



## Lemonade Stand Challenge B1

Je sais vendre.

Education entrepreneuriale de base





### Savoir vendre un produit

Lors de ce défi, les élèves vont apprendre ce qui est important pour vendre un produit ou un service : ils seront guidés à travers différentes étapes, de la mise en pratique d'une idée, en passant par la planification des achats jusqu'à la réalisation de la vente. Le règle d'or : avoir un succès maximal avec un budget restreint.

## Matériel pour les élèves

# Programme Youth Start Entrepreneurial Challenges

basé sur le modèle TRIO pour l'entrepreneuriat – [www.youthstart.eu](http://www.youthstart.eu)

Core Entrepreneurial Education				Entrepreneurial Culture						Entrepreneurial Civic Education	
	Idea Challenge		Hero Challenge		Empathy Challenge		Storytelling Challenge		Buddy Challenge		My Community Challenge
	My Personal Challenge		Lemonade Stand Challenge		Perspectives Challenge		Trash Value Challenge		Open Door Challenge		Volunteer Challenge
	Real Market Challenge		Start Your Project Challenge		Extreme Challenge		Be A Yes Challenge		Expert Challenge		Debate Challenge

Le modèle TRIO est une approche d'apprentissage globale qui couvre trois domaines :

« **Core Entrepreneurial Education** » fait référence à la qualification de base de la pensée et de l'action entrepreneuriale : la capacité de développer des idées propres et de les mettre en œuvre de manière flexible et innovante.

« **Entrepreneurial Culture** » promeut une culture d'ouverture à l'innovation, d'empathie, de travail d'équipe et de créativité, d'orientation vers les objectifs et d'initiative propre, mais aussi de prise de risques et de conscience du risque.

« **Entrepreneurial Civic Education** » désigne le renforcement de la compétence sociale en tant que citoyen(ne), la responsabilité envers soi-même, les autres et l'environnement.

Chaque challenge fait partie de l'une des **18 familles de challenges** associées à l'un des niveaux du modèle TRIO. Une famille de challenges peut comprendre plusieurs challenges à différents niveaux d'apprentissage. Les désignations utilisées dans le matériel pédagogique peuvent être classées comme suit : niveau primaire (A1), niveau secondaire I (A2), différents niveaux (B1, B2 et C1) au sein de niveau secondaire II. Le niveau suivant respectif se base à chaque fois sur le niveau précédent.



## Fiche de travail 1 : Étude de faisabilité

**Description :** Le tableau ci-dessous vous aide à trouver l'objet optimal à vendre ou à présenter. Remplissez le tableau pour chaque produit à évaluer et attribuez des points dans chaque domaine (4 points = très bien, 3 points = bien, 2 points = passable, 1 point = insuffisant, 0 point = très insuffisant). À la fin, faites le total des points. Les produits qui ont obtenu 0 point pour au moins un critère doivent être sortis de l'évaluation si le défaut ne peut être réparé par des mesures supplémentaires.

Produit n° ...

Domaine	Question	Explication	Points
Personnel	Y a-t-il suffisamment de personnes à l'école et en dehors qui participent aux travaux engendrés par cette activité ?		
Finances	Les finances nécessaires au stand et à la fabrication des produits sont-elles réunies ?		
Temps	Les collaborateurs disposent-ils de suffisamment de temps pour fabriquer les produits, respectivement élaborer la présentation et faire tout ce qui est en rapport avec le stand ?		
Savoir-faire	Y a-t-il suffisamment de personnes à l'école et en dehors qui savent comment est fabriqué le produit, respectivement élaboré la présentation ?		
Stratégie	L'activité est-elle en rapport avec le programme scolaire ?		
Résultat	La vente du produit, respectivement la présentation permet-elle de faire des bénéfices ou d'être utile autrement ?		
Total			



# Fiche de travail 2

## Planification du processus

**Description :** maintenant que l'on connaît le produit à fabriquer ou présenter, il faut planifier l'ensemble du processus de fabrication (ou de distribution, si l'on revend des produits du commerce). Avant de compléter la fiche de planification ci-dessous, il faut réaliser un **prototype**. Décrivez et photographiez exactement ce que vous avez fait, quand et dans quel ordre, ainsi que ce dont vous avez eu besoin. Plus vos **notes** seront détaillées, plus il vous sera facile de planifier en grandes quantités. Pour les plats et les boissons, les recettes des livres de cuisine sont à cet égard très utiles. Attention : le processus commence dès l'achat des fournitures et s'achève avec la mise à disposition du produit conditionné sur le stand.

