

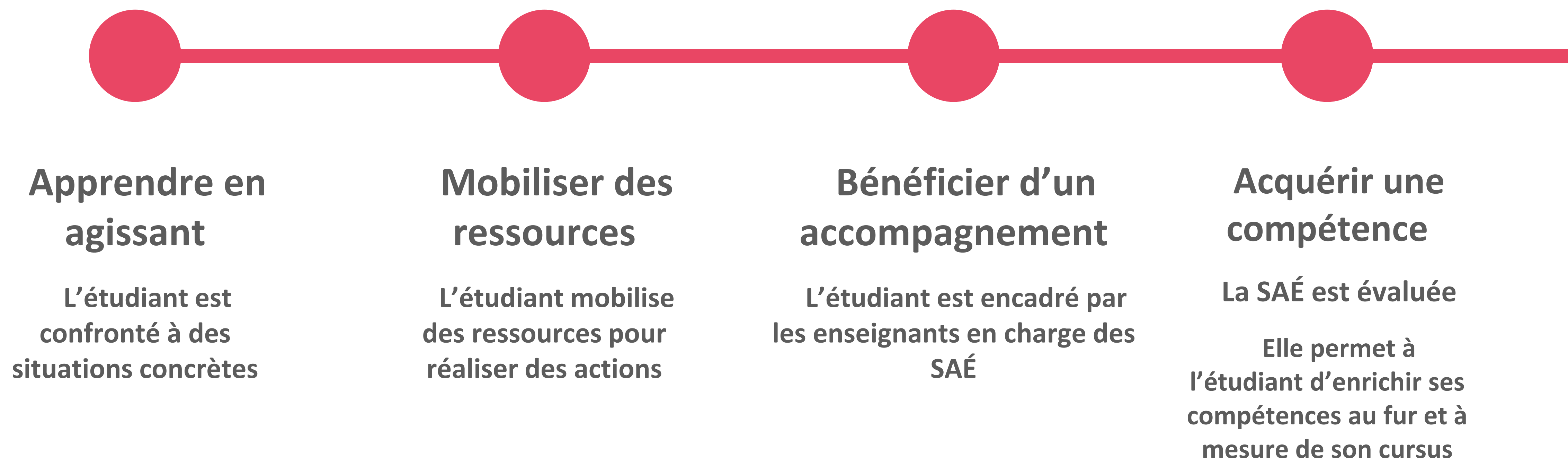
BUT 1 TC : SAÉ VENTE

Nancy Rodriguez, Laurent Granier, Michèle Pelofi

Département TC Montpellier

LES SAÉ : AU COEUR DE L'APPROCHE PAR COMPÉTENCES

SAÉ : Situation d'apprentissage et d'évaluation



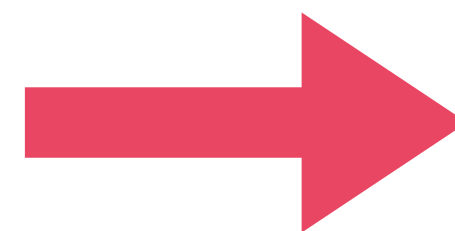
BUT TC - SEMESTRE 1

➤ SAÉ

- **Marketing** : situer une offre simple sur son marché
- **Vente** : démarche de prospection
- **Communication commerciale** : création d'un support *Print*

➤ Ressources

- **Cœur de compétences** : fondamentaux du marketing, de la vente, de la communication commerciale
- **Transversales** : ressources et culture numériques, langues du commerce, expression, communication et culture, environnement juridique, éléments financiers de l'entreprise, etc



Evaluation :

- Au niveau des ressources
- Dans le cadre des SAÉ

SAE VENTE

Vendre une offre commerciale

en respectant l'ordre des étapes de la négociation commerciale et une démarche éthique.
 en élaborant les documents commerciaux adaptés à la situation commerciale et dans le respect de la réglementation
 en utilisant de façon efficace des indicateurs de performance fixés par l'organisation
 en prospectant à l'aide d'outils adaptés
 en adaptant sa communication verbale et non verbale à la situation commerciale

