

Des élèves de Bac-PRO Vente du lycée professionnel Sauxmarais de Tournaville ont créé du trafic !

Chaque année lors des périodes de formation en entreprise, l'entreprise Renault SCAUTO accueille des élèves de seconde, première ou terminale Bac Pro Vente. L'objectif est à chaque fois pour les élèves d'acquérir des savoir-faire et des savoir-être (compétences et attitudes) qui leur permettront de réussir à l'examen, de poursuivre leurs études et de s'insérer dans la vie active.

Pour l'entreprise, l'objectif est de jouer un rôle actif dans la formation des futurs professionnels et de se constituer à terme un vivier de personnes employables le cas échéant. Or, l'entreprise, l'établissement scolaire et les élèves peuvent rencontrer des difficultés. La première difficulté rencontrée, tant par les élèves que par les maîtres de stage, est l'activité économique. Celle-ci peut être parfois insuffisante pour avoir un aperçu complet du métier désiré et/ou pour confier à des commerciaux la responsabilité d'un stagiaire en formation ou, à l'inverse, être trop intense pour accroître la masse de travail d'un tuteur potentiel.

La seconde difficulté tient au choix des dates de formation :

- l'établissement scolaire doit prendre en considération les différents niveaux (2^{nde}, 1^{ère}, Tle) d'un même diplôme et les différents baccalauréats professionnels dont les champs professionnels peuvent amener les élèves à solliciter les mêmes entreprises.
- l'entreprise peut ne pas avoir de missions réalisables par des élèves à confier aux dates proposées.

Il convenait donc d'être réactif face à un événement commercial majeur : le lancement d'un nouveau véhicule utilitaire même s'il n'y avait pas de P.F.M.P. et l'association d'une classe sur son temps scolaire.

Ainsi, encadrés par M. Lerebourg et M. Caen, les élèves ont mené un **projet** de prospection collectif sur leurs heures de « projet » en guise de répétition avant les projets individuels menés lors des stages et qui feront l'objet d'une soutenance en fin d'année. L'entreprise a obtenu un aperçu des compétences en matière de prospection d'une classe d'élèves de terminale et le lycée a montré qu'il était prêt à amplifier les partenariats et à développer des actions « gagnant / gagnant ».

La démarche, pour monter le projet, a consisté en :

- une rencontre entre les partenaires établissement / entreprise afin de rédiger la convention de partenariat.
- une présentation du projet à la classe
- la détermination des missions à accomplir et les dates à respecter



- la rédaction de courriers
- le démarchage des partenaires
- la réalisation des opérations sur le terrain

Les élèves ont ciblé les artisans utilisateurs de véhicules utilitaires pour leurs déplacements chez les clients. Ils ont « vendu » la présentation du nouveau trafic de la gamme V.U. Renault et le partage d'un moment de convivialité entre les entreprises d'accueil, les artisans, les commerciaux Renault et les lycéens.

Les premiers résultats sont :

- 5 demi-journées obtenues chez les fournisseurs suivants :
- 14 octobre COMPTOIR ELECTRICITE FRANÇAIS
- 15 octobre REXEL
- 16 OCTOBRE METRO
- 17 OCTOBRE POINT P
- 06 NOVEMBRE BROSSETTE

16 élèves, impliqués dans cette action en tant que futurs commerciaux ou hôtes d'accueil.

La classe a mené son premier projet de prospection et analysera prochainement le nombre de prospects rencontrés, le nombre de contacts qui seront approfondis et peut-être celui des ventes finalisées.