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**

**GRILLE D’ÉVALUATION E32 en ponctuel**



**INDICATEURS D’ÉVALUATION POUR L’ÉPREUVE E32**

| **Indicateurs d’évaluation** | | **Évaluation** | **NOTE** |
| --- | --- | --- | --- |
| Analyse de la situation et pertinence de l’idée de projet /3points | | | |
| Analyse de la problématique /2 pts | | |  |
| * Analyse complète | | TS | /3 |
| * Analyse partielle | | S |
| * Aucune analyse | | I |
| Énoncé de l’idée /1 pt | | |
| * Idée adaptée au constat | | TS |
| * Idée partiellement adaptée | | S |
| * Idée inadaptée | | I |
| Mise en œuvre du projet /7 points | | | |
| Démarche suivie /3 pts | | |  |
| * Complète et cohérente | | TS | /7 |
| * Cohérente mais incomplète | | S |
| * Incohérente | | I |
| Sources d’informations internes, externes, partenaires /1 pt | | |
| * Identifiées | | TS |
| * Non identifiées | | I |
| Études réalisées /1 pt | | |
| * Adaptées | | TS |
| * Partiellement adaptées | | S |
| * Inadaptées ou inexistantes | | I |
| Pertinence des propositions retenues /2 pts | | |
| * Propositions pertinentes | | TS |
| * Propositions incomplètes | | S |
| * Propositions inadaptées | | I |
| Qualité et rigueur de la production écrite /5 pts | | | |
| * Présentation : -0.5 par critère suivant manquant * Sommaire * Pagination * Page de garde * Référence aux annexes * Clarté de la mise en page * Lisibilité * Minimum 4 pages hors annexes (-1 si nombre de pages inférieur à 4) * La syntaxe et l’orthographe seront pénalisées à hauteur de 1 point maximum | | | /5 |
| TOTAL PREMIÈRE SITUATION D’ÉVALUATION | | | /15 |
| NOMS DES CORRECTEURS | SIGNATURES | | |

1. **PREMIERE SITUATION D’EVALUATION : LE MONTAGE DU PROJET /15 points**
2. **DEUXIEME SITUATION D’EVALUATION : SOUTENANCE DU PROJET / 45 points**

**15 minutes de présentation et 15 minutes d’entretien**

| **Indicateurs d’évaluation** | | **Évaluation** | **NOTE** |
| --- | --- | --- | --- |
| Clarté et cohérence de la présentation orale /15 points | | | |
| Construction, plan, rigueur et enchaînement des parties /4 pts | | | /15 |
| * Parfaite cohérence de l’ensemble | | TS |
| * Ruptures dans l’enchaînement | | S |
| * Manque de logique dans la construction et/ou exposé hésitant | | I |
| Rigueur de l’exposé et respect du temps /3pts | | |
| * 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 |
| Clarté des informations transmises /4 pts | | |
| * Exposé clair des informations | | TS |
| * Exposé incomplet | | S |
| * Exposé inadapté | | I |
| Tenue professionnelle et qualité de l’expression /4 pts | | |
| * Tenue et langage adaptés | | TS |
| * Tenue ou langage adapté(e) | | S |
| * Tenue et langage inadaptés | | I |
| Aptitude à convaincre lors des échanges avec la commission d’interrogation /15 points | | | |
| Pertinence des arguments retenus /4 pts | | | /15 |
| * Arguments pertinents | | TS |
| * Arguments partiellement adaptés | | S |
| * Arguments maladroits | | I |
| Pouvoir de conviction /4 pts | | |
| * Parfaite aptitude à convaincre | | TS |
| * Tentative de conviction | | S |
| * Manque de conviction | | I |
| Pratique de l’écoute active /3 pts | | |
| * Capacité d’écoute et d’intégration satisfaisantes | | TS |
| * Capacité d’écoute et d’intégration moyennes | | S |
| * Capacité d’écoute et d’intégration insuffisante | | I |
| Rigueur de la justification des choix /4 pts | | |
| * Justifications rigoureuses | | TS |
| * Justifications incomplètes | | S |
| * Justifications inadaptées | | I |
| Utilisation judicieuse d’outils de communication et/ou de supports de communication /15 points | | | |
| Utilisation du ou des outil(s) de communication lors de l’exposé /5 points | | |  |
| * Adaptée (ordonnée, professionnelle) | | TS | /15 |
| * Partiellement adaptée (désordonnée) | | S |
| * Inadaptée (sans aucune maîtrise) | | I |
| Qualité de la prestation orale /5 points 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 |
| Choix du ou des support(s) visuel(s) présenté(s) /5 points | | |
| * 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**

1. **LA FORME DU DOSSIER DE PROSPECTION**

Le projet de prospection doit comporter :

1. Une page de garde avec les éléments suivants :
   1. Titre du projet
   2. Nom
   3. Classe
   4. Nom du lycée et adresse
2. Un sommaire ainsi que les titres des annexes

# Pagination

1. Référence aux annexes et police de caractère sobre (maxi 12)
2. **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

