



Bac Pro Vente

(prospection - négociation - suivi de clientèle)

E21 – Négociation - Vente

EPREUVE PONCTUELLE

Information à l'attention des centres d'examen et des commissions d'interrogation

Définition de l'épreuve : extraits du référentiel

Généralités

Coefficient 4

A - Objectifs

Cette épreuve orale et pratique vise à apprécier la maîtrise par le candidat des techniques de vente et son aptitude à mener une négociation.

B - Contenu

Les compétences et savoirs associés de l'unité U2 « Négociation - Vente » sont les suivants :

- Compétences : Négociateur : C2
- Savoirs associés : Communication - Négociation : S2 - Mercatique : S4.4. L'entreprise et son marché

C - Critères d'évaluation

- Qualité de l'expression orale ;
- Qualité de la communication professionnelle dans une situation négociation – vente ;
- Aptitude à mettre en œuvre des techniques de négociation adaptées à une situation donnée ;
- Pertinence et rigueur de l'analyse de la négociation.

Mode d'évaluation – forme ponctuelle

Évaluation orale et pratique d'une durée de 30 minutes maximum, précédée d'un temps de préparation de 30 minutes.

Le support de cette épreuve est constitué par le dossier « produits - Entreprises – Marchés » réalisé par le candidat et prenant appui sur sa formation en entreprise ou sur son activité professionnelle.

11 – Composition du dossier

Le dossier de 8 à 10 pages maximum, sur support papier est élaboré à l'aide de l'outil informatique. Il peut être accompagné de quelques annexes si celles-ci éclairent le dossier proprement dit. **Il comporte deux parties :**

- Une partie relative à une ou deux entreprises retenues par le candidat comme support de l'épreuve. Cette partie de deux pages maximum par entreprise, présente les principales caractéristiques de l'entreprise et de son marché : identification de l'entreprise, importance économique, localisation géographique, clientèle, produits vendus, méthodes de vente, concurrence.
- Une partie comprenant trois fiches. Chaque fiche, de deux pages maximum, décrit une situation de négociation - vente qui s'appuie sur les expériences professionnelles du candidat dans la ou les entreprises présentées dans la partie précédente. Elle précise :
 - le contexte de la situation de négociation-vente (prospection, vente de renouvellement, nouveau client, vente sur foire ou salon...) ;
 - le type de clients concernés (utilisateur, payeur, prescripteur, revendeur, professionnel, particulier...) ;
 - la gamme ou la ligne de produits et/ou services proposée(s) par l'entreprise et susceptible(s) de convenir.
Par exemple : la situation présentée concerne la vente d'une porte de garage automatique à un particulier propriétaire d'un pavillon. Le candidat présente dans sa fiche, dans une rubrique « description des produits », la ligne de produits des portes de garage automatiques vendue par l'entreprise et adaptée à ce type de situation.
- Les trois situations décrites doivent être nettement différenciées, et permettre à la commission d'interrogation de disposer de plusieurs contextes, de plusieurs types de clients et de plusieurs gammes ou lignes de produits ou services.

Le recteur fixe la date à laquelle le dossier « Produits - Entreprises - Marchés » est remis en deux exemplaires, par les candidats, au service chargé de l'organisation de l'examen.

NOTA : Le dossier ne fait pas l'objet d'une évaluation. En l'absence totale du dossier, l'interrogation ne peut avoir lieu et la note zéro est attribuée au candidat qui en est informé par la commission d'interrogation. Si le dossier est incomplet, le candidat est interrogé et une note lui est attribuée.

12 – Déroulement de l'épreuve

La commission d'interrogation est composée de deux personnes : un professeur de vente et si possible un professionnel de la vente (à défaut deux professeurs de vente). Elle remet au candidat **un document de cadrage de la négociation-vente qu'il devra simuler**.

Celui-ci est obligatoirement établi à partir du dossier remis par le candidat, il précise :

- La situation de négociation-vente Exemple : Vente de face à face dans le cadre d'une première visite ou d'un renouvellement de commande ou d'un incident à régler... Vente par téléphone dans le cadre d'une proposition de services ou d'une offre promotionnelle...
- Le ou les objectifs à atteindre au cours de la négociation-vente

Le candidat dispose d'un temps de préparation de 30 minutes afin de prendre connaissance du sujet qui lui est imposé et de préparer sa simulation de négociation.

L'épreuve comporte les deux phases successives suivantes :

- **Simulation d'une négociation-vente** - durée : 15 minutes maximum

Elle repose sur la situation de négociation-vente fournie par la commission d'interrogation. Le candidat joue le rôle du vendeur et un membre de la commission joue le rôle de l'acheteur. Le candidat s'assure de disposer des conditions matérielles lui permettant de faire une présentation ou une démonstration des produits qu'il a décrits dans les fiches de son dossier. Il peut notamment, en complément de son dossier, se munir d'une documentation personnelle sur les produits et services, d'outils d'aide à la vente et éventuellement de produits.

- **Entretien avec la commission d'interrogation** - durée : 15 minutes maximum

Il se déroule dans le prolongement de la première phase. Il prend appui sur le dossier « Produits Entreprises – Marché » fourni par le candidat et sur la simulation de négociation-vente et porte sur :

- l'auto-analyse par le candidat de sa simulation ;
- les techniques de vente mises en œuvre pendant la simulation ;
- la cohérence de la démarche, des objectifs fixés, de l'argumentation avec la stratégie de l'entreprise.

Référentiel

Pour information, le référentiel du diplôme est disponible sur :

<http://ecogest.ac-grenoble.fr/index.php?tg=articles&topics=371&new=0&newc=0>