Situations
professionnelles

en situation de vente en B to C
 en situation de vente en B to B

Niveaux de
développement

Apprentissages critiques

Niveau 1

Pour préparer
l'entretien de vente

Préparer un plan de découverte qui permette de profiler le client et découvrir ses besoins
 Concevoir un argumentaire de vente qui permette de proposer une solution adaptée aux besoins du client
 Concevoir des OAV efficaces
 Evaluer la performance commerciale au moyen d'indicateurs
 Recourir aux techniques adaptées à la démarche de prospection
 Recourir aux codes d'expression spécifiques et professionnels

Niveau 2

Pour mener un
entretien de vente
simple

Convaincre en exprimant avec empathie l'offre en termes d'avantages personnalisés
 Négocier le prix : défendre, valoriser l'offre en percevant les stratégies d'achat
 Maîtriser les éléments juridiques et comptables de l'offre
 Utiliser les OAV (feuille de calcul, supports d'argumentation...) à bon escient pour convaincre
 Organiser le suivi de ses résultats pour gagner en performance au sein de l'équipe commerciale
 Prendre en compte les enjeux de la fonction achat pour la performance économique de l'entreprise

Niveau 3

Pour mener une vente
complexe

Identifier les techniques d'achat employées par un acheteur professionnel
 Elaborer des outils de gestion et de calcul efficaces (facture, échéancier, devis) pour la vente complexe
 Maîtriser les codes propres à l'univers spécifique rencontré : achat, finance, industrie, international, etc



BUT S1- SAÉ VENTE

DEMARCHE DE PROSPECTION

- **Préparer et réaliser une démarche complète de prospection téléphonique**
- **Apprentissage critiques couverts :**
 - Evaluer la performance commerciale au moyen d'indicateurs
 - Recourir aux techniques adaptées à la démarche de prospection
 - Recourir aux codes d'expression spécifiques et professionnels
- **Ressources mobilisés :**
 - Fondamentaux de la vente (4h), Techniques quantitatives et représentations 1 (2h)
 - Expression, communication et culture 1, Ressources et culture numérique 1, Initiation à la conduite de projet, Eléments financiers de l'entreprise
- **Livrables**
 - Appels réels
 - Tableaux de reporting

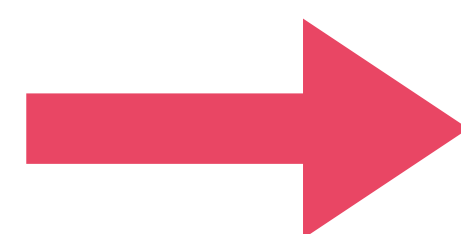
BUT TC1 - SAÉ VENTE – CONTEXTE

- Phoning enquête « **Suivi des diplômés** »
 - S'assurer que les **diplômes** proposés sont **adaptés au monde professionnel**, et de la **bonne insertion de ses diplômés**.
 - Enquête **Ministère à 30 mois**
 - En complément, enquêtes **IUT à 6 et 18 mois**
 - Le taux de retour par mail n'étant pas suffisant, l'IUT effectue du **Phoning** pour l'**améliorer**



