises en œuvre dans la simulation	
- Justification de la cohérence de la démarche de négociation avec la situation donnée et avec la stratégie de l'entreprise	
<b>COMMUNICATION</b>	
▪ <b>Qualité de la communication orale professionnelle dans une situation de négociation vente</b>	--   -   +   ++
- Communication orale lors de la simulation	/ <b>20 Pts</b>
- Communication orale lors de l'entretien	
- Aptitude à convaincre	
<b>APPRÉCIATIONS DE LA COMMISSION D'INTERROGATION</b>	
Points forts	Points faibles
Noms et Signatures des examinateurs :	Pénalisation :
Date :	<b>Note : / 80</b> ..... / 20
<b>Pénalisation</b> : - 20 points sur 80 par élément manquant (fiche ou partie entreprise) dans le dossier. La commission d'interrogation se réserve le droit de pénaliser le candidat dans une limite de 40 points sur 80, pour des situations non différenciées contenues dans le dossier qui lui est présenté. <b>NB</b> : Joindre les documents de cadrage (jury et candidat) à la grille d'évaluation du candidat.	
Note sur 20 arrondie au ½ point supérieur	



# LE DOSSIER DE NÉGOCIATION

## LES ATTENTES

### I - LA FORME DU DOSSIER DE NÉGOCIATION

Le dossier élaboré par l'élève doit fournir toutes les informations au jury pour que la négociation se passe au mieux. Il doit comporter maximum 10 pages hors annexes. Ce dossier n'est pas évalué par le jury.

1. Une page de garde avec les éléments suivants :
  - a. Le logo de l'entreprise
  - b. Le nom de l'entreprise
  - c. Nom Prénom
  - d. Baccalauréat professionnel vente
  - e. Nom du lycée et adresse
2. Un sommaire ainsi que les titres des annexes
3. Pagination
4. Référence aux annexes et police de caractère sobre (maxi 12)

### II – LE PLAN DU DOSSIER DE NÉGOCIATION

1. La page de garde
2. Le sommaire
3. Le tableau synthétique (de préférence avec une mise en page en paysage)

Situations	Entreprise	Contexte	Type de client	Produits et/ou services	Objectifs
1					
2					
3					

4. La présentation de la ou les entreprise(s)
5. L'entreprise
  - a. Nom
  - b. Adresse
  - c. Forme juridique
  - d. Capital
  - e. Date de création
  - f. Effectif global
  - g. Effectif de la FDV
6. Son activité, ses produits et ses services
  
7. Sa clientèle
8. La zone de chalandise
9. Les méthodes de vente
10. La concurrence
11. Les trois fiches de négociation

Chaque fiche, de deux pages maximum, décrit une situation de négociation vente qui s'appuie sur les expériences professionnelles du candidat dans le ou les entreprises présentées dans la partie précédente. Les trois situations présentées doivent être nettement différenciées et permettre à la commission d'interrogation de disposer de plusieurs contextes de plusieurs types de clients et de plusieurs gammes ou lignes de produits/services.

# LA FICHE DE NÉGOCIATION - LES ATTENTES

Logo de l'entreprise exemple

## SITUATION DE NÉGOCIATION VENTE N° Titre de la situation

Photo produit ou illustration du service	Produit ou service vendu lors de la situation décrite (observée ou réalisée)  Types de clientèle : particulier ou professionnel  Contexte : rdv chez le client, vente sur stand, porte à porte, en agence.....
--	--

### 1. Description de la situation professionnelle:

Expliciter comment le contact avec le client/prospect a été établi ainsi que les conditions de la rencontre (rendez-vous, visite spontanée....)

### 2. Le ou les objectifs :

Vente, établissement d'un devis, prise de commande, signature d'un bon de visite...

### 3. Type de client concerné :

- Utilisateur, acheteur, revendeur, prescripteur, payeur...
- Age, CSP et autres spécificités...
- Budget
- Motivations, mobiles et attentes du client.

