

FICHE NUMERO 2 – LES DOCUMENTS OU INFORMATIONS A RAMENER

Les informations que vous recueillez sur des documents ou sur Internet doivent apparaître dans la langue du pays où vous effectuez votre stage.

DOCUMENTS A COLLECTER

- ↔ Articles de presse sur l'entreprise
- ↔ Journal interne de l'entreprise
- ↔ Plaquette de présentation l'entreprise
- ↔ Organigrammes de l'entreprise, du service commercial
- ↔ Catalogue(s) produits
- ↔ Fiche(s) produits détaillée(s) (une ou deux sur les produits que vous connaissez le mieux)
- ↔ Échantillons produits (quand c'est possible)
- ↔ Grilles tarifaires ou, si vous ne pouvez pas les obtenir, au moins les prix de deux produits pour lesquels vous avez les fiches produits.
- ↔ Exemples(s) de factures ou de contrats de vente remplis
- ↔ CGV locales et export
 - délais de livraison habituellement pratiqués
 - devise de facturation
 - moyens et délais de paiement traditionnels
 - conditions commerciales
 - Incoterm(s) traditionnel(s)
- ↔ Documents vierges
 - proforma,
 - devis,
 - bons de commandes,
 - facture commerciale
- ↔ Commande type
- ↔ Offre type
- ↔ Courriers types (mailing)
- ↔ Extrait fichier client /prospect, extrait des BDD
- ↔ OAV
 - Cartes de visite (collaborateurs de l'entreprise)
 - Outils de promotion, PLV
 - Argumentaires de vente
 - CD-Rom de démo
 - Fiche prospect
 - Fiche de compte rendu de visite (si prospection terrain ou accompagnement d'un commercial sur le terrain)
 - Guide d'entretien téléphonique
 - Fiches d'appels téléphoniques (vierges et remplies)
 - Photocopies de carte de visite des prospects
 - Plaquettes catalogue des prospects
 - Planning des RDV, organisation des tournées de visite ou de prospection
 - Offre envoyée suite à un contact prospect
- ↔ Logiciels de gestion commerciale utilisés par l'entreprise (impr écran)
- ↔ Dossier salon (si l'entreprise participe à des salons),

INFORMATIONS A RECUEILLIR

- ↔ Conditions logistiques : conditionnement, palettisation, poids/volume
- ↔ Gestion du risque

➔ **Compléments d'informations FICHE n°1**

Données sur le marché : clients (types de clients, segmentation), concurrents, fournisseurs, environnement du marché (économique, politique, ...)

Données sur l'entreprise : sa PDM, son positionnement, sa stratégie commerciale, participation à des salons, salon de référence du secteur (national ou international)...

Données sur les prospects (2 ou 3) : coordonnées, secteur / activité, nationalité, mode de contact, nature du message, réactions à la proposition

OBSERVATIONS INTERCULTURELLES

Si vous avez eu l'opportunité d'observer un entretien de vente :

- définition du client /prospect,
- grille simplifiée d'observation

PRISE DE CONTACT	PHASE DE DECOUVERTE DES BESOINS	PHASE D'ARGUMENTATION	PHASE DE TRAITEMENT DES OBJECTIONS	PHASE DE CONCLUSION
<ul style="list-style-type: none"> · Comment les acteurs de l'entretien se sont-ils salués ? · Ont-ils débuté l'entretien de vente immédiatement ? · Quelle(s) question(s) le vendeur a-t-il posé à l'acheteur ? 	<ul style="list-style-type: none"> - Quelles questions le vendeur a-t-il posé sur : - La situation actuelle de son prospect - Les solutions actuelles de son prospect - La situation future de son prospect - Les solutions futures de son prospect 	<ul style="list-style-type: none"> - Quels outils le vendeur utilise-t-il pour présenter les caractéristiques de son produit ? 	<ul style="list-style-type: none"> - Le prospect accepte-t-il immédiatement la proposition du vendeur ? - Quels sont les éléments qui posent problème ? - Comment le vendeur réagit-il ? 	<ul style="list-style-type: none"> - Quand le vendeur remplit-il le bon de commande ? - Que se passe-t-il ensuite ?

Management dans l'entreprise

- Prise de décision ?
- Modes de communication ?
- Rapport au temps ?

Aspects culturels :

- Guide des rendez-vous d'affaire :
 - prise de rendez-vous
 - horaires
 - repas d'affaires
 - tenue vestimentaire
 - prise de contact : salutations, proxémie, regard, non verbal...
- Les dimensions de la culture : application des approches théoriques à la culture du pays de stage et/ou du pays de prospection.