

## Saé VENTE : livrable 2 : SONCASE ; OAV ; Prise de contact

### CAP SONCASE :

Caractéristiques	Avantages	Preuve	SONCASE
Ancienneté ( 20e édition)	Vous communiquez dans un support installé depuis 20 ans, ce qui renforce la crédibilité de votre entreprise auprès des lecteurs	Le magazine est publié chaque année depuis 2007 par l'IUT, avec une 20e édition prévue en 2026	Sécurité
1500 exemplaires imprimés	Les 1500 exemplaires vous permettent de toucher un grand nombre de lecteurs, ce qui augmente la chance d'être vu, et ce qui permettra de multiplier les chances d'être contacté par de potentiels clients.	Chiffres + Distribution lors des portes ouvertes et aux entreprises partenaires	Sécurité
Format digitalisé	Votre entreprise continue d'être vue même après la distribution papier et même les années d'après par les étudiants, enseignants et partenaires qui peuvent consulter votre publicité quand ils veulent sur le site de l'IUT MAG, ce qui multiplie les chances d'être remarqué et contacté sans effort supplémentaire de votre part.	Site internet IUT mag	Confort
encarts publicitaires de différentes tailles : 1/4, 1/2 et pleine page	Chaque format vous permet de décider comment vous souhaitez capter l'attention. Vous pourrez ainsi décider de choisir le format qui vous semblera le plus adapté pour rester dans votre budget.	Grille tarifaire des encarts	Argent
Diffusion Annuelle	En apparaissant chaque année dans le magazine, votre entreprise bénéficie d'une visibilité régulière auprès de ces lecteurs, ce qui permet de renforcer votre notoriété locale année après année et même d'augmenter les chances de toucher de nouveaux prospects chaque édition.	Les autres IUT Mag depuis 2007	Sécurité/Confort

Méthode de paiement	Grâce au paiement différencié, vous débourserez votre budget que lorsque votre publicité est imprimée et prête à être distribuée. Vous pouvez ainsi vérifier que tout est conforme et sécuriser votre investissement.	Bon de commande	Sécurité
Auteur du magazine ( les étudiants )	Votre entreprise apparaît dans un support concret réalisé en contexte réel par des futurs professionnels de la vente et de la communication, ce qui montre votre soutien à la formation locale et à l'insertion professionnelle des jeunes talents. De plus, nous sommes encadrés par des enseignants chercheurs qui apporteront une expertise supplémentaire, rendant le contenu davantage professionnel.	Le magazine est publié chaque année dans le cadre du projet pédagogique des étudiants en Techniques de Commercialisation.	Sympathie
Emplacements premium (ex: 1ère page).	En choisissant un emplacement premium, votre entreprise est immédiatement visible par tous les lecteurs dès l'ouverture du magazine, vous serez mis en lumière, renforçant votre notoriété et vous donnant une image de marque prestigieuse.	Maquette visuelle montrant l'exclusivité de l'emplacement	Orgueil
Magazine local	Votre entreprise bénéficie d'une visibilité auprès d'une audience locale, composée de futurs diplômés, familles, professeurs et entreprises partenaires du département, elle vous apportera un public intéressé par les opportunités d'emploi, de stage ou de services locaux. de votre région.	Distribution aux publics concernés	Argent

Objectionnaire (méthode AIR):

<b><u>Objection 1):</u></b>	<b><i>“ J’ai déjà ma communication “</i></b>
<b><u>Accepter :</u></b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Je comprends parfaitement que vous ayez déjà vos actions de communication.</li></ul>
<b><u>Interroger :</u></b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Est-ce que vous gérez votre communication en interne ou faites-vous appel à une agence?</li><li>- Êtes-vous pleinement satisfait des résultats actuels ?</li><li>- Seriez-vous intéressé par une solution supplémentaire pour toucher un public local et qualifié, sans remplacer vos actions actuelles ?</li></ul>
<b><u>Répondre :</u></b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Vous pouvez continuer vos actions habituelles et, en parallèle, devenir partenaire du magazine de l’IUT pour diversifier votre communication et toucher directement étudiants, familles et partenaires locaux</li></ul>
<b><u>Objection 2):</u></b>	<b><i>“ Votre magazine à peu de visibilité “</i></b>
<b><u>Accepter :</u></b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Oui, il est vrai, nous distribuons que 1500 exemplaires.</li></ul>
<b><u>Interroger :</u></b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Quel public souhaitez-vous atteindre avec votre communication ?</li><li>- Pour vous, qu’est-ce qui est plus important : la quantité ou toucher un public vraiment qualifié et local ?</li></ul>
<b><u>Répondre :</u></b>	Notre magazine touche directement les étudiants, leurs familles, les enseignants et les entreprises partenaires de l’IUT. Cela vous permet d’atteindre un public local et qualifié, intéressé par vos services ou opportunités, bien plus efficace que la simple quantité d’exemplaires
<b><u>Objection 3):</u></b>	<b><i>“ Les gens ne lisent plus les magazines “</i></b>
<b><u>Accepter :</u></b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Oui, il est vrai, les gens lisent de moins en moins de magazines</li></ul>
<b><u>Interroger :</u></b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Pensez-vous que votre public utilise plutôt Internet ou les réseaux sociaux pour s’informer ?</li><li>- Seriez-vous intéressé par une solution qui combine support papier et visibilité digitale pour toucher toutes vos cibles ?</li></ul>
<b><u>Répondre :</u></b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- En plus de votre publicité dans notre magazine, nous la relayons sur le blog et les réseaux de l’IUT, ce qui vous garantit une visibilité à la fois papier et digitale auprès de votre public local.</li></ul>
<b><u>Objection 4):</u></b>	<b><i>“ Vous êtes trop jeunes et vous n’êtes pas des professionnels “</i></b>
<b><u>Accepter :</u></b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Oui, bien-sûr, je comprends votre réticence à travailler avec des jeunes.</li></ul>
<b><u>Interroger :</u></b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Seriez-vous prêt à nous donner une chance de vous montrer notre travail et notre sérieux ?</li></ul>

