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.: JS./ 5277066 / Dossier 210

OBJET : DOSSIERS PEDAGOGIQUES REGIME 1

Unité de formation : VENTE DIRECTE ET IMPLICATIONS DU VENDEUR
Classement : ENSEIGNEMENT SECONDAIRE SUPERIEUR DE QUALIFICATION
Code Référence : 714202U22C1

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.

210

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
Ø Provincial et communal O - non confessionnel

et se rapporte à l'établissement suivant : Code ref 714202022C

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 :

....Vente directe et implications du vendeur.....
.....
.....

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. :

X (1) enseignement secondaire : ~~xxxxxxxxxx~~ (1) qualification (1)
degré - ~~xxxxxxxxx~~ (1)
- supérieur (1)

O (1) enseignement supérieur de type court :
catégorie : .....(2)

O (1) enseignement supérieur de type long :
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 .2..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)
...Art de la vente.....	...CT.....	....80.....
...Motivation à la vente anti-stress..	...CT.....	....40.....
.....	.....	.....
.....	.....	.....
.....	.....	.....
2. Part d'autonomie		
.....	.....	.....
.....	.....	.....
3. Conseil des études		.....
Admission des élèves		.....
Rattrapage		.....
Bilan final		.....
Total des périodes		...120.....

B. Part supplémentaire éventuelle

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

C. Total général des périodes ...120.....

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 : ..... Signature :

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

Date : 12 MARS 1993 Signature : L. 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 :

Vente directe et implications du vendeur

Annexe 1

FINALITÉS DE L'UNITÉ DE FORMATION

ANNEXE 1

FINALITES

Rendre l'étudiant capable de maîtriser les techniques actuelles de vente directe : direct mailing, vente par téléphone, télématique..

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

Avoir réussi l'unité de formation "Préalable à la vente",
ou
Etre capable d'atteindre les objectifs de l'unité de formation "Préalable à la vente" grâce à son expérience professionnelle.

Annexe 3

PROGRAMME DU (DES) COURS

COURS TECHNIQUES SECONDAIRES SUPERIEURS

SECTION : TECHNIQUES DE VENTE

Programme : Vente directe et implications du vendeurs
Motivation à la vente et anti-stress 10 semaines (4h)
40 périodes-année

OBJECTIF

Un des aspects importants du métier de vendeur est le degré d'implication dans ce qu'il va faire.
Ceci lié à trois autres caractéristiques importantes : être bien dans sa peau et savoir écouter.
Dans le cadre de ce cours, on peut donner les base de l'implication, de la confiance et la manière de faire face en cas de malchance lorsque les clients vous quittent et que les commissions diminuent.

PROGRAMME :

1. Comment sortir de la masse et devenir un "vendeur motivé"
   1.1. Vous êtes mieux que vous ne le pensez
   1.2. Pourquoi se motiver
   1.3. Comment se motiver
   1.4. Comment développer votre instinct de vendeur
   1.5. La confiance est liée à la connaissance
   1.6. L'implication et la détermination.

2. L'anti-stress

La fonction de vendeur peut s'avérer très stressante. Dans le cadre de ce cours il nous a semblé nécessaire d'analyser quelques techniques en vue de vaincre dans le chef du vendeur des situations de tension et de stress. Il s'agit là de quelques conseils simples qui permettront au vendeur de surmonter les quelques déceptions inévitablement générées par son activité.

COURS TECHNIQUES SECONDAIRES SUPERIEURS

SECTION : TECHNIQUES DE VENTE

Programme : Vente directe et implications du vendeur

Art de la vente numéro 1 — 10 semaines (8h)

80 périodes-année

OBJECTIF

Etude de l'ensemble des techniques permettant une approche individualisée de la clientèle.

Cela recouvre : le mailing, le marketing téléphonique, le marketing télématique, le marketing visiophonique, les distributeurs automatiques, la démarche traditionnelle par visites à domicile.

PROGRAMME

1. Vecteurs de la vente directe
   - Direct mailing
   - Téléphone
   - Télématique
   - Visiophonique
   - Distributeurs automatiques
2. Arithmétique du direct
3. Perspectives d'avenir
4. Conception d'un mailing efficace
   - sur quels sentiments jouer
   - trucs à utiliser
   - mots à mettre en évidence
   - quelques règles élémentaires
   - les pièges de la paravérité et de la communication tendancieuse.
   - concevoir un catalogue
5. Vente par téléphone
   - Quels produits
   - Qui appeler ?
   - Contenu du message
   - Coût des opérations
   - Les bases de l'efficacité

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.