

## Conseils à la préparation du projet de prospection

### A) Le projet écrit

Etape 1 : diagnostic, émergence de la problématique :

Que vous mettiez en place ou que vous participiez à une opération de prospection, celle-ci est toujours la réponse à une situation professionnelle.

Votre premier travail consiste à identifier cette situation, c'est à dire en réaliser un diagnostic précis. En effet, toute idée de projet émerge du constat d'une situation.

Exemple : Le développement de la notoriété et du chiffre d'affaires.....

Dans votre entreprise, il est possible que vous soyez obligé de « prendre le train en marche » ( *votre tuteur vous propose de réaliser une opération de phoning afin de proposer un nouveau produit d'assurance à ses clients propriétaires...*). Dans ce cas là, vous devrez impérativement identifier le constat et la problématique qui ont mené à cette décision.

Votre idée doit être validée par votre tuteur et votre enseignant.

Etape 2 : Identification des stratégie de prospection possibles

Vous devez tout d'abord identifier **la cible de prospect** que vous devez atteindre en **justifiant votre choix**.

Puis vient le moment où vous *envisagez une ou plusieurs techniques de prospection* qui peuvent vous permettre de **résoudre votre problématique**.

Techniques de prospection	Avantages	Inconvénients	Choix (oui, non)

Attention : Toutes vos propositions doivent être cohérentes avec la stratégie commerciale de l'entreprise et validées par votre tuteur. Vous devez pouvoir les positionner dans la stratégie globale de l'entreprise.

Enfin, afin d'évaluer les résultats, il est nécessaire de fixer des objectifs à votre opération de prospection. Faites-vous conseiller par votre tuteur.

**En synthèse, vous aurez défini votre stratégie de prospection lorsque vous aurez identifié :**

- **Votre cible de prospection**
- **Les techniques de prospection que vous souhaitez utiliser**
- **Les objectifs que vous souhaitez atteindre.**

### Troisième étape : Les démarches mises en œuvre

Vous quitter la partie **réflexion** pour entrer dans celle de l'**action**. Suivant vos choix de stratégie, vous allez devoir créer vos supports (fichier prospect, plan d'appel, argumentaire, fiche prospect, questionnaire de prospection, publipostage, courrier à vos partenaires, plan de tournée...). Vous devez aussi réaliser un budget prévisionnel de vos actions

Souvent, beaucoup de supports existent déjà dans l'entreprise. Récupérer un maximum de documentations, d'exemples de fichiers...et rapportez-les en classe dans un dossier organisé.

### Quatrième étape : Analyse de l'action et remédiation

Cette étape constitue la synthèse de votre travail. Elle dresse un bilan objectif de vos actions et propose si nécessaire une remédiation aux difficultés rencontrées. Vous en évaluez la rentabilité. Vous pouvez aussi envisager la suite à donner à votre opération de prospection.

Voilà un bref aperçu du travail que vous allez réaliser. Il vous restera ensuite à préparer votre oral.

#### **En bref :**

**Etape 1 :** Réaliser le constat d'une situation commerciale et faites émerger une problématique. Déduisez-en votre idée de projet.

**Etape 2 :** Identifier une stratégie de prospection en déterminant :

- Votre cible de prospection
- Les techniques de prospection possibles à utiliser
- Les objectifs que vous souhaitez atteindre.

**Etape 3 :** Mettez en œuvre votre démarche de prospection, créez vos supports. Servez-vous de vos cours, faites-vous aider par votre tuteur...

**Etape 4 :** Réalisez le bilan de votre action, proposez des remédiations, imaginez une suite à donner.

## Travail préparatoire à l'élaboration d'un projet de prospection écrit

Étapes à suivre, objectifs	Exigences minimums	Source d'information, outils à utiliser, conseils
<p style="text-align: center;"><b>Exploiter les sources documentaires relatives au marché, à l'entreprise et à ses produits.</b></p> <p style="text-align: center;">Présentation de l'entreprise</p>	Nom, adresse, nombre et qualités des salariés, secteur d'activité, place sur le marché, image, principaux produits	Sources documentaires internes à l'entreprise Insee
<p style="text-align: center;"><b>Déterminer une problématique</b></p> <p style="text-align: center;">Exploitation des données relatives à la clientèle Identification et localisation de la cible</p>	Explication de la situation professionnelle à l'origine de la prospection La cible est clairement identifiée à partir de critères explicites (catégories de clients, zones géographiques...) et justifiée	Logiciel de gestion clientèle, fichier client.
Fixation des objectifs	Objectifs d'ordre général (augmentation des ventes, de la notoriété, lancement d'une nouvelle gamme...) et opérationnels (nombre de visite, résultats exigés...)	Les moyens sont cohérents, et réalistes,
<b>Réflexion sur les stratégies de prospection possibles</b>	Énoncées des différentes stratégies possibles pour atteindre les objectifs. Certaines seront retenues d'autres non. Ces choix sont justifiés	Cours de première année
<b>Présentation des démarches mises en œuvres</b>	Une technique de prospection ou une combinaison de techniques sont présentées. Moyens humains, financiers et matériels nécessaires (coût de l'opération), durée de l'opération de prospection. Les supports de la prospection sont présents.	Fichier, carte, logiciel. Les techniques de prospection choisies sont cohérentes avec la cible. Les actions sont planifiées
<b>Détermination des résultats</b>	Chiffrage précis des résultats obtenus. Évaluation de la rentabilité de l'action grâce à différents ratios. Conclusion qui apporte l'analyse critique de l'action, propose des	Informations retenues au fur et à mesure.