<u>Répondre :</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Notre formation nous prépare à devenir de vrais professionnels. Nous sommes accompagnés par nos professeurs, eux-mêmes experts, et nous pouvons vous montrer le magazine de l'année dernière pour vous donner une idée précise du rendu et de la qualité</li> </ul>
<u>Objection 5) :</u>	<b><i>“ je n'ai pas le temps, je suis occupé ”</i></b>
<u>Accepter :</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Oui, je comprends parfaitement que vous soyez très occupé.</li> </ul>
<u>interroger :</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Seriez-vous disponible pour un rendez-vous de 10 minutes à un moment qui vous convient ?</li> </ul>
<u>Répondre :</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Je peux vous présenter en seulement 5 minutes comment le magazine peut mettre en valeur votre entreprise auprès des étudiants et partenaires locaux. Si cela vous convient, nous pouvons convenir d'un créneau rapide.</li> <li>- Bien, je repasserai le X à X...</li> </ul>
<u>Objection 6):</u>	<b><i>“ Je n'ai pas les moyens, c'est trop cher ”</i></b>
<u>Accepter :</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Oui, je comprends parfaitement, les budgets communication peuvent vite être élevés.</li> </ul>
<u>Interroger :</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Quel budget consacrez-vous habituellement à votre communication ?</li> <li>- Quels sont vos besoins précis en communication ? Souhaitez-vous une solution efficace tout en restant plus abordable que vos supports actuels ?</li> </ul>
<u>Répondre :</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nous mettons à votre disposition plusieurs formats, du quart de page à la pleine page, avec des tarifs adaptés, pour vous permettre de communiquer efficacement auprès des étudiants et des acteurs locaux.</li> </ul>
<u>Objection 7) :</u>	<b><i>“ Je ne fais pas de communication ”</i></b>
<u>Accepter :</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Oui, je comprends que vous n'ayez pas encore développé de communication</li> </ul>
<u>Interroger :</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pourquoi n'en faites-vous pas ?</li> <li>- Seriez-vous intéressé par une solution simple et clé en main pour toucher votre public cible ?</li> <li>- Est-ce dû à un manque de temps, d'intérêt ou de budget ?</li> </ul>
<u>Répondre :</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Vous pouvez nous faire confiance, nous nous adapterons pour que vous obteniez une communication parfaite pour votre cible.</li> </ul>
<u>Objection 8) :</u>	<b><i>“ J'ai déjà contribué à ce projet je n'étais pas satisfait ”</i></b>
<u>Accepter :</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Oui, je comprends que votre précédente expérience ait pu être décevante</li> </ul>

<u><a href="#">Interroger :</a></u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pourquoi n'étiez vous pas satisfait ?</li> <li>- Qu'est ce qu'il s'est passé ?</li> <li>- Pouvez-vous me dire ce qui n'avait pas répondu à vos attentes afin que nous puissions mieux adapter notre proposition ?</li> </ul>
<u><a href="#">Répondre :</a></u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nous nous engageons à respecter votre demande au mieux. Vous pouvez nous faire confiance</li> </ul>

### Prise de contact :

#### POLITESSE :

- Bonjour, nous nous présentons, nous sommes Nathan BALANDRAUD, Coralie MEYGRET, Muhammed SEVEN et Thomas HANRIOT. Nous sommes étudiants en première année de BUT Techniques de Commercialisation à l'IUT de Saint-étienne.

#### VALIDATION :

- Etes-vous bien le responsable de (NOM DE L'ENTREPRISE) ?
- Si la réponse à la question précédente est NON : Serait-il possible de s'adresser au responsable ?

#### REMERCIEMENT :

- Etes-vous disponible ? Avez-vous quelques minutes à nous accorder ? Si la réponse est OUI :  
Nous vous remercions de nous accorder votre temps.

#### GESTION DU TEMPS :

- Si la réponse est OUI : Nous aimerions discuter avec vous environ 20 minutes, est-ce que cela vous convient ?
- Si la réponse est NON : Objection :

Par ex: "Votre projet nous intéresse, mais je ne suis pas le décisionnaire"  
Est-ce que ce serait possible de repasser une prochaine fois ?

- Si encore une réponse négative : Utiliser les objections. Par exemple, si la personne nous répond "je n'ai pas le temps", utiliser la méthode AIR que nous avons évoquée dans l'objectionnaire pour convaincre notre interlocuteur et pouvoir obtenir de l'information.

### ORDRE DU JOUR :

- Dans le cadre de notre formation en Techniques de Commercialisation, nous réalisons un projet de négociation-vente consistant à réaliser de la prospection avec comme objectif de comprendre comment les commerces réussissent à communiquer afin de développer leur visibilité, notamment auprès d'une cible étudiante. Grâce à cet échange, nous cherchons à obtenir de l'information sur les pratiques que vous réalisez actuellement en termes de communication.

### PRÉSENTATION DE LA FORMATION :

- Nous sommes un établissement public, rattaché à l'université Jean Monnet. Chaque année, ce sont des milliers d'étudiants qui sont répartis dans différents départements, au nombre de 7 : TC comme nous, GEA, GACO, Mesures Physiques, GE2I ... .
- Ce cadre combine plus de 2000 heures d'enseignements pédagogiques et plus de 600 heures de mise en situation professionnelle à travers des travaux groupés dans des domaines comme: la négociation, le marketing et la communication.