### 4. Description des produits :

Gamme ou ligne de produits (et/ou services) disponibles dans l'entreprise et susceptibles de convenir.

*Exple : la vente présentée concerne la vente d'une porte de garage automatique à un particulier propriétaire d'un pavillon. Le candidat présente la ligne de produits des portes de garage automatiques vendues par l'entreprise.*

Joindre en annexe une/des photos produits avec des fourchettes de prix et les différentes déclinaisons ou options disponibles.

### 5. Objectif atteint : oui ou non /justification

### 6. Suite à donner

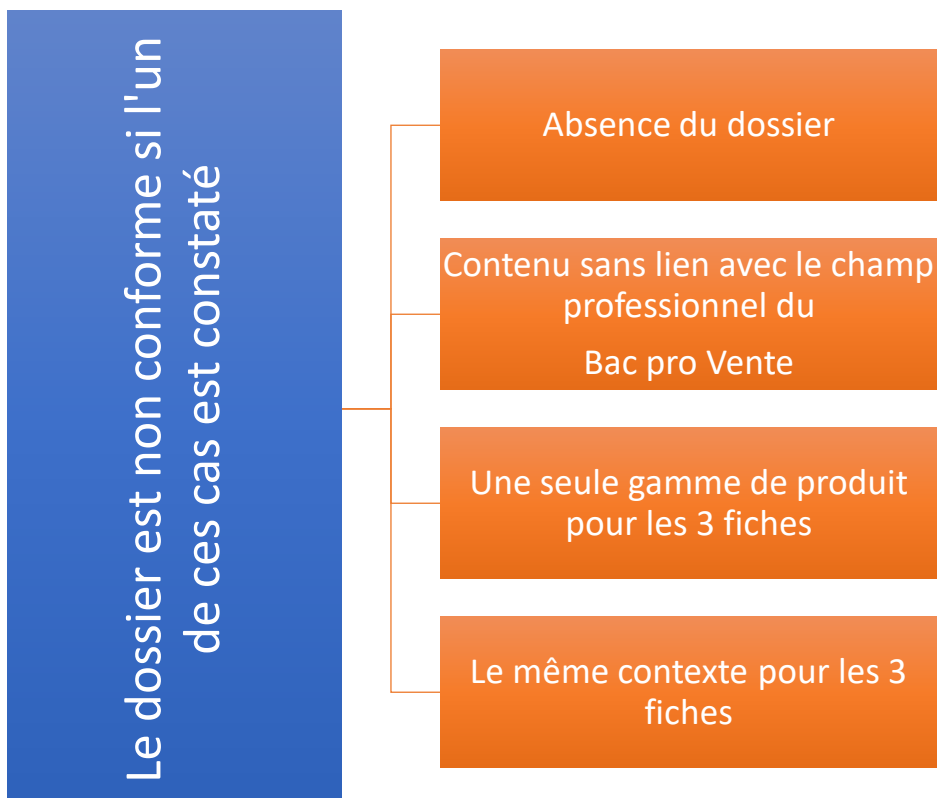
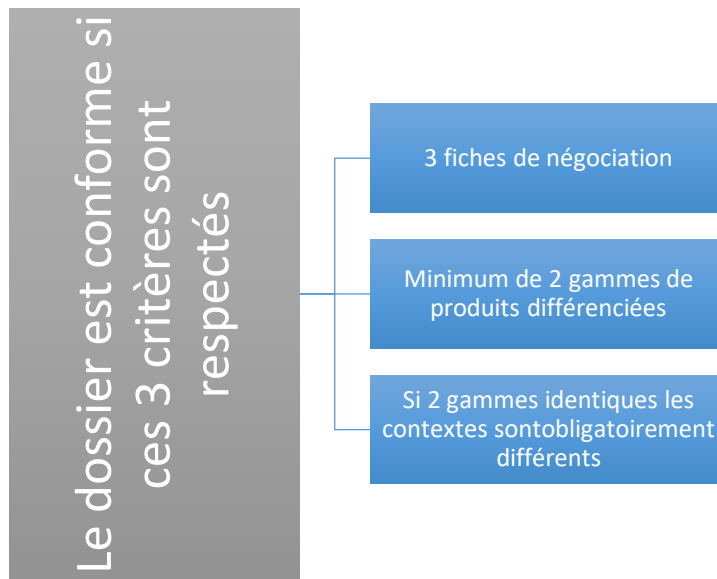
**NB:** Une partie décrivant le déroulement de la situation était par habitude jointe au dossier. Elle est à l'appréciation de l'enseignant formateur mais n'est pas indispensable au jury.

