

Thématique : **Affaires**

Auteur : **Hélène Nguyen Gateff** (France)

En partenariat avec



Une chaîne du groupe France Médias Monde

PRÉSENTER UN LANCEMENT DE PRODUIT

Public : Etudiants et/ou professionnels du secteur affaires, marketing...

Niveau CECR : Niveau B2

Durée : 2h30

Tâche à réaliser : Présenter oralement un lancement de produit

Extrait RFI : Émission : C'est pas du vent; Titre : La silicon Valley, laboratoire du développement durable (rediffusion)

Par Caroline Lachowsky; Diffusion : vendredi 5 février 2010

<http://www.rfi.fr/contenu/20100128-2-silicon-valley-laboratoire-developpement-durable>

Minutage de l'extrait support aux activités : 19'05" à 21'49"

PRÉSENTER LE LANCEMENT D'UN PRODUIT

Activité 1 : Mise en route

De quoi s'agit-il ? À quelle fin utilise-t-on ce type de document ? À votre avis, quelles informations doivent figurer dans chaque rubrique ?

	Fiche produit
IDENTIFICATION	
<i>Nom du produit</i>	
<i>Marque</i>	
<i>Catégorie</i>	
<i>Public cible</i>	
<i>Fabricant</i>	
CARACTERISTIQUES TECHNIQUES	
CARACTERISTIQUES COMMERCIALES	
ARGUMENTAIRE DE VENTE	

Activité 2 : Préparer l'écoute, le vocabulaire de l'automobile, du développement durable et du lancement de produit

Par petits groupes, essayez de trouver les mots qui répondent aux définitions proposées. Tous sont utilisés dans le document audio. Mais nous les avons mis en désordre ! N'oubliez pas d'indiquer le ou la pour les noms.

1. Dans une démarche marketing, vouloir toucher une catégorie de population définie :
2. Dispositif qui génère du courant électrique pour faire marcher la voiture :
3. Dispositif qui indique au conducteur l'itinéraire qu'il doit suivre à partir d'un guidage vocal et/ou visuel :
4. Automobile de taille moyenne :
5. Lieu de production de biens industriels :
6. Premiers exemplaires d'un produit avant la production en série :
7. Qui ne produit aucun CO2 :
8. Avantage fiscal concédé par l'Etat pour stimuler l'achat de produits respectueux de l'environnement :
9. Partie de la voiture dans laquelle on range les bagages :
10. Assemblage qui supporte le mécanisme, les roues, la suspension et la carrosserie d'un véhicule :
11. Partie de la voiture sur laquelle on s'assied :
12. Le travail de l'ingénieur :
13. Le travail du fabricant consistant à réunir les différentes pièces d'une automobile :
14. Matière première que l'on utilise (après transformation) pour alimenter les voitures traditionnelles :

Consigne : Classez les mots dans le tableau suivant.

Automobile	Développement durable	Lancement de produit

Activité 3 : Les étapes d'une présentation de lancement de produit

Remettez les étapes de la présentation de la voiture à zéro émission.

Description du produit

Actions à mener pour le développement du produit

Genèse du produit

Réécoutez l'extrait et complétez la fiche projet « Voiture électrique » avec les informations entendues.

FICHE PROJET VOITURE ÉLECTRIQUE	
Année de création de la société :	
Profil du PDG :	
Objectif du lancement de ce nouveau produit :	
Partenaires :	<i>Auto :</i>
	<i>Batteries :</i>
Clientèle cible :	
Caractéristiques techniques :	<i>Distance parcourue pour un coût de recharge de 3 dollars :</i>
Prix de vente souhaité :	
Aide de l'état :	
Argumentaire de vente :	

PRÉSENTER LA GENÈSE D'UN PROJET

Activité 1 : Objectiver la présentation, « on » et la voix passive.

1. Dans l'extrait, la vice-présidente de Coda Automotive cherche à objectiver la présentation de leur nouvelle voiture électrique. On observe qu'elle utilise le "on". A quel autre procédé a-t-elle recours? Observez : à quel temps et à quelle voix sont conjuguées ces phrases?

