

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 enseignants

Les documents décrivent les différentes étapes du déroulement du challenge de manière détaillée afin de permettre une mise en œuvre immédiate dans la salle de classe. Le matériel pour les enseignants est utilisé en parallèle du matériel pour les élèves (= fiches de travail).

Le signe « ➡ » désigne des exercices facultatifs destinés à approfondir les connaissances. Les fiches de travail correspondantes se trouvent dans le document « Matériel complémentaire pour les élèves ». Tous les documents sont disponibles sur le site web www.youthstart.eu.

Programme Youth Start Entrepreneurial Challenges

basé sur le modèle TRIO pour l'entrepreneuriat – 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 méthodologique

Thème	Savoir vendre un produit
Niveau	B1
Famille de challenges	<p>Lemonade Stand Challenge – reconnaître son talent de vendeur</p> <p>Comment persuader des clients pour un produit ? Comment faire en sorte qu'ils veulent l'acheter ? Les élèves du niveau primaire font leur première expérience de vente lors d'un stand de vente de citronnade ou d'un marché pour vêtements de seconde main. Les élèves du niveau secondaire apprennent comment fixer un prix de vente et pourquoi l'offre et la demande sont des facteurs déterminants. Ces élèves passent à travers tout le processus : de la production à l'organisation de la vente et à la réalisation du décompte final. Une attention particulière est portée à l'entretien de vente. Les élèves apprennent à accepter les critiques des clients et à en tirer des conclusions constructives pour leur commerce.</p>
Durée	6 unités (10 unités avec le matériel ➡)
De quoi s'agit-il ? – L'idée maîtresse	<p>Vendre est bien moins facile qu'on ne le dit. Les clients ne viennent pas tout seuls, et quand ils sont là, encore faut-il qu'ils achètent ! Les élèves doivent donc relever le défi suivant : vendre un produit, un service ou une idée qu'ils auront fabriqué (citronnade, cupcakes, pâtisseries maison) ou issu du commerce équitable. Ils apprennent à mettre au point des stratégies pour faire un maximum de bénéfice à partir d'un budget donné. Ils doivent aussi créer un stand, prévoir des achats, créer éventuellement un produit et/ou un conditionnement, en faire la publicité, trouver un argumentaire de vente convainquant et – si nécessaire - créer des bordereaux de vente conformes.</p>
Compétences entrepreneuriales selon le cadre de référence	<p>Je me sens bien quand je peux assumer la responsabilité d'une tâche.</p> <p>Pour la mise en œuvre, je peux faire face à la concurrence.</p> <p>Je suis capable de développer des idées pertinentes et d'argumenter les raisons pour lesquelles elles doivent être mises en œuvre.</p> <p>Je suis capable d'identifier les opportunités et de les exploiter.</p> <p>Je suis capable d'identifier les risques et j'assume mes actes.</p> <p>Je peux fixer des objectifs et mener à bien un projet.</p> <p>Je sais comment mieux faire connaître une bonne idée par le marketing.</p> <p>Je peux travailler en équipe en exploitant les aptitudes individuelles et prends des initiatives afin de convaincre dans le cadre du processus décisionnel.</p>



	<p>Je communique bien avec les autres.</p> <p>Je m'inscris dans une démarche d'action durable sur le plan économique et social et réfléchis à ce que je peux faire au quotidien pour y contribuer.</p> <p>Je suis capable d'expliquer les différentes possibilités de financement de mon idée.</p> <p>Je sais mettre en œuvre des moyens limités et tenir un budget.</p>
Compétences de langues	<p>Je sais décrire un produit, un service ou une idée.</p> <p>Je suis capable d'expliquer le processus de fabrication et de distribution.</p> <p>Je suis capable de dérouler un argumentaire simple pour la vente du produit choisi.</p> <p>Je peux créer des outils publicitaires simples (affiches, présentation du stand).</p>
Vocabulaire (sur les affiches)	<p>Étude de faisabilité, savoir-faire, stratégie, réussite, procédé de fabrication, prototype, responsabilité, objectifs, tri sélectif, gestion des déchets, collecte des ordures, matériel publicitaire, prix facturé, coûts variables, coûts fixes, coût de revient, besoins du client, concision, démonstration de produit, prix de vente, recettes, dépenses, argumentaire.</p>
Contrôle des compétences	<p>Fiche de travail 7 - Fiche d'évaluation pour le client mystère (évaluation par un enseignant)</p> <p>Fiche de travail 8 - Evaluation de l'art de vendre (autoévaluation individuelle, évaluation par un autre élève et/ou évaluation par un enseignant)</p> <p>➡ Fiche de travail 9 - Autoévaluation finale (je sais comment diriger une petite entreprise, gérer au mieux des ressources limitées et je m'efforce de dégager des bénéfices).</p> <p>Fiche de travail 10 - Autoévaluation - Réflexion (objectifs, acquis)</p>
Conditions préalables	<p>Keine</p>
Corps & âme	<p>Le lien www.youthstart.eu vous dirigera vers des exercices de motivation et de concentration (avec vidéos). Certaines pratiques présentées permettent aux élèves de développer leur façon de prendre conscience d'eux-mêmes. Vous pourrez en choisir un ou plusieurs, suivant besoin.</p>
Préparation	<ul style="list-style-type: none"> • Obtenir l'autorisation de la direction de l'école pour vendre, respectivement présenter. • Photocopier le matériel de l'élève. • ➡ Prévoir un tableau-papier, des crayons et des feuilles A3.