### Déroulement de la situation :

- La phase de préparation
- Le déroulement de l'action
  - La prise de contact
  - La découverte
  - L'argumentation
  - Les objections
  - La conclusion
  - La prise de congés

N° de candidat :		Grille de conformité du dossier « produit-entreprise-marché » E21			
Une ou deux présentation(s) d'entreprise(s) (2 pages par entreprise) <input type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non		Nombre total de pages (entre 8 et 10) <input type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non			
		Fiche 1	Fiche 2	Fiche 3	Observations
Rappel :	Présence de la fiche	<input type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non	<input type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non	<input type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non	
Les 3 fiches doivent être nettement différenciées	Présence d'au moins deux gammes différenciées	<input type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non			
	Si 2 gammes identiques les contextes sont obligatoirement différents	<input type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non			
2 pages par fiche de négociation		<input type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non	<input type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non	<input type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non	
<b>Cadre réservé à la commission</b>					
Conforme		<input type="checkbox"/> Toutes les parties ci-dessus sont présentes et respectées			
Partiellement conforme (les pénalités sont appliquées)		<input type="checkbox"/> Moins de 8 pages et plus de 10 <input type="checkbox"/> Fiche(s) manquante (s) <input type="checkbox"/> Dossier non informatisé			<b>Pénalités - points</b>
Non conforme (le candidat n'est pas interrogé et la note de zéro lui est attribuée)		<input type="checkbox"/> Absence de dossier <input type="checkbox"/> Contenu sans lien avec le champ professionnel du Bac pro Vente <input type="checkbox"/> Une seule gamme de produit pour les 3 fiches <input type="checkbox"/> Le même contexte pour les 3 fiches			
VALIDATION INSPECTION		NOM :			Signature

## LA CONFORMITE DU DOSSIER



# LA CHARTE DE DÉONTOLOGIE POUR LES JURYS D'EXAMENS

NOR : MENE1200149X <sup>1</sup>

charte du 4-4-2012

MEN - DGESCO-MPE

## Préambule

La présente charte s'applique à tous les agents publics (titulaires, stagiaires, contractuels et vacataires) qui interviennent, à quelque niveau que ce soit, dans la conception des sujets ou l'organisation des examens terminaux ainsi qu'aux membres de jury. Le non-respect des principes qui y sont énoncés engage leur responsabilité.

[...]

## Dispositions générales

**1** - Les personnes auxquelles s'applique la présente charte doivent respecter des principes de neutralité, de probité, de confidentialité, ainsi que celui de l'égalité de traitement des candidats.

**2** - Toute personne responsable au sens de l'article précédent est tenue de respecter le secret le plus absolu sur l'objet de sa mission : elle est tenue à une discrétion totale, que ce soit dans un cadre public ou privé, sur toutes les informations relatives à l'examen dont elle aurait connaissance.

**3** - Un agent ayant un enfant ou un proche parent candidat à un examen doit en faire la déclaration écrite à son supérieur hiérarchique. Il appartient au recteur d'apprécier les mesures éventuelles de précaution à prendre.

**4** - Il est interdit de se décharger de tout ou partie de ses missions sans y être explicitement autorisé par l'autorité compétente.

