

Baccalauréat professionnel vente  
PROJET DE PROSPECTION E3 B3

TITRE DU PROJET : .....

**I. Les caractéristiques de l'entreprise**

- ◆ **Historique** : introduction de 2 à 3 lignes
- ◆ **Identification de l'entreprise**
  - Nom, raison sociale, capital
  - Adresse, tel, fax, adresse électronique
  - SIREN, SIRET
  - Forme juridique
  - Chiffre d'affaires
  - Nombre de salariés
- ◆ **Activité**
  - Secteur d'activité
  - Secteur géographique
  - Marché : clientèle et concurrence
  - Gamme de produits
  - Positionnement
  - Méthodes de vente employées
  - Type(s) de communication
- ◆ **Force de vente**
  - Statut
  - Organisation
  - Organigramme

**II Problématique** POURQUOI ?

- ◆ Constat – Analyse du marché
- ◆ Justification de l'action
- ◆ Objectifs : quantitatifs, qualitatifs, temporels

**III Démarche suivie pour monter le projet** COMMENT ?

- ◆ **Définition de l'activité**
  - QQQQCP
  - Planning prévisionnel des actions
- ◆ **Préparation de l'activité**
  - Recherche des informations externes ou internes
  - Sélection des informations utiles
  - Exploitation des sources documentaires (quels documents ? Pour quel usage ?)

Annexe n°	Type de document	Origine	Usage

- Exploitation des informations relatives à la clientèle

Critères de segmentation de la clientèle (âge, sexe, csp...)

Représentation graphique et commentaires

- Elaboration des outils de communication 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 sur stand : PLV, argumentaires, fiche contact, prospectus, agenda...
  - .....

◆ **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.

II. **La stratégie de prospection**

- Identification de la cible et justification
- Définition et quantification des objectifs
- Evaluation des moyens et des coûts
- Techniques et outils de prospection
- Suivi de la prospection (les résultats si action réalisée)

**CONCLUSION**

**Prévoir l'utilisation judicieuse d'outils de communication**

***REPERES DE PRESENTATION***

- Maîtrise des outils de communication écrite
- Utilisation d'une police de caractère sobre de type Arial maxi 12
- Sommaire
- Pagination
- Page de garde
- Attention aux interlignes, aux marges, aux alignements
- Clarté de la mise en page et lisibilité
- Référence aux annexes