COMMUNAUTE FRANCAISE

MINISTERE DE L'EDUCATION, DE LA RECHERCHE ET DE LA FORMATION.

1040 BRUXELLES, LE
RUE DE LA SCIENCE, 43
02/238.86.11

DIRECTION GENERALE DE L'ORGANISATION DES ETUDES, DE L'ENSEIGNEMENT DE PROMOTION SOCIALE ET DES BATIMENTS SCOLAIRES.

ENSEIGNEMENT DE PROMOTION SOCIALE

MONSIEUR VLAEMINCK, G.
ADMINISTRATEUR DELEGUE
CPEONS

RUE DES HALLES, 13
1000 BRUXELLES

Ref.: JJ./ 5277066 / Dossier 209

OBJET : DOSSIERS PEDAGOGIQUES REGIME 1
Unité de formation : PREALABLE A LA VENTE
Classement : ENSEIGNEMENT SECONDAIRE SUPERIEUR DE QUALIFICATION
Code Référence : 714201U22C1

Etablissement : INSTITUT COMMUNAL D'ENSEIGNEMENT TECHNIQUE
RUE DE L'AUFLETTE,85
7033 CUESMES

Monsieur l'Administrateur Délégué,

J'ai l'honneur de vous faire parvenir en retour, avec accord provisoire, le dossier pédagogique relatif à l'unité de formation mentionnée sous rubrique.

Veuillez agréer, Monsieur l'Administrateur Délégué, l'assurance de ma considération distinguée.

Le Directeur d'Administration

F. De Laet.

ENSEIGNEMENT DE PROMOTION SOCIALE DE REGIME 1 ANNEXE 1

DOCUMENT 8bis - DOSSIER PEDAGOGIQUE - UNITE DE FORMATION

1. La présente proposition émane du réseau (1)

O Communauté française O Libre - confessionnel
O Provincial et communal O - non confessionnel

et se rapporte à l'établissement suivant : code ref 71420 1U22 C1

dénomination : I.C.E.T. Cuesmes. Promotion Sociale.....
adresse complète : 85. Rue de L'Auflette.....
7033 CUESMES.....
n° matricule : ...132.52.77.066.....
n° de téléphone : ..065/311820.....

2. Intitulé de l'unité de formation :

..."PREALABLE A LA VENTE".....
.....
.....

3. Finalités de l'U.F. : repris en annexe n°.1..(2) de .1...pages(2)

4. Prérequis de l'U.F. : repris en annexe n°.2..(2) de .1...pages(2)

5. Classement de l'U.F. :

XX (1) enseignement secondaire : xxxxxxxxxxx (1) qualification (1)
degré - xxxxxxxxx (1)
- supérieur (1)

O (1) xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx :
catégorie : .....(2)

O (1) xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx :
catégorie : .....(2)

6. Recommandations particulières de dédoublement ou de regroupement:
repris en annexe n°.5.(2) de .1..pages (2)

7. Titre délivré à l'issue de l'U.F. : (2)

...Attestation de réussite.....
.....

8. Programme du (des) cours :
repris en annexe .3..(2) de .3..pages(2)

9. Evaluation des capacités terminales :
repris en annexe .4..(2) de .1..pages(2)

10. Profil du (des) chargé(s) de cours :
repris en annexe .6..(2) de ..1..pages(2)

---

(1) Biffer les mentions inutiles
(2) A compléter

11. Horaire de l'U.F. :

A. Horaire minimum

1. Dénomination des cours	Classement des cours (3)	Nombre total de périodes (4)
Audit. marché-entreprise	CT	80
Management - Force de vente	CT	120
.....	.....	.....
.....	.....	.....
.....	.....	.....
2. Part d'autonomie		
.....	.....	.....
.....	.....	.....
3. Conseil des études		.....
Admission des élèves		.....
Rattrapage		.....
Bilan final		.....
Total des périodes		200

B. Part supplémentaire éventuelle

.....	.....	.....
.....	.....	.....
.....	.....	.....
Total des périodes		.....

