

Ministère de la Communauté française

Département de l'Éducation, de la
Recherche et de la Formation.

Direction générale de la formation,
de la promotion sociale, de
l'enseignement à distance et des
allocations et prêts d'études.

Service de l'enseignement
de promotion sociale.

1040 Bruxelles, le 04 Jun 97
Rue de la Science, 43
02 / 238.86.11

1

Monsieur A. Belleflamme
Directeur
Service Enseignement Promotion Sociale
Secrét. Général Enseignement Catholique
Rue Guimard, 1
1040 Bruxelles

Ref.: YD / Dossier pédagogique 1969

Objet : Dossiers pédagogiques de Régime 1

----- Unité de formation : PROSPECTION COMMERCIALE ET GESTION DES APPROVISIONNEMENTS
DANS LES PETITES ET MOYENNES ENTREPRISES (CONVENTION)
Classement : ENSEIGNEMENT SECONDAIRE SUPERIEUR DE
TRANSITION
Code Référence : 714206U21Z1

Monsieur le Directeur,

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.

Veillez agréer, Monsieur le Directeur, l'assurance de ma considération distinguée.

Le Directeur général adjoint,

G. Schmit

Annexe 1

UF : Prospection commerciale et gestion des approvisionnements dans les P.M.E.
(Convention)

Date : 28/04/97

Finalités de l'unité de formation

1.1. Finalités générales de l'U.F.

Dans le respect de l'article 7 du décret de la Communauté française du 16 avril 1991 organisant l'enseignement de promotion sociale, cette U.F. doit

1. concourir à l'épanouissement individuel en promouvant une meilleure insertion professionnelle, sociale, culturelle et scolaire;
2. 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.

1.2. Finalités particulières à l'U.F.

Cette unité de formation vise à rendre l'apprenant capable :

- * de définir des objectifs de prospection et de mettre en oeuvre des actions de développement du chiffre d'affaire d'un point de vue pratique. Elle lui permettra d'organiser sa prospection par famille de produits, par type de clientèle en y intégrant des données géographiques et ainsi de qualifier ses prospects;
- * d'opérer, en fonction des résultats de la prospection, les approvisionnements nécessaires à une P.M.E. au mieux des intérêts de celle-ci;

Annexe 2

UF : Prospection commerciale et gestion des approvisionnements dans les P.M.E.
(Convention)

Date : 28/04/97

Capacités préalables requises

2.1. Capacités :

L'étudiant doit être capable :

- * de dégager par écrit, dans un langage correct, les éléments essentiels d'un texte de 2 à 3 pages dactylographiées ainsi que leurs articulations. Ce texte portera sur la problématique des approvisionnements et de la prospection commerciale;
- * d'exprimer par écrit, dans un langage correct, une opinion et une appréciation argumentée à propos de ce texte;
- * au cours d'un entretien basé sur le texte et le travail écrit :
 - de s'exprimer de manière claire et précise;
 - de faire preuve d'esprit critique et de sens de dialogue.

En outre, il justifiera d'une expérience professionnelle de 3 ans dans la participation à la gestion d'une P.M.E.

2.2. Titres pouvant en tenir lieu :

Le certificat d'enseignement secondaire inférieur

En outre, il justifiera d'une expérience professionnelle de 3 ans dans la participation à la gestion d'une P.M.E.

Annexe 3

UF : Prospection commerciale et gestion des approvisionnements dans les P.M.E.
(Convention)

Date : 28/04/97

Constitution des groupes ou regroupements
--

Aucune recommandation particulière.