**Exemple** pour la fabrication de citronnade :

Fournitures : citrons bio lavés, Opération : presser les citrons, Résultat (intermédiaire) : jus ;

Responsable : Suzie, Temps en minutes : 1 minute par citron.

**Conseil :** faire une liste des achats à partir des éléments de la colonne « Fournitures ».

[illegible]



## Fiche de travail 3

# Planification des objectifs, temps et division des tâches

**Description :** à l'aide de la checklist ci-dessous, vérifiez que vous n'avez rien oublié d'important. Evidemment vous avez le droit de biffer des éléments qui ne correspondent pas à votre situation, voire en rajouter. Cochez ce qui a été fait (✓). Demandez à une autre personne de refaire un contrôle avant l'ouverture du stand (O) et après la fermeture (F) (principe du double contrôle).

		✓	O	F
<b>Objectif(s)</b>	Nous avons au moins un objectif exprimé par une phrase claire (exemple : le 1er avril 20.., nous avons vendu 350 verres de citronnade et 90 % au moins de nos clients ont apprécié le produit.).			
<b>Durée</b>	Une liste des tâches comportant les colonnes Opération, Temps en minutes ou heures et Responsable a été établie.			
<b>Tâches</b>	La liste comporte au minimum les tâches suivantes :			
	Organiser la réalisation du stand :			
	Se procurer ce qu'il faut pour le stand (exemple ; nappe)			
	Créer le stand (croquis, par exemple)			
	Mettre le stand en place			
	Maintenir le stand propre			
	Gérer les déchets			
	Trier les ordures			
	Jeter les ordures			
	Démonter le stand			
	Prévoir la publicité			
	Créer les supports publicitaires (affiches, par exemple)			
	Faire la publicité			
	Calculer le prix de vente			
	Réaliser une formation à la vente			
	Recueillir les souhaits des clients dans le détail			
	Tester le produit à l'aide de prototypes			
	Organiser la fabrication			
	Acheter les fournitures nécessaires à la fabrication			
	Fabriquer le produit			
	Acheminer les produits sur le stand			
	Prévoir les emballages			
	Prévoir les matériaux d'emballage			
	Emballer			
	Créer les factures			
	Vendre sur le stand			
	Établir les factures			
	Faire le point sur le succès de l'opération (produits vendus et fournitures utilisées)			
	Faire les calculs et chiffrer le résultat			
	Affecter les recettes comme prévu (caisse, distribution ou répartition)			
	Documenter toutes les activités avec des photos			
	Faire un rapport (pour le site de l'école et/ou la page Facebook, par exemple)			



# Fiche de travail 4

## Création du stand

La **création du stand** dépend avant tout du produit proposé. Le stand est "une grande affiche publicitaire en trois dimensions" qui doit attirer l'œil et donner envie d'entrer et d'acheter. En fonction de sa taille et de son concept, vous aurez peut-être besoin des éléments ci-dessous, sachant que la liste n'est pas exhaustive, mais sert uniquement de point de départ à l'organisation.

A l'aide de la checklist ci-dessous, vérifiez que vous n'avez rien oublié d'important. Evidemment vous avez le droit de biffer des éléments qui ne correspondent pas à votre situation, voire en rajouter. Cochez ce qui a été fait (✓). Demandez à une autre personne de refaire un contrôle avant l'ouverture du stand (O) et après la fermeture (F) (principe du double contrôle).