	<ul style="list-style-type: none"> • ➡ Prévoir des ordinateurs pour des recherches sur Internet et des calculs sous Excel, ou autoriser l'utilisation des smartphones en classe.
Déroulement	<p>L'idée centrale de ce défi classique de l'éducation à l'entrepreneuriat est la vente, respectivement la présentation d'un produit, d'un service ou d'une idée à l'école ou devant un public.</p>
Etape 1	<p>Trouver et choisir l'objet (bien, service ou idée) à vendre</p> <p>a) Entrées en matière possibles :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Les élèves jouent sur ordinateur au jeu "Lemonade stand" (en anglais) ou chargent une application équivalente sur leurs smartphones. A travers cette activité, les élèves s'aperçoivent rapidement par quels facteurs la vente est influencée (p.ex. : le temps, de la marchandise pourrie, le niveau des prix, le budget disponible). • Diffusion d'une brève vidéo YouTube en anglais sur le thème "Lemonade stand" pour montrer les possibilités et l'intérêt de la levée de fonds (par exemple pour les associations de lutte contre le cancer ou le travail des enfants). <p>b) L'enseignant détermine le jour ou la période prévu(e) pour la vente. S'il s'agit de vendre des plats ou des boissons, tenir compte des périodes critiques comme le carême, par exemple.</p> <p>c) L'objet à vendre peut être défini par l'enseignant (p.ex. les productions du Trash Value Challenge) ou élaboré avec les élèves dans le cadre d'un processus créatif (voir points d et e)</p> <p>d) À l'aide d'une technique de créativité simple comme le brainstorming par exemple, rassembler au tableau les suggestions concernant les produits pouvant être vendus sur le stand. L'enseignant anime le processus créatif et veille au respect des règles. Il peut s'avérer nécessaire de travailler en petits groupes et de rassembler ensuite les résultats.</p> <p>e) Pour conclure, évaluer les différentes suggestions, par exemple en attribuant des points (chaque élève peut attribuer trois points, et les trois idées qui reçoivent le plus grand nombre de points sont conservées) et conserver les trois meilleures suggestions. Durant l'évaluation, toujours inviter les élèves à réfléchir au produit qui leur permettrait probablement d'obtenir le meilleur résultat financier. Pour cela, ils doivent se mettre à la place du client.</p>
Etape 2	<p>Etude de faisabilité et prise de décision</p> <p>a) Les élèves se divisent en petits groupes.</p> <p>b) Avant de demander les autorisations requises (auprès de la direction, des conseils d'établissement ou des autorités), il faut faire une étude de faisabilité (fiche de travail 1 – à copier en fonction des objets à</p>



évaluer). Cela permet de déterminer si toutes les activités liées à la vente ou la présentation sont clairement définies en termes de temps, de coût et de personnel (disponibilité et savoir-faire) et si elles sont rentables respectivement utiles. Chaque élève remplit la fiche de travail 1 (Analyse de faisabilité) individuellement pour chaque objet et attribue une note de 0 à 4 points. En choisissant entre plusieurs objets, le processus de choix et de prise de décision devient visible pour les élèves. Si, par contre, l'objet à vendre a été choisi d'avance, les points c et d sont à négliger et l'analyse de faisabilité ne porte que sur cet objet.

- c) L'enseignant reprend dans le détail les résultats de l'évaluation par les élèves ou les totalise et récapitule le nombre de points obtenus par produit. Les points peuvent aussi être inscrits au tableau élève par élève ou par groupe.
- d) Les points doivent appuyer la décision, tout en sachant que les conditions scolaires (existence d'un certificat écologique, par exemple) peuvent aussi amener à privilégier le produit arrivé deuxième ou troisième (l'analyse détaillée des points est utile à cet égard). Le produit qui obtient le plus de points est celui qui sera vendu.
- e) Il faut alors décider ensemble de l'utilisation qui sera faite de l'argent gagné : sera-t-il versé à la caisse de la classe ou utilisé pour une bonne cause ? Dans le second cas, à quelle organisation sera-t-il donné ?
- f) Une fois cette décision prise, il faut se renseigner sur les autorisations éventuelles à demander aux autorités compétentes.