BUT TC1 - SAÉ VENTE – LES OBJECTIFS

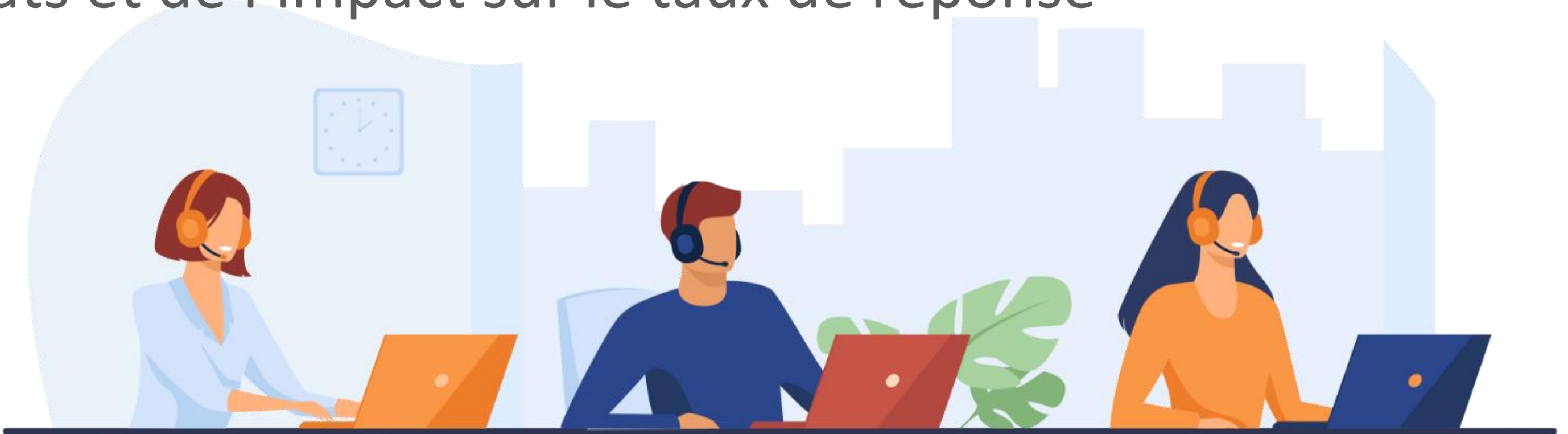
- Pratiquer le phoning
- Motiver les diplômés à répondre
- Analyser les résultats (impact des appels sur le taux de réponse et retour des informations collectées)



**Cellule Pilotage Qualité de l'IUT
MS**

BUT TC1 - SAÉ VENTE – ORGANISATION

- ▶ 3h pour préparer la « stratégie » d'appel
 - ▶ Liste personnelle des diplômés à contacter
 - ▶ Fiche de suivi et renseignement
 - ▶ Gestion de la stratégie d'appel: messages courts ou longs
- ▶ 3h de Phoning
 - ▶ Salle dédiée + plateforme sur le web
 - ▶ Gestion de la traçabilité des appels et des actions réalisées
 - ▶ Visualisation et analyse des résultats et de l'impact sur le taux de réponse
- ▶ **+ 14h d'autonomie en plus**



BUT TC1 - SAÉ VENTE – L'ÉVALUATION

- Simulation à l'oral dans le cadre des 4h de "marketing téléphonique »
- Rapport comprenant une partie préparation et une partie présentation des résultats, exemple de rendu :

Script appel décroché :

*Bonjour, suis-je bien avec Monsieur ..., excusez-moi de vous déranger
Je suis étudiante à l'UT Montpellier-Sète,
Je me permets de vous contacter dans la cadre d'une enquête pour l'UT, avez-vous quelques minutes à m'accorder ?*