- « L'entreprise a été créée en juin 2009. » ➔
- « Notre PDG s'appelle Kevin Czinger » ➔
- « Il a eu connaissance d'une technologie de batterie » ➔
- « La voiture est conçue aux États-Unis et est assemblée en Chine. » ➔

	Objectiver une présentation : « on » et la voix passive
On assemble la voiture en Chine. La voiture est assemblée en Chine.	Voix ... : le verbe est au Voix ... : le verbe <i>être</i> est au
On a créé l'entreprise en 2009. L'entreprise a été créée en 2009.	Voix ...: le verbe est au Voix ...: le verbe <i>être</i> est au

2. Conjuguez les verbes au présent. Veillez à utiliser la voix passive si nécessaire.

- La création de la nouvelle voiture (lier) au désir de réduire la dépendance énergétique.
- Nos fondateurs (vouloir) mettre un terme à l'utilisation du pétrole étranger.
- La batterie choisie (rendre) possible un rechargement plus long.
- La voiture (concevoir) aux États Unis.
- Les usines chinoises Lishen (produire) les batteries des ordinateurs Apple.

3. Conjuguez les verbes au passé composé. Veillez à utiliser la voix passive si nécessaire.

1. L'entreprise (créer) en 2009.
2. Des partenariats (mettre) en place avec différentes sociétés du secteur automobile.
3. On (choisir) la batterie lithium ion phosphate.
4. Les constructeurs auto américains (ne pas vouloir) adapter leurs usines à la construction d'une voiture électrique.
5. On (devoir) faire assembler les voitures en Chine.

Activité 2 : Mettre en valeur le profil d'un membre de l'entreprise.

1. Soulignez les mots qui permettent de mettre en valeur le profil du PDG.

1/ « Il a une formation d'ingénieur, mais il a aussi une expérience de banquier d'affaires. »

2/ « Il est autant passionné de ses voitures qu'il l'est de sa famille. »

	Mettre en valeur un profil : ajouter une idée et comparer
Ajouter une idée +	..., mais aussi <i>Il a une formation d'ingénieur, mais il a aussi une expérience de banquier d'affaires.</i> non seulement, mais en plus/mais encore <i>Non seulement il a une formation d'ingénieur, mais en plus, il a une expérience de banquier d'affaires.</i>
Comparer =	Aussi ➔ <i>Cette voiture est aussi écologique que celle-ci. Il travaille aussi efficacement que lui.</i> Autant ➔ <i>Il se passionne autant pour les voitures que pour l'écologie.</i> Aussi/Autant ➔ <i>Il est autant passionné de ses voitures que lui. Il est aussi passionné de ses voitures que lui.</i>

2. Par deux, renseignez-vous sur le parcours et les centres d'intérêt de votre binôme et présentez-le en mettant en valeur son profil.

DÉCRIRE UN NOUVEAU PRODUIT

Activité 1 : Mettre en valeur un produit

En marketing, les projets et les produits sont présentés à l'aide d'un vocabulaire positif qui vise à les valoriser. Trouvez le contraire des mots ou expressions suivants :

1. Avoir connaissance de	☐ Ignorer l'existence de ☐ Modifier ☐ Oublier
2. Accélérer	☐ Ralentir ☐ Adoucir ☐ Annuler
3. Une nouvelle marque	☐ Une marque ancienne ☐ Une ancienne marque ☐ Une vieille marque
4. Des marques connues	☐ Des marques inconnues ☐ Des marques insolites ☐ Des marques étrangères
5. Les gens qui se préoccupent de l'environnement	☐ Les gens qui ne se soucient pas de l'environnement ☐ Les gens qui se soucient de l'environnement ☐ Les gens respectent l'environnement
6. Bon marché	☐ Cher ☐ Sans succès ☐ Défaillant
7. Une formule unique	☐ Une formule courante ☐ Une formule complexe ☐ Une formule inconnue

Activité 2 : Apporter des précisions sur un produit

Consigne: Terminez les phrases suivantes en donnant des informations du document :

1. C'est une voiture **qui**
2. C'est une voiture **que**
3. C'est une voiture **dont**
4. C'est une voiture **grâce à laquelle**
5. C'est une voiture **dans laquelle**

Activité 3 : Comparer un produit avec un produit concurrent

Pour vanter les avantages d'un produit, on le compare à des produits concurrents. Observez : soulignez les formes de la comparaison et associez avec la construction qui correspond.