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

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **PLAN** | **EXPLICATION** | **ANNEXES POSSIBLES** |
| Introduction  * L’idée du projet * L’élève : période de formation, missions, circonstances * Problématique : le constat * Introduction de l’idée du projet | 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 |  |
| **Le projet doit être entièrement rédigé** | |  |
| 1 - Présentation de l’entreprise | |  |
| * **Identification**    + Nom, raison sociale   + Adresse   + Forme juridique,   + Salariés   + CA (selon entreprise) * **Activités**   + Secteur   + Gamme de produits   + Marché :   - clientèle  - concurrent et son positionnement   * + Méthodes de vente   + Outils et moyens de communication   + (historique si rapport avec problématique)     - **Force de vente**   + Effectif   + Statuts   + Organisation | 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 ?  + géographique si pertinent.  Méthodes utilisées par l’entreprise pour vendre ses produits et /ou services  Site Internet, campagne pub, plaquette, prospectus, medias….  Nombre de commerciaux, organisation de l’équipe de vente (présence d’un organigramme), statut des vendeurs et mode de rémunération | Un organigramme  Répartition en % du CA par famille de produits ou de services vendus  **Graphique circulaire : catégorie de clientèle**  **Positionnement :**  Part de marché de l’entreprise.  Carte géographique avec positionnement de la concurrence par rapport à l ‘entreprise.  Ex de moyens de communication  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 | - Dresser un constat sur la situation de l’entreprise (ex : lancement d’un nouveau produit, segment de clientèle inexploitée, secteur géographique inexploité….)  - mettre en évidence un problème ou une difficulté liée à l’activité de l’entreprise.  **Indiquer les objectifs :** Le nombre d’entreprises ou prospects ciblés.  Décrire le 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) | **Concerne la préparation du projet :**  Sélectionner des informations externes et/ou internes utiles pour mettre en place le projet.  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 :   * prospection terrain : * publipostage : * prospection téléphonique :   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  Planifier votre projet de prospection sous forme d’étapes (1ère étape ; 2ème étape….)  Peut être présenté sous forme de tableau.  Présenter les coûts de l’opération : les moyens financiers, matériels et humains nécessaires pour réaliser le projet avec les résultats obtenus. | 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….  Exemple de plan de tournée, cartes, catalogue, argumentaire, liste d’objections possibles avec réponses, base de données, cartes de visites…  Lettre type, base de données, prospectus, enveloppe T, coupon réponse….  Liste d’appel, plan d’appel, fichier prospect, fiche prospect, compte rendu…. |
| **4 -Bilan du projet – Conclusion** | |  |
| * Analyse des résultats si projet réalisé * Difficultés rencontrées et solutions apportées * Règles à tirer de l’expérience – Apport personnel | A rédiger uniquement si le projet a été mis en œuvre dans l’entreprise.  Cette partie permet d’analyser le projet en comparant les résultats attendus et obtenus. (du CA HTgénéré par le projet).  Evaluation de la rentabilité avec les ratios de prospection.  Points positifs et négatifs.  Indiquer les résolutions  Peut être présenté sous forme de tableau présentant en face à face les difficultés et les solutions    Apports personnels  Apports professionnels | **Annexes :**  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 |

**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**

**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 :
   1. Le logo de l’entreprise
   2. Le nom de l’entreprise
   3. Nom Prénom
   4. Baccalauréat professionnel vente
   5. Nom du lycée et adresse
2. Un sommaire ainsi que les titres des annexes

# Pagination

# Référence aux annexes et police de caractère sobre (maxi 12)

# II – LE PLAN DU DOSSIER DE NÉGOCIATION

# La page de garde

# Le sommaire

# 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 |  |  |  |  |  |

# La présentation de la ou les entreprise(s)

# L’entreprise

# Nom

# Adresse

# Forme juridique

# Capital

# Date de création

# Effectif global

# Effectif de la FDV

1. Son activité, ses produits et ses services

# Sa clientèle

# La zone de chalandise

# Les méthodes de vente

# La concurrence

# 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....)

1. **Le ou les objectifs :**

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

1. **Type de client concerné :**

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

1. **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.

1. **Objectif atteint : oui ou non /justification**
2. **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)  ⬜ Oui ⬜ Non | | | | Nombre total de pages (entre 8 et 10)  ⬜ Oui ⬜ Non | | |
|  | | **Fiche 1** | **Fiche 2** | | **Fiche 3** | **Observations** |
| Rappel :  Les 3 fiches doivent être nettement différenciées | Présence de la fiche | ⬜ Oui ⬜ Non | ⬜ Oui ⬜ Non | | ⬜ Oui ⬜ Non |  |
| Présence d’au moins deux gammes différenciées | ⬜ Oui ⬜ Non | | | |  |
| Si 2 gammes identiques les contextes sont obligatoirement différents | ⬜ Oui ⬜ Non | | | |  |
| 2 pages par fiche de négociation | | ⬜ Oui ⬜ Non | ⬜ Oui ⬜ Non | | ⬜ Oui ⬜ Non |  |
| **Cadre réservé à la commission** | | | | | | |
| Conforme | | 🗆 Toutes les parties ci-dessus sont présentes et respectées | | | |  |
| Partiellement conforme  (les pénalités sont appliquées) | | 🗆  Moins de 8 pages et plus de 10  🗆  Fiche(s) manquante (s)  🗆  Dossier non informatisé | | | | Pénalités - points |
| Non conforme  (le candidat n’est pas interrogé et la note de zéro lui est attribuée) | | 🗆  Absence de dossier  🗆  Contenu sans lien avec le champ professionnel du Bac pro Vente  🗆  Une seule gamme de produit pour les 3 fiches  🗆  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 [[1]](#footnote-1)  
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

**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**



ÉPREUVE E31

L’ÉVALUATION DE LA FORMATION EN MILIEU PROFESSIONNEL

Grilles et documents



**ATTESTATION PFMP**



**DOCUMENTS POUR LE CCF**

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.









1. Extrait du BO n°15 du 12 avril 2012 [↑](#footnote-ref-1)