

**Document  
d'accompagnement  
du référentiel  
de formation**

Enseignement agricole  
*Formations grandeur nature*



**Inspection de l'Enseignement Agricole**

**Diplôme :**

BTSA Génie Des Equipements Agricoles

**Module :M52**

Techniques commerciales liées aux agroéquipement

**Objectif général du module :**

Participer à la démarche commerciale de l'entreprise

**Indications de contenus, commentaires,  
recommandations pédagogiques**

Préambule :

Ce module s'appuie sur certaines notions étudiées dans les modules M22 (TECAD), M42 (TIM), M51 (Economie et Gestion des AEQ), M58 (Connaissance et mise en œuvre des AEQ).

Il est conseillé de s'appuyer sur les observations et vécus en entreprise ainsi que sur d'éventuelles interventions extérieures.

Objectifs du module :

Il s'agit, dans ce module, d'apporter des connaissances et des techniques nécessaires au technicien supérieur pour gérer les relations-clients ou prospects, promouvoir et vendre les produits et services de l'entreprise. L'enseignant sensibilise les futurs techniciens au respect d'une éthique professionnelle dans la démarche commerciale.

Il est fortement conseillé de s'appuyer sur des relations avec des acteurs du domaine professionnel (visites, interventions ...), sur les expériences en milieu professionnel des apprenants et de travailler en partenariat étroit avec les enseignants des modules techniques.

Ce module est abordé en complémentarité du module M51.

**Objectif 1 : Identifier les relations commerciales et juridiques relatives au secteur des AEQ**

Il s'agit ici de situer une entreprise dans un contexte commercial et juridique propre au secteur des AEQ afin d'adapter sa démarche commerciale.

Pour aborder cet objectif, il est recommandé de prendre contact avec des professionnels du secteur. Cet objectif se base sur des pré-requis du module M51.

### **Objectif 1.1 : Identifier les différents circuits de distribution du secteur des AEQ**

A partir du module M51, il s'agit de montrer les relations qui se construisent entre :

- le constructeur et le distributeur (revendeur indépendant, concessionnaire, franchisé, ...)
- le constructeur et le client utilisateur (agriculteur, ETA, CUMA, collectivités, particulier...)
- le distributeur et l'agent
- le distributeur et le client utilisateur

Il est recommandé de prendre appui sur les observations réalisées sur le terrain (visites, entreprise de stage, interventions extérieures...). Il est important d'aborder également la Vente à Distance (vente sur catalogue, internet).

### **Objectif 1.2 : identifier les relations juridiques entre ces différents acteurs**

A partir des circuits identifiés dans l'objectif 1.1, il s'agit de décrire les différentes relations juridiques entre les acteurs :

- Contrat de concession
- Contrat de franchise
- Contrat d'exclusivité
- Accord de coopération (centrales d'achat, groupements d'achat, distributeurs indépendants)
- Le devis, le bon de commande, le contrat de prêt, le contrat de location, le crédit bail, le contrat de maintenance, l'expertise, la cession de véhicule d'occasion, le contrat de garantie.

## **Objectif 2 : Participer à la vente et/ou à l'achat de produits**

On entend par produits les équipements, les matériels, les pièces, les consommables et les services.

Il s'agit dans cet objectif, d'adapter une démarche commerciale à la stratégie d'entreprise et à son environnement. Pour cela, l'apprenant doit prendre en compte les principales démarches stratégiques de l'entreprise (segmentation, positionnement).

L'évaluation portant sur une épreuve orale et pratique, il semble judicieux d'accorder une part importante à cet objectif, en particulier au sous-objectif 2.1 : *Acquérir des techniques de vente*. La transversalité des différents objectifs, traités dans ce module permet ici à l'apprenant de se projeter en situation professionnelle.

### **Objectif 2.1 : Acquérir des techniques de vente**

- Identifier les qualités d'un technico-commercial (qualités relationnelles, qualités organisationnelles, aptitudes à véhiculer une bonne image ...).
- Prendre en compte les principales caractéristiques du comportement d'achat de l'utilisateur (facteurs qui influencent l'acte d'achat, les processus d'achat, les achats en groupe, les prescripteurs...)
- Préparer l'entretien de vente (préparation du matériel de vente, prise de rendez-vous, préparation d'un argumentaire de vente et définition de la marge de manœuvre adaptés au client) en fonction des objectifs de l'entreprise et de la pré-découverte des besoins (à l'aide du fichier – client).
- Mettre en œuvre les étapes de la vente (prendre contact, affiner les besoins, argumenter, démontrer, traiter les objections, conclure, réaliser une vente additionnelle, prendre congé).
- Actualiser la fiche-client et rédiger un rapport d'activité.

Il est indispensable que l'apprenant mobilise des connaissances techniques, commerciales, juridiques, fiscales, économiques, agro-environnementales acquises dans les différents modules de la formation.