**5** - Quiconque intervient dans le processus de conception des sujets ou d'organisation des examens, à quelque moment que ce soit, est tenu de veiller avec une particulière vigilance à la sécurité des opérations dont il est chargé et au respect des procédures qui ont été définies. Cette obligation s'impose à toutes les personnes participant à l'élaboration des sujets, à leur transmission, à leur impression, à leur diffusion et à leur conservation ainsi qu'à l'organisation des épreuves ponctuelles et des jurys d'examen.

**6** - En aucun cas les notes attribuées ou les résultats ne peuvent être communiqués aux candidats ou à des tiers avant leur communication officielle.

## Dispositions spécifiques relatives à l'élaboration des sujets

[...]

### Dispositions concernant les membres de jury

**10** - Les membres de jury sont tenus au strict respect du principe d'impartialité à l'égard de tous les candidats.

**11** - Chaque correcteur est responsable de ses copies qui doivent être corrigées et conservées dans des conditions de sécurité optimales.

**12** - Les examinateurs sont soumis à une obligation d'objectivité et de neutralité lors des épreuves orales où ils doivent impérativement s'abstenir de toute allusion à la valeur de la prestation du candidat interrogé, à la qualité de l'enseignement qu'il paraît avoir reçu ou de toute demande et commentaire concernant son établissement d'origine, son âge, son sexe, son origine ou sa formation.

Lors de ces épreuves, les candidats sont traités avec autant de bienveillance que d'exigence.

**13** - Un secret absolu doit être observé sur les interrogations orales et les délibérer

---

<sup>1</sup> Extrait du BO n°15 du 12 avril 2012

## LES CONSIGNES POUR LA COMMISSION D'INTERROGATION

- ✓ Chaque membre de la commission d'interrogation doit lire et respecter la charte ;
  
- ✓ Si le candidat ne réalise pas son auto-évaluation, la commission d'interrogation encourage l'élève à la réaliser ;
  
- ✓ Lors de la mise en loge, le candidat peut avoir accès à l'outil numérique MAIS sans connexion internet ;
  
- ✓ Le document de cadrage (annexe 3) est réalisé en fonction d'UNE seule fiche de négociation ET la commission DOIT interroger uniquement sur cette fiche.

# DOCUMENT DE CADRAGE ÉPREUVE PONCTUELLE

Baccalauréat Professionnel VENTE SESSION 2017 <b>ANNEXE III<sub>1</sub></b>	<b>E2 (U21) : Négociation - Vente</b> <b>DOCUMENT JURY / CADRE CLIENT</b>
---	--

Ce document est réservé à la commission d'interrogation qui doit le compléter. Il lui permet de préciser le rôle et les attentes du client interprété par un des membres de la commission dans la simulation de la situation de négociation - vente.

Nom du candidat :

Temps de préparation : 30 minutes

✓ **Type de client** :

Client

Prospect

✓ **Informations sur le client** :

Particulier

Nom :

PCS :

Situation familiale :

Revenus :

Autres informations :

Professionnel

Utilisateur

Prescripteur

Distributeur

Nom de l'entreprise :

Nom de la personne rencontrée :

Qualité :

Autres informations :

✓ **Motifs d'achat** :

Sécurité

Orgueil

Nouveauté

Confort

Argent

Sympathie

✓ **Propositions d'objections** :

Trésorerie

Besoin inexistant

Stock existant

Autre fournisseur en place

Délai :

Autres offres concurrentes

Autres (à préciser) :

Pouvoir de décision

Période, saison

Décision retardée

Place dans le linéaire

Manque de cohérence avec l'image de l'entreprise



Baccalauréat Professionnel VENTE SESSION 2017 <b>ANNEXE III<sub>2</sub></b>	<b>E2 (U21) : Négociation - Vente</b> <b>Coefficient : 4</b>
<b>Temps de préparation : 30 minutes</b>	<b>Durée de l'épreuve : 30 minutes maximum</b>
1. Simulation d'une négociation - vente : 15 minutes maximum	2. Entretien avec le jury : 15 minutes maximum
<b>Académie de :</b>	<b>Session :</b>
<b>Centre d'interrogation :</b>	<b>Nom du candidat :</b>