Etape 3 Planification

Les fiches de travail 2 à 6 servent à faire une planification professionnelle. Il est conseillé de respecter l'ordre proposé dans chaque document

- a) Fiche de travail 2 – Planification du processus : les élèves peuvent réaliser le prototype du produit et documenter le processus soit à la maison, soit, si c'est possible, à l'école (par exemple dans la cuisine scolaire). Après avoir complété cette fiche de travail, les élèves doivent établir la liste des achats à partir de la colonne « Fournitures » du document. Une attention particulière est à porter à la colonne « Temps en minutes » afin de définir le temps total à investir dans l'activité.
- b) Fiche de travail 3 – Planification des objectifs, temps et division des tâches : les élèves travaillent en petits groupes et se fixent au moins un objectif pour leur stand. En se basant sur les points évoqués sur la fiche, ils dressent ensuite leur propre liste des tâches à partir de laquelle ils vont travailler.
- c) Fiche de travail 4 – Création du stand : les élèves analysent la liste et exécutent les travaux nécessaires. Ils doivent réaliser au minimum un



	<p>croquis du stand, un projet publicitaire sommaire (affiche, par exemple) et une liste des fournitures nécessaires (à reporter dans la checklist).</p> <p>d) ➡ Création d'un tableau-papier : les élèves ont aussi la possibilité de réaliser des tableaux-papier comme supports publicitaires. Tester d'abord la bonne écriture sur des feuilles A3 avec des feutres pour tableau-papier et apprendre les règles et les possibilités de création de tableaux-papier.</p> <p>e) Fiche de travail 5 – Planification des coûts et du résultat : en fonction des opérations de planification effectuées précédemment (fiches de travail 2 à 4), les élèves calculent les coûts et les comparent au prix de vente (variante minimale). Si l'activité consiste en une présentation, les élèves doivent réfléchir comment couvrir les frais engendrés (p.ex. : affiches, décoration). Pour les élèves plus avancés (variante standard), il est possible de distinguer entre coûts fixes et coûts variables afin de prévoir le résultat de leur activité en fonction du volume des ventes attendu (par exemple, un cinquième des 1.000 élèves et des 140 enseignants achètent un produit, ce qui fait une vente de 228 cupcakes par jour environ).</p>
Etape 4	<p>Pratiquer l'argumentaire de vente</p> <p>Les élèves se préparent à l'entretien avec le client en</p> <p>a) apprenant à bien connaître le produit à l'aide des indications de la fiche de travail 6 - Informations sur le produit. Chaque élève remplit individuellement la fiche de travail, puis le groupe se reforme pour mettre en commun les résultats.</p> <p>a) Les élèves du groupe jouent à tour de rôle la vente au stand. Pour cela, ils doivent au préalable lire la fiche de travail 7 - Préparation au client mystère (client(e) test) et la fiche de travail 8 - Autocritique de l'art individuel de la vente afin de savoir ce qu'on attend d'eux.</p> <p>b) Le cas échéant, vous pouvez aussi prévoir davantage de temps pour vous entretenir avec les élèves sur la signification des critères individuels et des comportements souhaitables. Vous pouvez expliciter ces critères à l'aide de photos que vous aurez faites à l'occasion d'événements similaires.</p>
Etape 5	<p>Préparation du stand et fabrication</p> <p>Comme prévu à l'étape 3, les élèves préparent le stand et fabriquent les produits ou les achètent auprès de fournisseurs. Les élèves doivent photographier leurs activités pour faciliter la réflexion ultérieure. Le soutien des parents à ce stade peut s'avérer très utile et motivant des deux côtés.</p>
Etape 6	<p>Vendre au stand, respectivement présenter</p>