C. Total général des périodes ...200.....

12. Date de la proposition : ....24/06/92.....

Signature du :
~~Chef d'établissement de la C.F.~~ (1)
Représentant du pouvoir organisateur subventionné (1)

13. Observations du service d'inspection (annexe éventuelle)

Date : ....24.XI.92..... Signature :

14. DECISION : ~~ACCORD~~ - ACCORD PROVISOIRE - ~~PAS D'ACCORD~~ (1)
Motivation de la décision :

Date : 12 MARS 1993 Signature : M. MEUNIER

(3) soit CG, CS, CT, CTPP, PP ou CPPM (4) 1 période = 50 minutes

ICET CUESMES
PROMOTION SOCIALE

Mat. : *5.277.066*

ENSEIGNEMENT SECONDAIRE SUPÉRIEUR

Unité de formation :

Préalable à la vente

Annexe 1

FINALITÉS DE L'UNITÉ DE FORMATION

ANNEXE 1

FINALITES

Faire acquérir les prérequis nécessaires à la formation de vendeurs potentiels et ce, dans les différentes situations de vente.

Concourir à l'épanouissement individuel en promouvant une meilleure insertion professionnelle, sociale, culturelle et scolaire.

Répondre aux besoins et demandes en formation émanant des entreprises, des administrations, de l'enseignement et d'une manière générale des milieux socio-économiques et culturels.

Annexe 2

PRÉREQUIS DE L'UNITÉ DE FORMATION

ANNEXE 2

PREREQUIS

Etre capable :

1. d'identifier dans un schéma de la communication les différentes variables.
2. de comprendre leur importance et leur fonction au niveau de la communication.
3. de modifier ce schéma au niveau des variables et d'envisager les différents cas où la communication est impossible ou perturbée.
4. appliquer des principes psychologiques fondamentaux tels que la technique de valorisation par le renforcement positif.

Annexe 3

PROGRAMME DU (DES) COURS

COURS TECHNIQUES SECONDAIRES SUPERIEURS

SECTION : TECHNIQUES DE VENTE

Programme : . Préalable à la vente

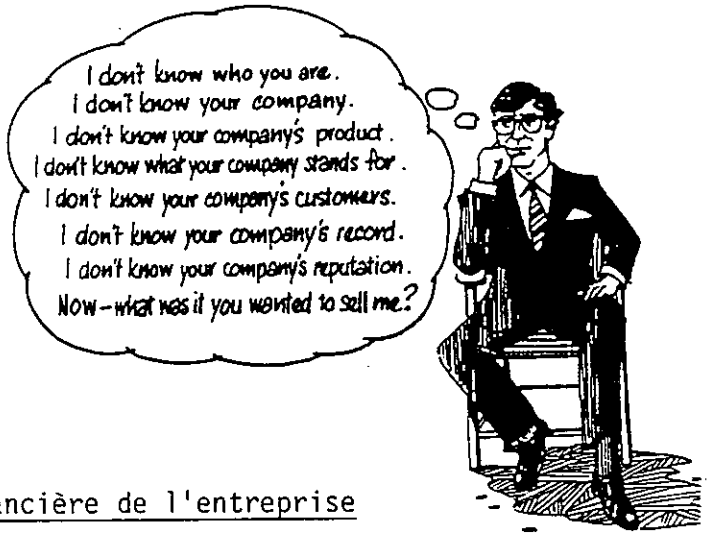
Audit marché-entreprise, produit — 16 semaines (5h)
80 périodes-année

OBJECTIF

Tout vendeur doit pouvoir répondre à des questions telles que :

- Qui êtes-vous ?
- Quelle firme représentez-vous ?
- Quels sont vos clients ?
- Que représente votre marché ?
- Quelle est la situation de votre firme ?
  (résultats, position bilantaire, part du marché, portefeuille produit-marché, etc...)
- Quelle est la réputation de votre firme ?

