



**LE RÉSEAU DE CRÉATION
ET D'ACCOMPAGNEMENT PÉDAGOGIQUES**

**Ce document a été mis en ligne par le Canopé de l'académie de Montpellier
pour la Base Nationale des Sujets d'Examens de l'enseignement professionnel.**

Ce fichier numérique ne peut être reproduit, représenté, adapté ou traduit sans autorisation.

CORRIGE

Ces éléments de correction n'ont qu'une valeur indicative. Ils ne peuvent en aucun cas engager la responsabilité des autorités académiques, chaque jury est souverain.

CORRIGÉ TYPE

Première phase - Accueil du client Écoute - Re-formulation - Conclusion - 30 mn

Accueil- Écoute

Dans cette phase le candidat doit accueillir son client et avoir un comportement commercial. Il doit recueillir auprès de ses clients toutes les informations indispensables à l'élaboration de son projet :

Où ? (lieu)

Quand ? (Date, horaires début et fin)

Pour qui ? (Type de clients - Qui reçoit ? Qui est reçu ?)

Pourquoi ? (Pour quelle occasion)

Souhaits particuliers du client, ou souhaits négatifs (ce que le client ne veut pas)

Qui suit ce projet chez le client ? Qui est décideur ?

Dans cette phase d'écoute le candidat doit faire parler son client 70 % du temps, il ne doit pas faire de proposition à ce moment, ses interventions servent à relancer son client afin d'obtenir les informations dont il a besoin.

Une dizaine de minute sera consacrée à la communication en Anglais.

Reformulation - Conclusion

Lorsque le candidat pense avoir obtenu toutes les infos dont il à besoin, il reformulera la demande de son client en mettant en avant les objectifs du client.

Cette reformulation doit montrer au client que son interlocuteur a compris ses attentes et qu'il est en capacité de lui établir le projet qu'il attend :

Exemple :

« Si je vous ai bien compris, vous souhaitez »

N'étant pas à ce moment en capacité de proposer un projet construit, le candidat devra conclure son entretien en proposant la date et l'objet du prochain rendez-vous :

Proposition du projet construit.

Date du RV

Il prendra congé de ses clients.

Deuxième phase - Construction du projet - 2 h 30

Le candidat va chercher sur internet le plan et les informations relatives au lieu.

Il construit son projet en fonction des informations recueillies.

Son projet doit être présenté et argumenté en terme « d'avantage client »

Exemple :

« L'assortiment de spécialités typiquement Italiennes et particulièrement Vénitiennes mettra en lumière la promotion de votre nouveau produit, la qualité de l'accueil et du service réservés à vos hôtes sera le reflet de l'attention que votre société porte à ses voyageurs et contribuera à renforcer la confiance que vous font vos revendeurs pour le sérieux de votre entreprise et la qualité de ses prestations »

Le projet comporte un descriptif de la manifestation qui s'appuie sur les renseignements données ainsi que sur les informations du lieu et la connaissance en organisation du candidat.

Le projet précise la décoration proposée (habillage des buffets, art de la table, décoration florale etc..) ; cette partie – très importante - doit être argumentée par rapport au lieu et au thème, son rapport direct avec l'aspect innovant ou original du projet la rend indispensable.

Le projet comporte un descriptif des mets et des boissons proposées.

Le projet comporte également l'énumération des principaux matériels fournis

Le staff de service et d'organisation

Le projet pourra être accompagné d'un plan.

Les paramètres d'organisation doivent être cohérents entre eux (timing, personnel/poste à pourvoir/nombre d'invités.)

M C ORGANISATEUR DE RÉCEPTIONS	Code : 01D 344 12	CORRIGÉ	Session 2015
ÉPREUVE E2 : Commercialisation d'un concept de réception innovant			Durée : 4 h Coef. : 4
			Page 1/2

Le projet comporte un bordereau de prix ou les prix intermédiaires sont détaillés au moins comme suit :

- Dîner ; cocktail ou buffet.
- Boissons sans alcool
- Cave
- Matériels
- Décoration
- Autres frais d'organisation (Transports et divers)
- Prestations sur place (Service, montage etc.)
- Montant total de la prestation hors taxe
- TVA
- Montant TTC

CORRIGÉ

Troisième phase - Présentation du projet - 1 h

Le candidat présente son projet en commençant par rappeler l'objet de la réception ainsi que les motivations du client.

(Cette re-formulation à pour objet de vérifier auprès du client que celui-ci n'a pas fait évoluer ses motivations ou ses projets depuis le dernier rendez-vous)

Le candidat décrit son projet en mettant en valeur les aspects innovants ou originaux en rapport direct avec le thème ou les motivations du client.

Exemple :

« *Puisque vous souhaitez, nous vous proposons* »

Il décrit son projet en s'aidant des documents préparés et notamment du plan du lieu ou des photos recueillies.

Il présentera le prix en dynamique, après avoir consciencieusement mis en valeur tous les éléments fournis en contrepartie de ce prix.

(Le prix ne doit pas être dévoilé au client pendant la description car celui-ci ne serait plus attentif à la description, son esprit étant totalement focalisé sur le prix).

Le candidat ira chercher les objections (si celles-ci ne viennent pas seules) en demandant à ses clients se qu'ils pensent de ce projet. Il traitera ces objections en répondant aux questions des clients.

Les objections étant « traitées », le candidat ira « chercher » le bon de commande en disant à son client « puisque nous sommes d'accord » je vous propose de conclure cette affaire dès maintenant afin que nous puissions mettre en route l'organisation précise de ce dossier, nos conditions de réservations sont XX% d'acompte à la commande, ou prend un nouveaux rendez-vous dans les plus brefs délais.

Le candidat devra s'enquérir des informations permettant d'ouvrir le compte client, énoncer les principales conditions de règlement.

Une fois l'affaire conclue il « détendra » par l'amorce d'une conversation sans rapport avec l'affaire et prendra congé de son client.

M C ORGANISATEUR DE RÉCEPTIONS	Code : 01D 344 12	CORRIGÉ	Session 2015
ÉPREUVE E2 : Commercialisation d'un concept de réception innovant		Durée : 4 h Coef. : 4	Page 2 / 2