	<p>La vente sur le stand est le résultat des travaux de planification et de préparation (étapes 3 à 5). Le résultat dépend en grande partie de l'engagement et du comportement des élèves.</p>
Etape 7	<p>Client mystère – Évaluation par le formateur (Fiche de travail 7)</p> <p>Un collègue (ou vous-même) vous rendez à la buvette pour évaluer les élèves sans qu'ils s'en rendent compte. Il est préférable de choisir l'évaluation par un collègue qui connaît bien le sujet, car la vente se déroulera de façon plus "naturelle". Cette évaluation pourrait aussi servir comme support pour un concours.</p>
Etape 8	<p>Analyse du résultat</p> <p>Le résultat financier de la vente est calculé suivant le modèle choisi sur la fiche de travail 5. Des déviations éventuelles sont analysées et discutées avec les élèves.</p>
Etape 9	<p>Selbsteinschätzung der eigenen Verkaufskunst (Arbeitsblatt 8)</p> <p>Après avoir été évalués par un enseignant, les élèves peuvent s'évaluer eux-mêmes. Le cas échéant, donnez des exemples pour qu'ils comprennent mieux les critères d'évaluation. Lorsque c'est terminé, ramassez les autoévaluations. Elles pourront servir de base à un débat intéressant sur les talents de vendeur des élèves.</p>
Etape 10	<p>➡ Autoévaluation finale (Fiche de travail 9)</p> <p>À remplir individuellement. Chaque élève fait son autocritique. Lisez lentement les énoncés. Laissez suffisamment de temps aux élèves pour réfléchir et pour s'évaluer à l'aide des smileys. Si nécessaire, expliquez les énoncés aux élèves à l'aide d'exemples : "Je connais mes points forts et mes points faibles" - Pouvez-vous me citer des exemples ? Quand les élèves ont terminé, vous pouvez ramasser les copies ou les utiliser pour en discuter en classe.</p>
Etape 11	<p>Autoévaluation - réflexion (Fiche de travail 10)</p> <p>La réflexion peut se faire seul ou par deux. Lisez les questions avec la classe et donnez aux élèves le temps de répondre. Cette ultime fiche de travail devra être utilisée lors du débat final. C'est aussi un bon moyen pour montrer aux parents ce que leur enfant a appris.</p>
Contexte inhérent au programme de challenges	<p>Ce challenge constitue la suite des « Lemonade Stand Challenges » des niveaux inférieurs et prépare à ceux des niveaux supérieurs. Il peut être traité isolément ou en combinaison avec les défis suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Présentation, respectivement vente de produits réalisés dans le cadre du « Trash Value Challenge » B1 • Analyse de clients à l'aide de la carte empathie du « Empathy Challenge » B1 • Présentation de l'idée développée au « Idea Challenge » B1



Liens	<p>Projet Youth Start Entrepreneurial Challenges : www.youthstartproject.eu</p> <p>Autres matériels pédagogiques (films compris) : www.youthstart.eu</p> <p>Jeux simples sur ordinateur "Buvette" (en anglais) : http://www.coolmath-games.com/0-lemonade-stand ou https://www.oms.edu/exhibits/moneyville/activities/lemonade/lemonadestand.htm</p>
Sources	<p>Huckemann, Matthias, Seiler, Urs und Weiler, Dieter: Messen messbar machen. 4. Auflage, Springer Verlag, ISBN 978-3-540-23556-9</p> <p>RM. J. Eppler, F. Hoffmann, R. A. Pfister: Creability. 1. Auflage, Schäffer-Poeschel Verlag Stuttgart, ISBN 978-3-7910-3297-9</p> <p>Stadlbauer, Alfons: Pencil Selling. 1. Auflage, Trauner Verlag, ISBN 978-3-85499-764-1</p> <p>Kempel, Hannelore: Sales Management 1 und 2. Manz Schulbuchverlag, ISBN 978-3-7068-2555-9 und 978-3-7068-2942-7</p>
Conditions d'utilisation	<p>L'ensemble du matériel pour les enseignants et les élèves développé dans le cadre du « Youth Start Entrepreneurial Challenge » est sous licence Creative Commons. Vous pouvez reproduire et redistribuer les documents dans tous les formats ou sur tous les supports à condition de respecter la bonne dénomination. Il est interdit d'utiliser le matériel à des fins commerciales. Vous pouvez éditer les documents, mais les distribuer uniquement sous la même licence que l'original. Les détails exacts concernant l'octroi de licences sont disponibles sous http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/deed.de</p> <p>Que ce soit pour la mise en réseau avec les partenaires nationaux et leurs offres ou pour soutenir la mise en œuvre, l'équipe de Youth Start se réjouit d'ores et déjà de vous compter parmi ses contacts.</p> <p>Adresse e-mail : office@ifte.at</p>
Auteurs/Éditeurs	<p>Susanne Spangl (Autorin), Chadwick V.R. Williams (Autor Kompetenzcheck), Eva Jambor (Hrsg.), Johannes Lindner (Hrsg.)</p>
Infographie	<p>Valentin Mayerhofer (Layout), Peter Stromberger (Piktogramme), Susanne Spangl (Flipcharts)</p>
Traduction Rédaction	<p>Susanne Spangl (Übersetzung), Beate Tötterström (Redaktion), Heidi Huber (Redaktion), Martin Obermayr (Redaktion)</p>