		✓	O	F
<b>Règles de base à respecter</b>	Le stand est facilement identifiable de loin.			
	Le stand éveille la curiosité.			
	Le produit est présenté avec son utilité.			
	L'entretien avec le client peut bien être mené.			
	Le produit est correctement stocké et présenté jusqu'à sa vente.			
	L'aménagement du stand est cohérent.			
	L'aménagement est conçu pour le client.			
	Le stand est agencé pour que le personnel puisse bien travailler (vente, emballage, émission de ticket).			
	Les règles anti-incendie et les consignes de sécurité sont respectées.			
<b>Décoration</b>	Affiches			
	Photos			
	Nappe			
	Signalisation et étiquetage (habillage, par exemple)			
	Caches			
	Ambiance parfumée : diffuseur électrique, huiles essentielles			
	Divers :			
<b>Produits</b>	Échantillons de présentation			
	Produits			
	Vaisselle			
	Ustensiles de service			
	Articles d'hygiène (gants, par exemple)			
	Emballages			
	Prix			
	Description du produit (attention aux ingrédients allergènes)			
	Divers :			

# Lemonade Stand Challenge B1

You<sup>th</sup> Start Entrepreneurial Challenges



		✓	O	F
<b>Matériel publicitaire</b>	Flyers			
	Autocollants			
	Film publicitaire			
	Messages publicitaires			
	Cadeaux publicitaires			
	Divers :			
<b>Équipements</b>	Sièges			
	Tables			
	Vitrines ou rayonnages			
	Réfrigérateur			
	Collecte et élimination des déchets			
	Luminaires			
	Ambiance musicale : chaîne hifi, médias musicaux, enceintes			
	Ordinateur, tablette et accessoires (imprimante...)			
	Espace de rangement (étagères, boîtes fermées, bar)			
	Appareils de projection (ordinateur portable, tablette, vidéoprojecteur...)			
	Divers :			
<b>Fournitures de bureau</b>	Supports d'écriture (écritoire à pince, par exemple)			
	Crayons à papier, stylos, feutres pour tableau-papier, gomme			
	Calculatrice			
	Documents commerciaux : factures			
	Badges			
	Perforatrice			
	Ciseaux			
	Agrafeuse			
	Trombones			
	Ruban adhésif, bâton de colle, colle			
	Règle			
	Cachet et tampon encreur			
	Classeurs			
	Divers :			
<b>Divers</b>	Matériel de nettoyage			
	Rallonge			
	Trousse de premiers secours			
	Trousse de couture			
	Outils			
	Divers :			



# Fiche de travail 5

## Planification des coûts et du résultat

**Description :** les résultats des fiches de travail 2 à 4 sont pris en compte dans la planification des coûts et des résultats. Pour des raisons de lisibilité, seuls les coûts réels (coûts des matières de fabrication, par exemple) sont retenus. La main-d'oeuvre (votre travail) n'est pas intégrée, parce que vous participez au résultat. De même, les frais que vous n'avez pas à supporter (utilisation gratuite d'un réfrigérateur pour faire des glaçons, par exemple) ne sont pas intégrés.

Vous pouvez vous servir de la variante minimale ou de de la variante standard pour réaliser vos calculs.

Reportez les coûts dans l'un des tableaux ci-dessous. Bien entendu, les différentes colonnes et lignes peuvent être multipliées.

Pour calculer le résultat, estimez la quantité de produits que vous prévoyez de vendre. Imaginez combien de personnes vont passer à votre stand et combien vont probablement acheter. La marge commerciale vous indique combien il vous reste quand vous vendez un produit au prix fixé pour couvrir vos frais et faire un bénéfice.

### Variante minimale

Dépenses suivant liste des courses	Prix	Quantité	Total
Somme des dépenses			

Recettes	EUR
Prix de vente unitaire	
Quantité vendue	
Somme des recettes	
Résultat	



## Lemonade Stand Challenge B1

You<sup>th</sup> Start Entrepreneurial Challenges



### Variante standard

Coûts variables	Prix	Quantité	Total
Coûts variables unitaires			
Prix de vente unitaire			
Coûts variables unitaires			
Marge commerciale unitaire			



## Fiche de travail 6

### Informations sur le produit

**Description :** préparez-vous à l'entretien avec le client en réalisant un descriptif précis du produit à l'aide du tableau ci-dessous.

Produit	Description	Réponse pour le produit vendu
Fabricant	Qui a participé à la fabrication ?	
Composition	De quoi se compose le produit ? Comprend-il des ingrédients sensibles ou dangereux (allergènes, par exemple) ?	
Utilité	À quels besoins du client répond-il ?	
Prix	Que coûte le produit ? Le prix est-il fixe ou variable ? Que demande la concurrence pour ce produit ?	
Faire	Que peut-on faire avec ça ?	
Ne pas faire	Que ne faut-il pas faire avec cet objet ?	