Ce sous-objectif s'appuie sur des mises en situation (sketches de vente, jeux de rôle sur les différentes étapes de la vente, expérience en milieu professionnel...). On attachera une attention particulière à l'utilisation des différents documents (tarifs, catalogues...) ainsi qu'à la prise de notes lors de l'entretien de vente.

Les situations de vente sont d'un niveau de difficulté croissant au fur et à mesure de l'expérience acquise par les apprenants (vente de pièces détachées, vente d'équipement, vente de matériel avec solution de financement, incidences fiscales et/ou vente de services, location...).

### **Objectif 2.2 : Identifier les différentes étapes d'une négociation achat**

- Anticiper les besoins (en fonction des stocks, du potentiel du marché, des objectifs de l'entreprise et de la saisonnalité)
- Recenser et choisir les fournisseurs
- Répondre aux demandes ponctuelles

Il est préférable, dans cet objectif, de s'appuyer sur une entreprise de distribution (concessionnaire, indépendant...).

### **Objectif 2.3 : Participer à des opérations d'animation, de promotion ou de démonstration**

- Différencier les opérations d'animation, de promotion, de démonstration
- Participer aux différentes étapes de mise en œuvre d'une opération (objectifs, cibles, moyens, indicateurs de réussite)

Il est recommandé de favoriser l'utilisation ou la création de supports papier ou audio-visuel de présentation du matériel (catalogues, fiches-produits, diaporama, vidéo...) en lien avec les modules M22 et M42.

Il est souhaitable de prendre appui sur le module M58 et des mises en situation professionnelle (au sein de l'établissement ou en entreprise).

### **Objectif 3 : Participer à la gestion des relations clients**

Il s'agit de démontrer comment la relation commerciale se construit sur du long terme, en amont et en aval de l'acte de vente, dans le respect d'une éthique professionnelle.

Cet objectif peut s'intégrer dans l'objectif précédent et ainsi être traité de manière transversale.

#### **Objectif 3.1 : Contribuer à l'actualisation du fichier - client / prospect**

- Identifier, recenser les sources d'informations utilisées en vue de créer un fichier prospect (annuaires professionnels, salons, syndicats interprofessionnels, fédérations...)
- Optimiser le fichier-client

L'apprenant optimise le contenu du fichier en mobilisant des connaissances acquises dans les modules M54 (techniques culturelles, gestion du troupeau...) et M51 (statuts des exploitations, fiscalité...).

Il est conseillé de travailler à partir de fichiers-types existants en entreprise.

#### **Objectif 3.2 : Participer à une mission de prospection**

Préparer une tournée, une prospection téléphonique

Il est conseillé de s'appuyer sur des outils utilisés dans les entreprises (scripts de prise de rendez-vous...)

#### **Objectif 3.3 : Assurer le suivi de la vente**

Le suivi de la vente comprend :

- la mise en route, le conseil (en lien avec le module M58),
- traitement des litiges, SAV (en partenariat avec les fournisseurs et constructeurs)
- les « visites de courtoisie »

## **Activités pluridisciplinaires**

### **M52 – M58 : 12 heures**

STE 12h ; Techniques commerciales : 12h

Négociation commerciale :

cette activité pluridisciplinaire permet de mobiliser les connaissances techniques (module M58) dans une négociation commerciale. L'enseignant en Sciences et techniques des AEQ veille à la qualité et la pertinence de l'argumentation.

## Références documentaires ou bibliographiques pour ce module

L'enseignant s'appuie sur les supports utilisés par les entreprises du secteur : tarifs ; argumentaires ; brochures techniques et commerciales, supports audio-visuel ...

Pierre DESCHAMPS « **Guide d'achat du matériel agricole** » en collaboration avec le Bureau de Coordination du Machinisme Agricole. Editeur SARET, 9 rue de la Beaume, 75008 PARIS

LELLOUCHE (Yves), PIQUET (Florence), « **Les négociations acheteur / vendeur, comment structurer et mener une transaction commerciale ?** », Dunod, 2003

PERCONTE (Bernard), « **50 fiches pour comprendre le marketing** », Bréal, 2008

ALBERTINI (Thérèse), HELFER (Jean-Pierre), ORSONI (Jacques), « **Dictionnaire du marketing** », Vuibert 2008

MAGAKIAN (Jean-Louis), PAYAUD (Marielle Audrey), « **100 fiches pour comprendre la stratégie d'entreprise** », Bréal, 2007

MOULINIER (René), « **Dictionnaire de la vente** », Vuibert 2005

CORCOS (Marc), « **Les Techniques de Vente ... qui font Vendre** », Dunod Entreprise, 2003

ANKRI, LANNOO, « **e-marketing et e-commerce** », Vuibert, 2007