Annexe 4/1

UF : Prospection commerciale et gestion des approvisionnements dans les P.M.E.
(Convention)

Date : 28/04/97

Programme des cours

1. Prospection commerciale

Dans le cadre d'une P.M.E., l'étudiant sera capable :

- * d'identifier les points forts de celle-ci;
 - en analysant son portefeuille actuel;
 - en qualifiant les clients actuels;
 - en utilisant la grille couple produit/clientèle;
- * de créer et de développer un fichier client :
 - à l'aide de coupons réponse dans la presse;
 - lors de contacts sur stand;
 - à l'aide de bus mailing;
 - à l'aide d'un fichier acheté (liste des sources par secteurs d'activités);
- * de développer son secteur de vente :
 - en vérifiant ses choix avec la matrice « stratégie d'expansion »;
 - en utilisant la loi de Pareto et la matrice A, B, C;
 - en ayant recours à la méthode des indices de potentialité.
- * de prospecter selon :
 - la stratégie de prise de rendez-vous par téléphone :
 - en utilisant un guide d'entretien;
 - en recourant à la méthode des « 5 »;
 - en utilisant les chiffres clés pour maîtriser le succès;
 - la stratégie d'approche directe :
 - en posant les questions clés;
 - en possédant les éléments nécessaires pour qualifier un prospect;
- * en s'organisant pour réussir :
 - en tenant les fiches des prospects;
 - en définissant les objectifs et la stratégie d'action de l'entreprise;
 - en recourant à une data base informatisée;
 - en évaluant la montée en puissance de ses prospects.

2. Gestion des approvisionnements

Dans le cadre d'une P.M.E., l'étudiant sera capable :

- * de définir la fonction des approvisionnements;
- * d'établir les prévisions des besoins;
- * de mettre en place les actions principales de l'approvisionnement : l'expression des besoins, les achats, la gestion des stocks, l'élimination des déchets et des surplus;
- * d'évaluer l'impact des achats sur la santé financière de la P.M.E.;

Annexe 4/2

UF : Prospection commerciale et gestion des approvisionnements dans les P.M.E.
(Convention)

Date : 28/04/97

- * posséder la structure et l'organisation d'un service achats;
- * contrôler les techniques d'achats;
- * participer à la préparation interne, quant :
 - aux procédures,
 - à la documentation;
 - aux classifications (analyse A B C)
 - aux techniques particulières de détermination des besoins
 - à la composante qualité Q - analyse de la valeur
q - gestion des stocks
- * participer à la préparation externe, en matière :
 - de prospection;
 - d'enquêtes;
 - d'échantillonnage;
 - de la visite chez les fournisseurs.
- * contribuer à la formation du contrat grâce à
 - la provocation des offres;
 - la comparaison des offres;
 - les critères d'évaluation des fournisseurs;
 - la sélection des offres;
 - la négociation : choix final du fournisseur;
 - la rédaction du contrat;
- * conclure le contrat en respectant les obligations mutuelles des parties;
- * tenir compte du rôle et de l'importance des transports;
- * tenir compte des modes de cotations des marchandises (INCOTERMS);
- * surveiller et contrôler l'exécution du contrat :
 - accuser réception ;
 - surveiller les délais;
 - vérifier la réception qualitative et quantitative;
 - vérifier et ordonnancer les factures;
 - s'assurer des garanties et des règlements des litiges;
- * d'inscrire les achats dans le cadre d'une sous-traitance ;
- * gérer le stock;
- * opérer les achats dans une optique de qualité.

Annexe 5

UF : Prospection commerciale et gestion des approvisionnements dans les P.M.E.
(Convention)

Date : 28/04/97

Capacités terminales

Pour atteindre le seuil de réussite, l'étudiant prouvera qu'il est capable, au travers d'une mise en situation et par un travail écrit suivi d'un entretien, de mettre en place une stratégie appropriée de prospection commerciale et, en lien avec celle-ci, une stratégie de gestion des approvisionnements.

Pour la détermination du degré de maîtrise, il sera tenu compte de la qualité de son analyse et de la justification des stratégies proposées.

Annexe 6

UF : Prospection commerciale et gestion des approvisionnements dans les P.M.E.

(Convention)

Date : 28/04/97

Chargé(s) de cours

Un enseignant ou un expert.

L'expert justifiera :

- * pour le cours de Prospection commerciale, d'une expérience professionnelle de 5 ans dans le domaine du management commercial;
- * pour le cours de Gestion des approvisionnements, d'une expérience professionnelle de 5 ans dans le domaine des achats et de la logistique.