## Fiche de travail 7

# Préparation au client mystère (client(e) test)

**Description :** l'étape suivante pourrait s'intituler "Mucha était là" (Mme Mucha est une éditrice autrichienne qui teste la qualité du service des entreprises). Lisez le tableau d'évaluation ci-dessous et préparez-vous à la visite d'un éventuel client-test.

Fiche d'évaluation Client mystère (client test)			
1 = insuffisant,             2 = passable,             3 = satisfaisant,             4 = très bien,             5 = excellent			
Critères	Signes d'un travail insuffisant ou mauvais	Note	Signes d'un excellent travail
<b>1. Configuration du stand</b>			
<b>Professionalisme</b>	Impossible d'avoir des informations quand on passe au stand (trop ou trop peu d'informations) Graphiques et objets de démonstration placés de façon aléatoire		Agencement harmonieux, cohérent et informatif L'identité graphique est reconnaissable Étiquetage bien lisible et net Graphiques et objets de démonstration disposés de façon cohérente
<b>Créativité &amp; impact publicitaire</b>	Le stand ne plaît pas ou laisse une impression négative Pas de message et/ou d'USP (proposition unique de vente) identifiables		Le stand se démarque positivement de ses concurrents Le message se retrouve partout sur le stand
<b>Organisation</b>	Stand en désordre et repoussant (rien n'est à sa place, les ordures ne sont pas jetées, des objets traînent...)		Stand bien organisé, propre, rangé et fonctionnel
<b>2. Entretiens de vente</b>			
<b>Comportement et attention portée au client</b>	Le personnel du stand ne s'occupe pas du client ou a une attitude désinvolte, voire désagréable Les clients sont traités de manière expéditive Accueil bâclé, peu attentif du personnel		Le client est accueilli et salué poliment lors de son départ, on lui demande ce qu'il souhaite Le personnel répond aux questions des clients, satisfait ses demandes autant que possible Accueil correct et soigné
<b>Connaissance du produit</b>	Pas de réponse aux questions concernant le produit, ou réponses insuffisantes Les conditions de livraison et de règlement ne sont pas connues		Le produit ou le service est bien expliqué, le client obtient des réponses à ses questions (connaissances techniques et commerciales : livraison, paiement, conditions de garantie, le cas échéant...)
<b>Art de la négociation</b>	Personnel taciturne, introverti		Technique d'interrogation utilisée à bon escient Le prix et les caractéristiques du produit sont bien précisés aux clients
<b>3. Aspect économique</b>			
<b>Facturation</b>	Les factures sont inexactes ou incomplètes Facturation dans une devise étrangère impossible		Les factures sont correctement établies (conformes sur les plans fiscal et comptable, précises en termes de désignation et de prix) La facturation dans une devise étrangère est possible
<b>Paiement</b>	Méconnaissance du déroulement du paiement Les règlements sont mal exécutés		Le processus de règlement est expliqué de façon claire et précise Tout est inscrit sur le ticket
<b>4. Traitement des documents</b>			
<b>Qualité du ticket client</b>	Le client ne reçoit pas de ticket, ou reçoit un ticket erroné ou incomplet après un long temps d'attente.		Le client se voit immédiatement remettre un ticket exact et détaillé.



# Fiche de travail 8

## Evaluation de l'art de vendre

À l'issue de l'entretien avec le client, autoévaluez-vous et reportez les smileys dans les cases

☹️ 1 = insuffisant, 😞 2 = passable, 😊 3 = satisfaisant, 😄 4 = très bien, 🌟 5 = excellent

