1. Ne pas oublier le mettre dans le titre la désignation du produit

# Informations pratiques sur la fiche de négociation

1. Les candidats doivent proposer OBLIGATOIREMENT dans leur dossier POUR CHAQUE FICHE une gamme de produits

Exemple :

* 1. Automobile : CITROEN C3, le candidat doit proposer plusieurs versions de la gamme (motorisation, essence, diesel, nombre de portes 3,4 ou 5, une palette de couleurs, d’options …)
	2. Immobilier : L’élève qui propose en fiche un appartement doit proposer maxi 3 types de F3

Si l’élève propose un produit technique il a la possibilité de joindre en annexe un document explicatif

1. Dans la description :

L’élève a le choix de décrire sa négociation sous forme de tableau ou sous forme de texte.

Dans tous les cas chaque sous parties doit être renseignées et le candidat doit développer deux techniques au maximum par sous parties afin de laisser plus de latitude au jury.

**RECOMMANDATIONS PÉDAGOGIQUES**

* Le dossier n’est pas évalué mais il doit être informatisé et réalisé, au minimum, en double exemplaire
* La fiche signalétique doit être présentée sur un maximun de 2 pages accompagnée des annexes de l’entreprise concernée.
* Chaque fiche de négociation d’un maximum de 2 pages accompagnée de ses annexes doit impérativement porter sur des activités de négociation-vente dans des contextes différents : types de clients, situations, produits.
* La trame du dossier ci-après précise les contenus attendus par les jurys (la forme reste libre)

DOSSIER «  PRODUITS – ENTREPRISE – MARCHÉ »

## FICHE SIGNALÉTIQUE DE L’ENTREPRISE

⌦ **Identification de l’entreprise**

* Nom de l’entreprise
* Adresse, téléphone, télécopie, adresse électronique
* Secteur d’activité
* Forme juridique
* Chiffre d’affaires
* Effectif global + organigramme (en annexe, si structure et taille suffisante)

⌦ **Produits vendus**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Étendue de la gamme des produits vendus** | **Répartition du CA/famille ou ligne de produits** | **Lignes de produits ou modèles** |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |

*Ex : Appartements en % (F1, F2, F3, studio…)*

*Pavillons ((plein pied, étage, sous-sol…)*

*Locaux commerciaux, industriels..*

⌦ **Concurrence**

|  |  |
| --- | --- |
| **Principaux concurrents** | **Localisation géographique** |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

⌦ **Secteur géographique**

* Étendue, délimitation du secteur d’activité. (carte en annexe sans faire apparaître le découpage des secteurs.

⌦ **Techniques de vente pratiquées par l’entreprise (P.N.S.)**

**⌦ Clientèle**

|  |  |
| --- | --- |
| **Catégorie de clients** | **Répartition du CA/Catégorie (%)** |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

# Ex : Particuliers, professionnels, typologie, CSP…

# *FICHE DE NÉGOCIATION – VENTE N°*

**Désignation du produit vendu**

⌦ **Le contexte de la situation**

* Lieu
* Circonstances
* Désignation produit proposé, vendu

⌦**Le type de clients concernés**

* Profil Particulier – Professionnel

 Fonction : acheteur, utilisateur, prescripteur…

 Prospect, client

 Âge, sexe, PCS…

⌦**Description de la gamme ou de la ligne de produits et/ou services proposée(s) par le vendeur**

* Produit(s) proposé(s)
* Image de marque, notoriété des produits proposés par l’entreprise

⌦ **Description de la négociation**

* Recherche des besoins (problématique, mobiles….)
* Arguments développés ou adaptés
* Traitement des objections (nature des objections, techniques employées)
* Conclusion de la négociation (solutions retenues..)

**⌦ Services proposés à la clientèle**

* Services associés, complémentaires et payants (livraison, SAV, garantie, maintenance, installation, mode de paiement..)

⌦ **Support(s) utilisé(s)**

* Catalogue, documentation technique