	pistes d'améliorations éventuelles	
--	------------------------------------	--

**Mise en situation :**

Vous avez effectué un stage de quatre semaines cette année. Vous y avez réalisé des activités de prospection.

Nous allons donc nous servir de cette expérience réelle pour imaginer un projet de prospection individuel fictif.

Etape 1 : diagnostic, émergence de la problématique :

Vous avez réalisé des opérations de prospection . Lesquelles ?

--

Retrouvez le diagnostic et la problématique de ces opérations :

--

Quelle était ou quelles étaient la ou les cibles de votre opération de prospection ?

--

Aviez-vous un objectif de réalisation, et si oui, lequel ?

--

Etape 2 : Identification des stratégies de prospection possibles

Indiquez en bleu dans le tableau ci-dessous les techniques de prospection utilisées et en rouge celles qui auraient pu l'être en indiquant à chaque fois les avantages et inconvénients.

Techniques de prospection	Avantages	Inconvénients	Choix (oui, non)

Troisième étape : Vos démarches de prospection

Vous indiquez ci-dessous les supports de prospection que vous avez mis en œuvre ou utilisés lors de votre activité.

--

#### Quatrième étape : Analyse de l'action et remédiassions

Vous dressez un bilan objectif de vos actions et proposez si nécessaire une remédiation aux difficultés rencontrées. Vous pouvez aussi envisager la suite à donner à votre opération de prospection.

## B) L'EPREUVE ORALE

Elle se déroule en deux temps.

### 1<sup>er</sup> Temps

Vous devez parler de votre projet pendant 15 minutes sans être interrompu et en vous appuyant sur un diaporama et sur des supports ( la non utilisation de diaporama entraîne une pénalité de 15 points).

Vous êtes évalué sur le plan, la construction de votre exposé, l'enchaînement des parties, la clarté des informations et le respect du temps.

### Mes conseils : (voir plan du diaporama)

Introduction : Bonjour, le m'appelle ..... et je suis en terminale Bac pro vente au lycée Marcel Pagnol. J'ai effectué mes périodes de stages dans les entreprises suivantes....., j'ai réalisé un projet de prospection qui s'intitule.....dans l'entreprise .....

C'est ce projet que je vais maintenant vous présenter à l'oral.

Présentation de la diapositive Plan de l'exposé

Après cette introduction, je vais vous présenter plus en détail l'entreprise, je vais vous exposer la problématique, je vous présenterai les différentes stratégies possibles pour répondre à cette problématique et je vous informerai des stratégies retenues en vous expliquant les raisons de mes choix.

Je vous décrirai ensuite les démarches que j'ai mises en œuvre dans la mise en place de cette stratégie.

Enfin je conclurai en vous présentant les résultats de mon action.

J'ai donc comme je vous le disais, réalisé mon projet de prospection à.....

Projection de la diapositive 2

Cette entreprise

.....  
.....

et c'est de là qu'est née la

problématique suivante:.....

.....

Plusieurs stratégie étaient possibles Diapositive 3.....j'ai donc choisi de retenir.....

J'ai donc commencé ce travail par .....Diapositive 4, 5, 6..... vous commentez au fur et à mesure la diapositive que vous présentez

J'ai donc obtenu les résultats suivants, diapositive 8

En conclusion je dirais ....(commentaires, remédiassions possibles....)

### 2<sup>ème</sup> Temps

Vous répondez aux questions du jury sur votre projet et vos choix.

Vous êtes évalué sur la pertinence des arguments, votre pouvoir de conviction et la justification de vos choix.

Réfléchissez aux questions susceptibles de vous être posées.

## **Exemple PLAN DU DIAPORAMA**

### **Diapositive 1**

Plan de l'exposé

Présentation de l'entreprise  
Problématique  
Stratégies possibles  
Démarches mises en œuvre  
Résultats obtenus

### **Diapositive 2**

Photo de l'entreprise, plan de situation,.....

### **Diapositive 3**

Photo animée d'un téléphone, d'une lettre.....qui surgissent en même temps que vous présentez les différentes stratégies possibles les définissez et exposez les avantages, inconvénients raisons du choix.

### **Diapositive 4, 5, 6, 7**

Présentation de l'extrait du fichier, de votre courrier, de votre plan d'appel.....

### **Diapositive 8**

Graphique que vous commentez