

FICHE 2 PARTENARIAT SENIORS	
Titre de l'action	«Prospection METZGER »
Porteur du projet	Mme BOUGHARI Hind Hind.Boughari@ac-nancy-metz.fr Lycée Marie MARVINGT 8 Rue Jean Moulin 54510 TOMBLAINE
Public ciblé (niveau / effectif)	Toute la classe de 1 ^{ère} Bac Pro Vente, 18 élèves (5 filles, 13 garçons) (1ere partie du projet transposable aux : bac pro commerce et bac pro ARCU)
Association(s) seniors/partenaires	Association ECTI (Entreprises collectivités territoriales insertion) Contact : M. LANGENFELD (ECTI Meurthe et Moselle) : michel.langenfeld@free.fr -Entreprise Metzger à Nancy, spécialisée dans la menuiserie
Calendrier	Lancement du projet : début décembre Fin du projet : mars (bilan final) Fréquence d'intervention de l'association auprès des élèves : 4 demi journée X 2 (opération phoning+opération prospection terrain)
Constats – Diagnostics	<ul style="list-style-type: none"> • Recrudescence des incivilités des élèves • Confiance en soi des élèves à améliorer • Manque de motivation des élèves. • Manque de moments de convivialité et de complicité entre élèves et enseignants • Approche négative des élèves vis-à-vis des entreprises • Difficultés des élèves à comprendre le contexte et la problématique professionnelle dans laquelle ils se retrouvent lors des PFMP (Prise du train en marche) • Retours des tuteurs en entreprise : Manque crucial de professionnalisation des élèves/ connaissances trop théoriques • Impossibilité pour l'enseignant d'effectuer de l'individualisation avec ses élèves • Hétérogénéité de la qualité de la formation d'une entreprise à une autre pour nos élèves : des situations d'apprentissage sur lesquelles les entreprises sont réticentes lors des PFMP, (Vrai prospection terrain pour certains, distribution de flyers pour d'autres. Peu ou pas de contact avec le client dans certaines entreprises-démarche commerciale réelle pour d'autres...) • Difficulté de trouver des exemples de situations professionnelles parlantes pour chaque élève pour illustrer les cours. • Obsolescence de certaines pratiques/documents pédagogiques • Paupérisation du fichier « entreprises d'accueil »
Objectif(s) de l'action -motivations de l'enseignant	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Développer les projets professionnels visant à favoriser l'estime de soi. ➢ Travailler sur le savoir-être lors des échanges avec les intervenants ➢ Concrétiser le métier de commercial ➢ Mieux appréhender le monde de l'entreprise en multipliant les contacts avec des intervenants extérieurs (Séniors, Commerciaux, directeur commercial,...) ➢ Fédérer l'équipe pédagogique autour d'un projet commun ➢ Développer une cohésion dans le groupe-classe en mettant en place des objectifs individuels et collectifs corrélés à des récompenses individuelles et collectives. ➢ Illustrer les cours avec une situation professionnelle vécue par tous. ➢ Utilisation, didactisation, création de documents pour/et de l'entreprise

	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Encadrement des élèves dans un contexte pédago/professionnel (professeur – commercial) au même moment. ➤ Enrichir le fichier « entreprises d'accueil » de l'établissement. ➤ Promouvoir l'égalité des chances entre les élèves (développement des savoirs être/savoir faire) ➤ Suivi de l'évolution du projet avec l'entreprise grâce à l'élève stagiaire (porte-parole) ➤ Individualiser et suivre chaque élève, grâce à l'intervention inestimable d'anciens cadres professionnels Séniors. ➤ Reproduire des contextes conviviaux professionnels (briefing autour d'un petit déjeuner, bilan du projet autour d'un goûter...) ➤ Rattacher les élèves à leur formation ➤ Mettre en phase nos enseignements avec le monde professionnel. ➤ Préparation à E 2 et E3 pour les bac pro vente, BEP MRCU (appel téléphonique)
<p>Descriptif opérationnel de l'action</p>	<p style="text-align: center;">« PROSPECTION METZGER » DE MANIÈRE CHRONOLOGIQUE</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Prospection de l'enseignant pour trouver une entreprise partenaire (récupérer un fichier clients) 2) Echanger avec l'entreprise sur les objectifs professionnels. 3) Soumettre le projet au chef d'établissement par le biais du chef de travaux 4) Contacter l'association et présenter le projet (estimation du nombre d'interventions, (enclenchement du protocole de partenariat association) 5) Réunion préparatoire (enseignants, associations, entreprise) 6) Travaux de recherches d'informations sur l'entreprise avec les élèves 7) Présentation des intervenants et du projet aux élèves (salle de réunion). <p>Première partie : PROSPECTION TELEPHONIQUE : Mission : rappeler les clients de l'entreprise à qui une invitation a été envoyée. confirmer la venue du client, et faire une recherche de besoins à partir d'un plan d'appel. (interventions des 7 séniors et du commercial 4 demi journées) Les élèves s'exercent à l'accueil téléphonique au sein de l'établissement (Entraînements fictifs) Puis appels téléphoniques réels avec l'appui des séniors : apport d'expertise. Mise à jour du fichier clients Remontée d'informations au commercial. (Besoins, intervention technicien pour réparation...)</p> <p>Deuxième partie : PROSPECTION TERRAIN : <i>Travail sur le découpage de secteur, le plan de tournée, la préparation de la mallette du commercial...</i> (interventions des 7 séniors et du commercial 2 journées entières) Mission : rechercher les besoins des prospects et décrocher un RDV pour le commercial en s'appuyant sur un questionnaire didactisé Contexte : porte à porte sur le secteur du commercial. Les élèves sont en binôme avec un senior, le commercial, les enseignants.</p> <p>Modalités : Prévenir les autres collègues sur les demi-journées consacrées au projet Faire tourner les ateliers Ménager l'accueil des séniors : salle en rez de chaussée, intensité horaires...</p>
<p>Observation (s)</p>	<p>Besoin matériel à prévoir (téléphones, salles informatiques de préférence ...)</p> <p>Eléments facilitateurs :</p> <ul style="list-style-type: none"> - travail en barrette pour les professeurs de vente, - sur demi-journée. Conseils chef de travaux