**DOCUMENT CANDIDAT**  
**CADRAGE DE LA SITUATION DE NÉGOCIATION - VENTE**

---

- ✓ **Contexte de la situation de négociation - vente à partir du dossier « Produits - Entreprises - Marché »**
  - Identification de l'entreprise :
  - Localisation géographique :
  - Clientèle :
  - Produits vendus :
  
- ✓ **Situation de négociation - vente**
  - Contexte de la situation :
  - Type de client concerné :
  - Objectif commercial à atteindre :



ÉPREUVE E31

L'ÉVALUATION DE LA FORMATION  
EN MILIEU PROFESSIONNEL

# ATTESTATION PFMP

ANNEXE VII

## BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL VENTE

Prospection, négociation, suivi de clientèle

### Sous- Epreuve E31

Pratique de la prospection, de la négociation, du suivi et de la fidélisation de la clientèle

## FORMATION EN MILIEU PROFESSIONNEL

### ATTESTATION

Je soussigné....., Chef d'établissement  
de l'établissement.....  
certifie que

**NOM :** ..... **Prénom :** .....  
inscrit dans l'établissement que je dirige, en classe de baccalauréat professionnel VENTE  
(prospection, négociation, suivi de clientèle) a suivi, conformément à la législation en vigueur, des  
périodes de formation en entreprise d'une durée de 18 semaines.

NOM ET ADRESSE DE L'ENTREPRISE (et / ou CACHET)	PÉRIODE	NOM DU TUTEUR ET SIGNATURE

Le.....

Signature (et cachet de l'établissement)

# DOCUMENTS POUR LE CCF

## ANNEXE VIII

### BACCALURÉAT PROFESSIONNEL VENTE

Prospection, négociation, suivi de clientèle

**Formation en milieu professionnel**

**Document de liaison :**

**Établissement / Entreprise / Apprenant**

### DOCUMENT DE CONTRACTUALISATION ET DE SUIVI DES OBJECTIFS DE FORMATION EN ENTREPRISE

**E31 en CCF**

**Pratique de la prospection, de la négociation, du suivi et de la fidélisation de la clientèle**

**· Nom et prénom du candidat :**

**· Établissement ou Centre de formation :**

**Année scolaire :**

Ces documents sont des documents de positionnement. La note est attribuée, après la quatrième période, par l'équipe enseignante qui a réalisé le positionnement avec le ou les tuteur(s) durant les quatre PFMP.

L'enseignant prendra des notes personnelles durant l'entretien avec le tuteur et conservera l'ensemble des grilles, des attestations et des notes personnelles durant une année. Ces documents doivent être conservés dans l'établissement de l'élève concerné.

