|  |
| --- |
| **Liaison Baccalauréat professionnel / BTS**Ma première étude technique et commerciale |
|  | **Poursuivre enBTS Technico Commercial** |
|  |  |
| **ETUDE TECHNIQUE ET COMMERCIALE D’UN BIEN OU D’UN SERVICE** **commercialisé par votre entreprise d’accueil en PFMP** |

Cette étude est réalisée dans le cadre de votre entreprise d’accueil en PFMP. Elle s’inscrit dans un double projet :

1. illustrer les thèmes du programme par une projection dans la spécialisation
2. faire apprécier ses aptitudes commerciales.

**Compétences du référentiel visées en Eco-Gestion :**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| THÈME 3.1 L’activité commerciale | - Les marchés de l’entreprise | C 3.1.1 DEFINIR le positionnement |
| - La politique commerciale | C 3.1.2 CARACTÉRISER la politique commerciale |
| THÈME 4.3 La création et la reprise d’entreprise | - Le positionnement de l’entreprise sur le marché | C 4.3.6 DEFINIR la notion de positionnement et de stratégie commerciale |

**Nom de l’entreprise :** …………………………………………………………………………………………………………

**Adresse de l’entreprise :** ……………………………………………………………………………………………………

**Activité principale de l’entreprise :** …………………………………………………………………………………..

**Nom du produit ou du service support de l’étude :** …………………………………………………………..

Contenu :

Contenu

[1) L'organisation du service commercial de l’entreprise : p2](#_Toc472340550)

[2) Etude technique et commerciale d’un produit proposé par l’entreprise p2](#_Toc472340551) et 3

## L'organisation du service commercial de l’entreprise

|  |  |
| --- | --- |
| **Composition du service commercial (personnel)** |  |
| **Localisation du service commercial** |  |
|  | **Commerciaux sédentaires** | **Commerciaux itinérants** |
| **Nombre de commerciaux dans l’entreprise** |  |  |
| **Fonctions assurées par ces différents commerciaux** |  |  |
| **Moyens utilisés pour répondre aux besoins des clients**  |  |  |
| **Moyens utilisés pour trouver de nouveaux clients** |  |  |
| **Outils connectés de communication, de promotion, d’information, et de suivi des clients** |  |
| **Outils non connectés communication, de promotion, d’information, et de suivi des clients** |  |

## Etude technique et commerciale d’un produit proposé par l’entreprise

**(qui peut être un bien ou une prestation de service)**

* Vous choisirez un produit intéressant, innovant, et représentatif du savoir-faire de l’entreprise.
* Vous reprendrez les différentes rubriques du schéma ci-dessous pour effectuer vos recherches.

**ETUDE TECHNIQUE ET COMMERCIALE D’UN PRODUIT**

**Eléments à développer**



* Vous pourrez utiliser la forme de votre choix pour présenter votre étude ; mais votre présentation doit toutefois être structurée de manière cohérente par rapport au contexte de votre entreprise.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Powerpoint | Carte heuristique | Dossier illustré | Site Web |

* Ne négligez pas la forme de votre étude et privilégiez une charte graphique adaptée
* Soumettez votre étude à un enseignant du BTS TC (voir modalités avec votre professeur)

Retrouvez quelques sources à cette adresse :

*http://www.ac-strasbourg.fr/pedagogie/ecogestion/enseignements/voie-professionnelle/gestionindus/lien-bts-technicoco/*

|  |
| --- |
| **Liaison Baccalauréat professionnel / BTS**Ma première étude technique et commerciale |
|  |  **Poursuivre ses études enBTS Technico Commercial** |
| **ETUDE TECHNIQUE ET COMMERCIALE D’UN BIEN OU D’UN SERVICE** **commercialisé par votre entreprise d’accueil en PFMP** |

## Grille d’analyse

*Les items peuvent être remplacés par ceux utilisés dans le cadre des bulletins de compétences*

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Autocontrôle | Maîtrise insuffisante | Maîtrise fragile | Maîtrise satisfaisante | Très bonne maîtrise |
| Identification générale |  |  |  |  |  |
| Entreprise | ❑ |  |  |  |  |
| Bien ou service | ❑ |  |  |  |  |
| Service commercial | ❑ |  |  |  |  |
| Etude technique |  |  |  |  |  |
| Présentation produit | ❑ |  |  |  |  |
| Descriptif technique | ❑ |  |  |  |  |
| Machines et équipements | ❑ |  |  |  |  |
| Etude commerciale |  |  |  |  |  |
| Typologie des clients | ❑ |  |  |  |  |
| Politique de communication | ❑ |  |  |  |  |
| Arguments de vente | ❑ |  |  |  |  |
| Concurrence | ❑ |  |  |  |  |
| Services complémentaires | ❑ |  |  |  |  |
| Fixation du prix | ❑ |  |  |  |  |
| Qualité de l’étude |  |  |  |  |  |
| Moyens de recherche mis en oeuvre | ❑ |  |  |  |  |
| Plan et rédaction | ❑ |  |  |  |  |
| Présentation et originalité du support | ❑ |  |  |  |  |