### Mener un entretien avec le client

Critères	Signes d'un travail insuffisant ou mauvais	Évaluation ☹️ 😞 😊 😄 🌟	Signes d'un excellent travail	Note (points pondérés)
<b>1. Expression :</b>				<b>10 %</b>
Simplicité	Emploi de jargon technique, de termes étrangers		Formulation simple et compréhensible	
Concision, expressivité	Discours long et maladroit		Formulation concise et expressive	
Structure	Discours incohérent, désordonné		Discours structuré de façon logique	
Formalité du discours	Formulation informelle		Formulation formelle	
Argumentation	Formulation négative et ennuyeuse, pas d'écoute		Formulation positive, écoute active	
<b>2. Accueil</b>				<b>5 %</b>
Ton	Inamical		Aimable	
Établissement du contact	Le client est juste salué		Le client est appelé par son nom, un contact personnel est établi	
<b>3. Définition des besoins</b>				<b>10 %</b>
Questions qui, quoi, quand, où et pourquoi	Pas posées		Posées	
Besoins du client	Pas demandés		Demandés	
Besoins du lien	Pas écoutés		Écoutés	
<b>4. L'entretien de vente au sens restreint</b>				
<b>4.1 Démonstration du produit</b>				<b>15 %</b>
À l'initiative du client	Le produit n'est pas proposé à l'essai		Contact établi avec le produit	
Attitude positive vis-à-vis du produit	Le vendeur ne croit pas en son produit		Le vendeur croit en son produit	
<b>4.2 Description du produit</b>				<b>20 %</b>
Fabricant ou marque	Pas décrit(e)		Décrit(e)	
Composition	Pas indiquée		Indiquée	
Utilisation, faire & ne pas faire	Pas d'explications		Explications fournies	
<b>4.3 Argumentation</b>				<b>15 %</b>
Argumentation	Récitée, autosatisfaction, monologue		Intérêt pour le client et utilité du produit mis en avant	
Indication du prix	Fournie au début ou à la fin de l'entretien avec le client		Fournie au milieu de l'entretien avec le client	
Techniques d'argumentation tarifaire	Pas utilisée		Utilisée	
<b>4.4 Objections du client</b>				<b>15 %</b>
Objections du client	Pas entendues		Entendues	
<b>5. Conclusion</b>				<b>5 %</b>
Signaux d'achat	Pas de réaction		Réactivité	
<b>6. Départ</b>				<b>5 %</b>
Ton	Inamical, bourru		Aimable	
Renforceurs/Éloge du client	Le client n'est pas conforté dans sa décision		Le client est conforté dans sa décision d'achat	
<b>Impression d'ensemble, opinion globale</b>				<b>100 %</b>



## ➔ Fiche de travail 9

# Autoévaluation finale

**Autoévaluez-vous ! Entourez un, deux ou trois smileys en fonction de votre degré de réussite de l'exercice !**

Je me sens bien quand je peux assumer la responsabilité d'une tâche.	😊	😊😊	😊😊😊
Pour la mise en œuvre, je peux faire face à la concurrence.	😊	😊😊	😊😊😊
Je suis capable de développer des idées pertinentes et d'argumenter les raisons pour lesquelles elles doivent être mises en œuvre.	😊	😊😊	😊😊😊
Je suis capable d'identifier les opportunités et de les exploiter, sans perdre de vue les risques.	😊	😊😊	😊😊😊
Je suis capable de définir des objectifs et de mener à bien un projet encadré.	😊	😊😊	😊😊😊
Je sais développer des idées pour un marketing efficace.	😊	😊😊	😊😊😊
Je veux, par mes idées, contribuer à une action écologique, durable et socialement responsable sur le plan économique et sociétal.	😊	😊😊	😊😊😊
Je suis capable d'analyser si mon idée rapportera ou non et d'expliquer comment je la finance.	😊	😊😊	😊😊😊
Je peux présenter les moyens de faire des économies et choisir le mieux adapté.	😊	😊😊	😊😊😊
Je sais exploiter au mieux des ressources limitées et le budget alloué.	😊	😊😊	😊😊😊



# Fiche de travail 10

## Autoévaluation – Réflexion

Pour conclure ce challenge, répondez pour vous-même à ces quelques questions :

- Quels objectifs vous êtes-vous fixé ? Les avez-vous atteints ? Pour quelles raisons les avez-vous atteints ou ne les avez-vous pas atteints ?
- 

- Citez trois choses que ce challenge vous a apprises.
- 

- Pensez-vous que vous vendrez mieux à l'issue de ce challenge ? Pour quelles raisons ?
- 

- Si vous deviez donner trois conseils en matière de technique de vente à un vendeur/une vendeuse d'une boutique de vêtements, quels seraient-ils ?
- 

- Selon vous, quels sont les 3 choses les plus importantes quand on gère un commerce ?
-