« La batterie, c'est du lithium ion phosphate, parce que c'est beaucoup plus stable que le lithium ion standard. »

« Ça permet de faire durer la recharge plus longtemps. »

	Comparer deux produits concurrents
Nom	Cette batterie consomme plus d'énergie (que la batterie ion). moins d' autant d'
Adjectif	Cette batterie est plus stable (que la batterie ion standard). moins autant
Adverbe	Ce procédé permet de faire durer la recharge plus longtemps (que les autres). moins autant
Verbe	Ce procédé consomme plus (que les autres). moins autant

Comparez les deux produits suivants.



Précision (microns)	70	100
Dimensions	32*34*40	46*52*40
Poids	26	32
Connectivité	Wifi	Wifi et USB
Compatibilité	PC et MAC	PC
Nombre de couleurs simultanées	3	1

PRÉSENTER DES ACTIONS À MENER

Activité 1 : Formuler une intention

Parmi toutes ces expressions, identifiez celles qui permettent d'exprimer une intention, la volonté de réaliser un projet, puis trouvez d'autres expressions :

- ☐ On déplore la dégradation de la planète.
- ☐ Il voulait accélérer la production.
- ☐ On cible une clientèle.
- ☐ On pourrait fabriquer la voiture aux États-Unis.
- ☐ On regrette la réaction des constructeurs américains.
- ☐ On prévoit d'avoir les premières voitures à la vente.
- ☐ On essaye de faire le mieux possible.
- ☐ On tente de fixer un prix raisonnable.
- ☐ On suscite des réactions positives.
- ☐ On voudrait que le prix soit accessible.
- ☐ On souligne l'importance de réduire les émissions de CO2.
- ☐ On vise une clientèle écoresponsable.

	Formuler une intention	
Objectif	On cherche à... On souhaite/souhaiterait... On désire/désirerait... On veut/voudrait... Notre objectif est de... Notre but est de ... Notre projet est de... Notre intention est de...	} rendre service à la planète
Clientèle cible	On vise... On cible...	} une clientèle familiale
Actions à venir	On tente de... On essaie de... On prévoit de... On voudrait que... On souhaiterait que...	} fixer un prix raisonnable } le prix soit accessible

TÂCHE FINALE : PRÉSENTER LE LANCEMENT D'UN PRODUIT

Vous êtes chef de produit dans une entreprise. À l'occasion d'un salon de l'innovation, vous présentez un nouveau produit ou service.

1. Choisissez un produit innovant et complétez cette fiche produit.

	Fiche produit
IDENTIFICATION	
<i>Nom du produit</i>	
<i>Marque</i>	
<i>Catégorie</i>	
<i>Public cible</i>	
<i>Fabricant</i>	
CARACTERISTIQUES TECHNIQUES	
CARACTERISTIQUES COMMERCIALES	
ARGUMENTAIRE DE VENTE	
PARTENAIRES	
PROFIL DU PDG	
ANNEE DE CREATION DE L'ENTREPRISE	

2. Préparez votre intervention en structurant votre présentation :

- ➔ Genèse du projet
- ➔ Description du produit
- ➔ Actions à mener



Les temps utilisés pour présenter un projet

Les temps du passé :

- ➔ Le **passé composé** pour les actions ponctuelles
- ➔ L'**imparfait** pour le contexte

Le présent pour les vérités générales et les actions se déroulant dans le présent

Le futur simple pour les événements à venir

Le conditionnel présent pour les souhaits.

3. Présentez votre produit devant le groupe avec, si possible, des illustrations à l'appui.



Recommandations pour un récit oral attractif et vivant

- Varier les temps.
- Introduire des anecdotes, des exemples concrets pour illustrer son propos.
- Éviter de lire ses notes.