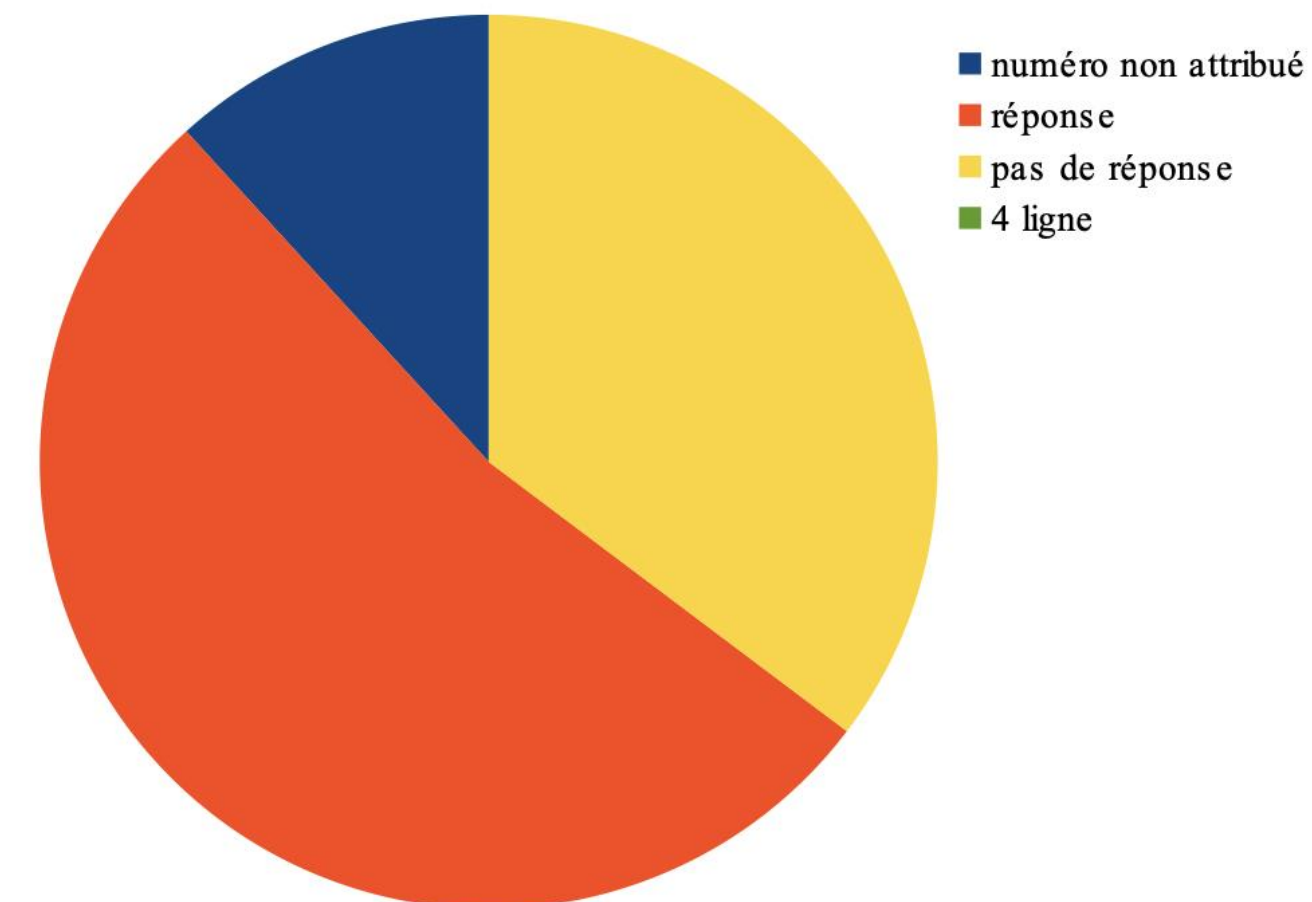


Illustration 1

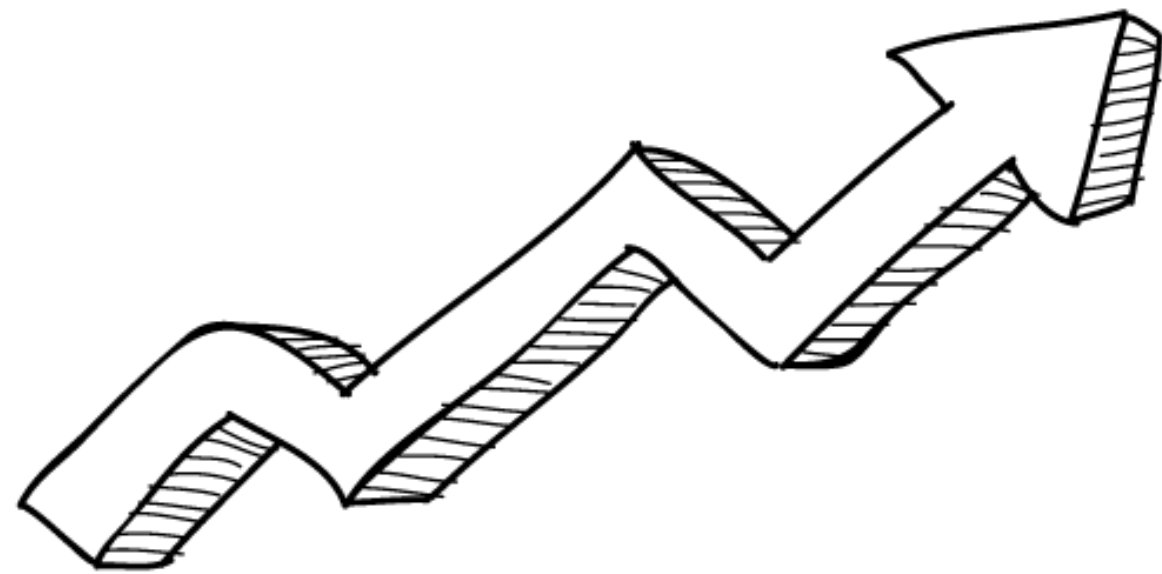
Concernant les 9 personnes sur 17 ont répondu à l'appel :
dont 6 ont l'intention de répondre à l'enquête très rapidement