ANNEXE VIII. A - COMPÉTENCES PROFESSIONNELLES Activités types	1 <sup>ère</sup> période		2 <sup>e</sup> période		3 <sup>e</sup> période		4 <sup>e</sup> période	
	Activités		Activités		Activités		Activités	
	Prévues	Réalisées	Prévues	Réalisées	Prévues	Réalisées	Prévues	Réalisées
<b>PROSPECTION</b>								
<b>1. ORGANISER UNE OPÉRATION DE PROSPECTION</b>								
▪ Recherche d'information sur l'entreprise, ses produits, les marchés								
▪ Participation à la sélection de la cible								
▪ Élaboration d'un plan de prospection, plan de tournées								
▪ Constitution et/ou mise à jour d'un fichier prospects								
▪ Utilisation d'outils d'aide à la prospection (fiche prospect, plan d'appel, publipostage...)								
<b>2. RÉALISER UNE OPÉRATION DE PROSPECTION</b>								
▪ Participation à une opération de publipostage								
▪ Émission d'appels téléphoniques								
▪ Prise de rendez-vous								
▪ Réalisation de prospection systématique de terrain								
▪ Participation à des manifestations commerciales								
▪ Traitement des contacts								
<b>NÉGOCIATION</b>								
<b>3. PRÉPARER LES VISITES</b>								
▪ Recherche et sélection des informations relatives au client, à l'entreprise et aux transactions passées								
▪ Détermination des objectifs de la visite								
▪ Sélection des outils et des supports								
<b>4. RÉALISER DES VENTES</b>								
▪ Entrée en contact								
▪ Découverte de la situation du client								
▪ Présentation de l'offre commerciale								
▪ Conclusion de la négociation								
▪ Prise de congé								
<b>SUIVI ET FIDÉLISATION</b>								
<b>5. EXÉCUTER DES TÂCHES CONSÉCUTIVES AUX VISITES</b>								
▪ Analyse des résultats de la visite								
▪ Réalisation de comptes rendus de visites, mise à jour de fichiers et documents								
▪ Transmission des informations et remontées du terrain								
<b>6. SUIVRE L'EXÉCUTION DES COMMANDES, DES LIVRAISONS</b>								
▪ Transmission des bons de commande								
▪ Participation au contrôle des livraisons, à la mise en service ou à l'exécution du paiement								
<b>7. ASSURER LA FIDÉLISATION DU CLIENT</b>								
▪ Relance des clients								
▪ Vente de réapprovisionnement								
▪ Participation à des actions de suivi de la satisfaction de la clientèle (enquête téléphonique, visite de suivi)								
▪ Exploitation d'opérations de fidélisation de la clientèle (enquête de satisfaction, supports de fidélisation, événements commerciaux)								
<b>8. RENDRE COMPTE DE LA PROSPECTION ET/OU DU SUIVI D'ACTIVITÉ</b>								
▪ Production d'une synthèse écrite relative à une opération de prospection								
▪ Présentation orale de cette synthèse								
▪ Compte rendu d'activités et de résultats lors d'entretiens avec le chef des ventes ou de réunions de l'équipe de vente								

ANNEXE VIII <sub>2</sub> . B. ATTITUDES PROFESSIONNELLES	1 <sup>ère</sup> période	2 <sup>ème</sup> période	3 <sup>ème</sup> période	4 <sup>ème</sup> période
	Attitudes à privilégier	Attitudes à privilégier	Attitudes à privilégier	Attitudes à privilégier
<b>COMMUNICATION</b>				
1. Communiquer - Maîtriser son expression (orale, écrite)				
2. Adapter son comportement et sa tenue au secteur professionnel (clientèle, produit...)				
<b>ADAPTATION</b>				
3. S'intégrer dans une équipe de travail				
4. S'adapter aux méthodes et consignes de travail				
<b>IMPLICATION</b>				
5. Collaborer aux objectifs de l'équipe de vente				
6. S'impliquer dans son travail, faire preuve de motivation				
<b>ORGANISATION – PRISE D'INITIATIVES</b>				
7. Gérer son temps, sa charge de travail, faire preuve d'autonomie				
8. Faire preuve d'esprit d'initiative dans le respect de sa marge de manœuvre et des règles de confidentialité				

1 <sup>ère</sup> période	2 <sup>e</sup> période	3 <sup>e</sup> période	4 <sup>e</sup> période
Du : Au :	Du : Au :	Du : Au :	Du : Au :
Nom de l'entreprise :	Nom de l'entreprise :	Nom de l'entreprise :	Nom de l'entreprise :
Nom et signature du tuteur :	Nom et signature du tuteur :	Nom et signature du tuteur :	Nom et signature du tuteur :
NOM et signature de formateur :	NOM et signature de formateur :	NOM et signature de formateur :	NOM et signature de formateur :
CACHET de l'entreprise :	CACHET de l'entreprise :	CACHET de l'entreprise :	CACHET de l'entreprise :
Observations :	Observations :	Observations :	Observations :

