

Baccalauréat Professionnel Vente : Prospection, Négociation, Suivi de Clientèle (PNS)

- **L'activité professionnelle :**



Le titulaire du Bac Pro PNS prospecte par courrier ou contact direct, négocie des ventes de biens ou de services, participe au suivi et s'emploie à fidéliser la clientèle.



Il peut travailler pour une clientèle de professionnels, de particuliers ou de revendeurs.



Sa formation à l'utilisation d'outils informatiques spécifiques à la vente et la vente à distance, lui permet d'exploiter une base de données, d'assurer une gestion rapide de contacts clientèle et d'utiliser des supports d'aide à la vente.



Les produits ou services dont il a la charge ne nécessitent pas de connaissances techniques approfondies.



Lors du démarchage, il incite ses interlocuteurs à acheter en argumentant. Il peut effectuer une démonstration et négocier les conditions de la vente (prix, délais, quantités, conditions de paiement).



Après quelques années d'expérience, il peut évoluer vers des postes de responsable d'équipe de vente, représentant multicarte ou agent commercial. Il travaille alors pour plusieurs entreprises, et il est rémunéré à la commission.

- **La formation :**



La formation comprend l'enseignement général pour se construire un bagage intellectuel solide et nécessaire.



L'enseignement de la spécialité comprend les apprentissages suivants :



- Techniques et stratégies de prospection : les prospects, les techniques de prospection, les supports d'une prospection, la stratégie de prospection. ←

- Supports du suivi des opérations commerciales : documents commerciaux (bon de commande, bon de livraison, facture...) et documents de suivi de clientèle. ←

- Outils de gestion dans l'activité du vendeur : gestion du temps et des frais professionnels, gestion des fichiers commerciaux ←

informatisés, mesure de la rentabilité. ↵

- Développement personnel du vendeur : bilan comportemental, projet personnel et professionnel, gestion du stress. ↵
- Communication : enjeux psychosociaux et composantes de la communication, situations de communication orale interpersonnelle et de groupe, stratégies de communication orale, techniques et stratégies de communication écrite, communication visuelle. ↵
- Techniques de négociation commerciale : techniques de découverte et négociation, vente en face à face, vente au téléphone. ↵
- Technologies de l'information et de la communication appliquées à la vente : recherche d'informations sur Internet, logiciels de bureautique et de messagerie électronique. ↵
- Mercatique : la démarche, l'étude de la demande, l'offre de l'entreprise, l'entreprise et son marché, la force de vente dans l'entreprise. ↵
- Économie-droit : activité commerciale et productive de l'entreprise, gestion des ressources humaines, management, contrat de vente, contrat de travail, responsabilité de l'entreprise, statut juridique de l'entreprise, crédit et garanties accordés aux créanciers, droit du travail.

↵

Une période de formation en milieu professionnel de 22 semaines est répartie sur les 3 années