LES RÉSULTATS

Sur l'enquête 6-18 mois



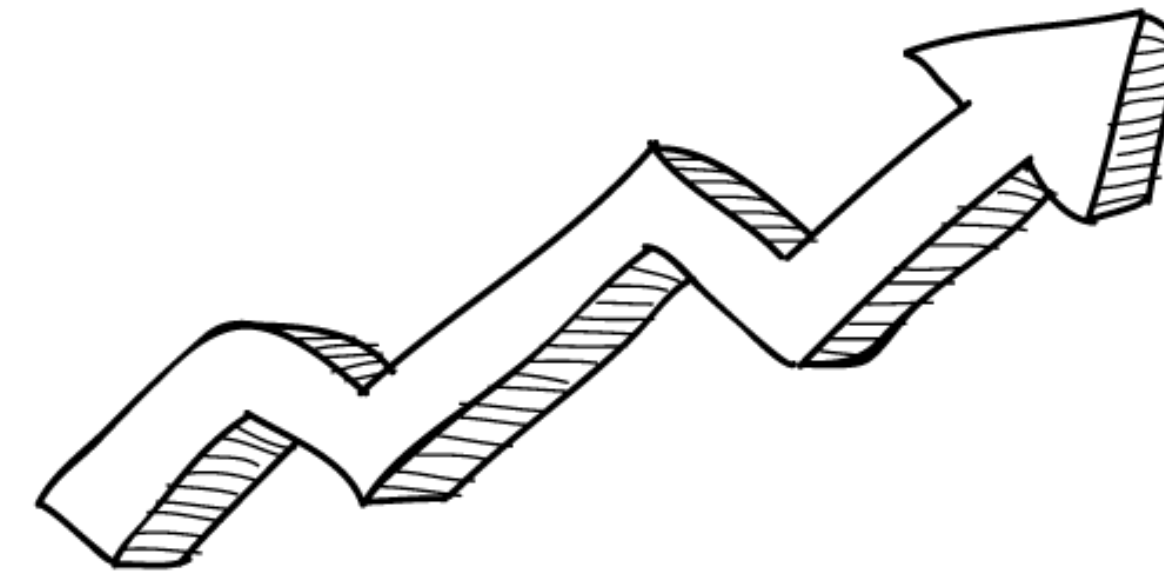
73%



43%

Sur l'enquête 30 mois

37%



16%



POINTS A AMELIORER

- Les étudiants ont exprimé
 - de difficultés pour décider de la structure et des informations à utiliser dans le compte rendu
 - De difficultés à utiliser Libre Office Calc
- Juste équilibre encadrement - autonomie à trouver
- Corrections !
- Modifications à réaliser dans le planning de la ressource **Ressources et culture numériques 1**

SAÉ VENTE S1 - RÉSUMÉ

Démarche et prospection

Préparer et réaliser une démarche complète de prospection téléphonique : enquêtes sur les diplômés de l'IUT

Ressources mobilisées

- Techniques quantitatives et représentations 1 (2h)
- Fondamentaux de la vente - Marketing téléphonique (4h)

Accompagnement

- Assuré par les enseignants et équipe pilotage qualité IUT
- 6 heures encadrées dont prospection par téléphone : 3h en salle dédiée)
- 14 heures en autonomie (Créneaux dans l'EdT)

Evaluation

- Oral de simulation
- Suite campagne phoning : écrite (notamment analyse de la campagne et de ses résultats)
- Individuelle
- Comptabilisée dans la compétence Vente (40 %)

MERCI POUR VOTRE ATTENTION !

Département TC Montpellier