ANNEXE VIII - 3/3

## ANNEXE IX

### BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL VENTE - Prospection, négociation, suivi de clientèle Document à l'usage des évaluateurs : Equipe pédagogique et tuteur en entreprise

ACADÉMIE :	Session :
NOM et Prénom du candidat :	
Établissement ou Centre :	

#### GRILLE DE POSITIONNEMENT DES OBJECTIFS DE FORMATION EN ENTREPRISE E31 en CCF

OBJECTIFS DE FORMATION	1 <sup>ère</sup> période du ..... au .....				2 <sup>e</sup> période du ..... au .....				3 <sup>e</sup> période du ..... au .....				4 <sup>e</sup> période du ..... au .....			
	NOM de l'entreprise				NOM de l'entreprise				NOM de l'entreprise				NOM de l'entreprise			
<b>A. COMPÉTENCES PROFESSIONNELLES</b>	--	-	+	++	--	-	+	++	--	-	+	++	--	-	+	++
<b>PROSPECTION</b>																
1. Organiser une opération de prospection																
2. Réaliser une opération de prospection																
<b>NÉGOCIATION</b>																
3. Préparer les visites																
4. Réaliser des ventes																
<b>SUIVI ET FIDÉLISATION</b>																
5. Exécuter les tâches consécutives aux visites																
6. Suivre l'exécution : des commandes, des livraisons, de la mise en service, du paiement																
7. Assurer la fidélisation du client																
8. Rendre compte de la prospection et/ou du suivi d'activité																
<b>B. ATTITUDES PROFESSIONNELLES</b>	--	-	+	++	--	-	+	++	--	-	+	++	--	-	+	++
<b>COMMUNICATION</b>																
1. Communiquer, Maîtriser son expression (orale, écrite)																
2. Adapter son comportement et sa tenue au secteur professionnel (clientèle, produit...)																
<b>ADAPTION</b>																
3. S'intégrer dans une équipe de travail																
4. S'adapter aux méthodes et consignes de travail																
<b>IMPLICATION</b>																
5. Collaborer aux objectifs de l'équipe de vente																
6. S'impliquer dans son travail, faire preuve de motivation																
<b>ORGANISATION – PRISE D'INITIATIVES</b>																
7. Gérer son temps, sa charge de travail, faire preuve d'autonomie																
8. Faire preuve d'esprit d'initiative dans le respect de sa marge de manœuvre et des règles de confidentialité																
Nom et signature du tuteur																
Nom et signature du formateur																
Observations																
CACHET de l'entreprise																

-- : Très insuffisant   - : Insuffisant   + : Satisfaisant   ++ : Très satisfaisant

**BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL VENTE**  
Prospection, négociation, suivi de clientèle

**GRILLE DE SYNTHÈSE DES ÉVALUATIONS ET PROPOSITION  
DE NOTE E31 (U31) EN CCF**

Pratique de la prospection, de la négociation, du suivi et de la  
fidélisation de la clientèle - Coefficient : 2

ACADÉMIE :	
NOM et Prénom du candidat :	Session :
Établissement ou Centre :	

OBJECTIFS DE FORMATION	Profil du candidat				Observations
	--	-	+	++	
<b>A. COMPÉTENCES PROFESSIONNELLES</b>					
Prospecter					
Négocier					
Assurer le suivi et la fidélisation					
<b>B. ATTITUDES PROFESSIONNELLES</b>					
Communiquer					
S'adapter					
S'impliquer					
S'organiser – Prendre des initiatives					

-- : Très insuffisant   - : Insuffisant   + : Satisfaisant   ++ : Très satisfaisant

<b>Appréciations de l'équipe pédagogique :</b>

Évaluation FINALE	
Compétences professionnelles	/ 12
Attitudes professionnelles	/ 08
<b>Proposition de note au jury</b>	<b>TOTAL : / 20</b>

Note sur 20 arrondie au ½ point supérieur

Nom et signature des professeurs de la spécialité :

Date