L'objet de ce cours est de mettre au point un outil d'analyse permettant au futur vendeur de dégager les traits essentiels qui lui permettront de faire face à la situation ci-dessous :



PROGRAMME

1. Situation économique et financière de l'entreprise

   - Comprenant des éléments de diagnostic financier, commercial et de productivité
   - Incluant une série de variables, certaines qualitatives (images par exemple) d'autres quantitatives (bilan)
   - Distinguant divers éléments : physiques, matériels, non taugibles, de coûts, de capitaux, de revenus, etc...
   - Intégrant divers éléments en termes de marketing tels que : audit de la distribution, évaluation de la politique de prix, mesure de l'efficacité de la consommation et perception des produits.

2. Le marché

- Sa structure
- Son organisation
- Quels sont les acheteurs ?
- Qui compose le centre décisionnel d'achat ?
- Quels sont les concurrents ? Comment se comportent-ils ?
- Comment rechrecher l'information sur le marché ?

3. Analyse du produit-marché

Etude du produit en tant que réponse à un besoin exprimé par le marché. Détermination du pouvoir évocateur du produit, de la marque, du design, de l'emballage etc...

Remarque : Nous n'avons repris ici que les points principaux des grilles d'analyse que nous tenterons de mettre au point avec les étudiants.
Il va de soi que beaucoup de points non explicités dans la rédaction de ce programme seront repris pendant les séances de cours et qu'une actualisation des données sera systèmatiquement organisée.

COURS TECHNIQUES SECONDAIRES SUPERIEURS

SECTION : TECHNIQUES DE VENTE

Programme : Préalable à la vente
Management de la force de vente 16 semaines (7h)
112 périodes-année

OBJECTIF

Cette partie devrait inclure 3 grandes sections :

1. La composition de la force de vente
   Recrutement et intégration des vendeurs recrutés, selon les types d'activités (industrielles, commerciales, médicales, à l'exportation, etc...)
2. Le suivi de la force de vente :
   - Définition des zones d'action
   - Organisation de l'action des vendeurs dans le cadre des tournées (itinéraires de visites et planification de l'action des vendeurs)
   - Rémunération des vendeurs.
3. Direction de la force de vente
   - Contrôle du travail des vendeurs
   - Animation force de la vente
   - Formation des vendeurs

PROGRAMME

1. Comment constituer une force de vente ?
   - Préparation du recrutement
   - Le recrutement
   - L'intégration du nouveau vendeur recruté
2. La gestion de la force de vente
   - Zones de vente et activité de l'équipe
   - Organisation du travail du vendeur
   - Rémunération des vendeurs
3. La direction de la force de vente
   - Contrôle de l'activité des vendeurs
   - Animation de l'équipe
   - Formation des vendeurs

Annexe 4

Fixation des capacités terminales.

ANNEXE 4 : Fixation des capacités terminales

Présentation de cas vécus afin d'illustrer les objectifs atteints par l'unité de formation.

Dans ce cadre, il sera demandé aux étudiants de choisir un produit, d'en réaliser l'audit et d'entreprendre toutes les démarches nécessaires en vue d'établir les différents scénarii de vente.
Ce travail sera guidé par le professeur responsable de l'unité de formation pour toutes les activités qui la concernent.

Degré de maîtrise : le seuil de réussite est fixé à 50 %.

Annexe 5

RECOMMANDATIONS PARTICULIÈRES DE DÉDOUBLEMENT OU DE REGROUPEMENT

ANNEXE 5 : Recommandations particulières de dédoublement

Les travaux à effectuer par les étudiants doivent permettre de réaliser la présentation de cas vécus sous la guidance du professeur responsable.

Il convient donc de former des groupes de travail de 20 étudiants au plus.

Annexe 6

PROFIL DU (DES) CHARGÉ(S) DE COURS

ANNEXE 6 : Description de l'expert requis à cet effet

Titulaire d'un titre au moins du niveau supérieur de type court pouvant justifier d'une expérience professionnelle dans le secteur de la vente et ce tant sur le plan méthodologique que sur celui des techniques.