

Le projet de prospection

Ce projet doit être personnel et revêtir un caractère authentique. Il sert de base à une présentation orale avec diaporama. (Utilisation du logiciel PowerPoint)

Il est composé impérativement de trois parties :

- **présentation de l'entreprise et du projet** : description du contexte professionnel dans lequel s'inscrit le projet et formulation de la problématique qui en découle (origine du projet : Pourquoi ce projet ?),
- **stratégie** (choix de la ou des techniques de prospection, organisation, estimation des coûts...).
- **démarche** (méthodologie : outils utilisés, recherches effectuées...),

Les sources d'information utilisées dans le projet devront être précisées.

Il prend appui sur une problématique définie en stage, problématique à laquelle l'élève doit répondre à travers son projet de prospection en présentant un certain nombre de propositions.

Le projet doit révéler une véritable problématique de développement de clientèles, de marchés. Il ne traite pas du choix de la stratégie de développement mais des moyens de la mettre en œuvre.

Le plan du projet de prospection

PREMIERE PARTIE : PRESENTATION DU PROJET	
Titre du projet :	
❖ Caractéristiques de l'entreprise	
Dénomination, nom :	
Adresse postale :	
Adresse Internet :	
Activité :	
Produit ou service vendus :	
Forme juridique :	<input type="checkbox"/> Entreprise individuelle <input type="checkbox"/> SNC <input type="checkbox"/> SA <input type="checkbox"/> SARL <input type="checkbox"/> EURL <input type="checkbox"/> SAS <input type="checkbox"/> Autre : _____
Date de création :	
Chiffre d'affaires :	
Effectif global :	
Effectif force de vente :	
Réseau de distribution :	<input type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non Si oui, description :

Positionnement de l'entreprise sur le marché (*place qu'occupe l'entreprise dans l'esprit du consommateur par rapport aux concurrents*):
paragraphe rédigé

Profil type de la clientèle : (*age, sexe, situation de famille, profession, revenu, lieu d'habitation, type d'habitat...*)
paragraphe rédigé

❖ Problème ou situation professionnelle à l'origine du projet

Dresser un constat pouvant partir :	<input type="checkbox"/> <i>D'un segment de clientèle inexploitée ou négligée</i> <input type="checkbox"/> <i>D'un secteur géographique inexploité ou négligé</i> <input type="checkbox"/> <i>De la participation au lancement d'un nouveau produit</i> <input type="checkbox"/> <i>Relance d'un portefeuille</i> <input type="checkbox"/> <i>Relance d'un produit</i> <input type="checkbox"/> <i>Autre :</i>
--	---

Description de la situation professionnelle à l'origine de l'idée de projet

Problématique rédigée: (à partir du constat, du problème, ou de la situation professionnelle à l'origine du projet)

DEUXIEME PARTIE : LA STRATEGIE DE PROSPECTION PROPOSEE

Définition de la cible de prospection	Données quantitatives (<i>nombre d'individus ou d'entreprises ciblés</i>): _____
	Données qualitatives (<i>description de la cible</i>) _____ _____ _____ _____ _____

Objectifs de prospection	Nombre de prospects espérés : _____ Nombre de clients espérés : _____ Nombre de _____ espérés : _____
---------------------------------	---

Technique (s) de prospection choisie (s) et description rapide.	<input type="checkbox"/> Prospection terrain

	<input type="checkbox"/> Prospection téléphonique

	<input type="checkbox"/> Publipostage (mailing)

<input type="checkbox"/> Animation de stands	

<input type="checkbox"/> Autres :	

TROISIEME PARTIE : LA DEMARCHE SUIVIE POUR MONTER LE PROJET

A. La préparation	
Recherche d'informations externes et/ou internes	_____

Sélection des informations utiles	_____

Élaboration des outils nécessaires en fonction de la technique de prospection retenue (publipostage, prospection téléphonique, prospection terrain, animation de stand ...)	<i>Citer et décrire les outils (joindre les outils en annexe)</i>

B. Le montage du projet	

Paragraphe rédigé expliquant la réalisation des moyens retenus (création des outils) dans la phase de préparation.

Difficultés rencontrées / Solutions adoptées :

C. L'évaluation de l'action de prospection

Cette partie sera réalisée si le projet de prospection a été effectivement mis en œuvre dans l'entreprise :

Résultats attendus : _____

Résultats obtenus : _____

Ratios d'analyse statistiques exploitables :
