

PRESENTATION D'UN PRODUIT

Objectifs

- ✓ Savoir présenter un produit de manière intéressante et compréhensible
- ✓ Savoir réagir à des questions
- ✓ Savoir donner un commentaire argumenté suite à une présentation

Tandem oral semestre d'automne

Situation : salon des inventions

Vous avez créé, développé ou inventé un produit et vous cherchez à le commercialiser. Vous allez rencontrer vos potentiels investisseurs lors d'un salon des inventions.

Travail préparatoire: durant le cours :

Il faut d'abord chercher une idée d'un produit, cela peut être quelque chose qui existe déjà, un gadget, un accessoire pour un téléphone portable, ou autre. Ensuite vous ferez une fiche technique de ce produit (une page A4) qui comporte :

- une description détaillée du produit (taille, dimensions, matériaux, couleurs, poids,...) avec image
- l'utilisation possible du produit (comment ça marche ? comment l'utilise-t-on ?)
- son coût approximatif (coût de fabrication, coût de vente)
- le public cible / l'acheteur potentiel

Tandem :

A tour de rôle, vous jouerez une fois l'inventeur qui cherche à commercialiser son produit et ensuite, l'investisseur qui cherche à obtenir un maximum d'informations sur le produit pour savoir s'il s'agit d'un investissement intéressant. Dans la mesure du possible, apportez un prototype de votre invention.

Présenter un produit

Vous allez donc inventer ou choisir un produit que vous présenterez ensuite à vos collègues francophones dans le but de trouver des investissements ou de le commercialiser. Cette présentation devra durer entre 7 et 10 minutes. Prenez des notes à propos de votre produit ou cherchez des informations sur Internet.



Plan possible de présentatio

LE PRODUIT	Présentez votre thème. Expliquez le contenu et la structure de votre présentation.
PRODUIT/SERVICE	Expliquez votre produit, à quoi il sert. Vous pouvez apporter des photos, images ou une vidéo. Ou le produit lui-même.
PROPRIETES ET CARACTERISTIQUES DU PRODUIT	Expliquez COMMENT fonctionne votre produit. COMBIEN il coûte, de quel matériel il est, quelle couleur et quelle forme il a, etc.
AVANTAGES ET INCONVENIENTS ET AVIS PERSONNEL	Précisez les avantages et les inconvénients et exprimez votre opinion. POURQUOI les clients devraient-ils acheter votre produit. Mentionnez des exemples (situations, clients, usages).
FIN	Terminez votre présentation et remerciez votre interlocuteur de son attention.

VOCABULAIRE

die Produktpräsentation, -en	la présentation d'un produit
Das Angebot / die Nachfrage	l'offre et la demande
etwas herstellen (stellt her, stellte her, hat hergestellt); die Herstellung = die Produktion = die Fertigung	fabriquer, produire
das Modell, -e; der Prototyp	le modèle
etwas entwickeln + Akk. (entwickelt, entwickelte, hat entwickelt); die Entwicklung	développer
weiterentwickeln + Akk. (entwickelt weiter, entwickelte weiter, hat weiterentwickelt)	continuer à développer, perfectionner
die Neuheit, -en die Innovation	la nouveauté
die Erweiterung, -en	l'extension, l'élargissement
das Zubehör, -e (fast nie im Plural)	les accessoires
die Reduzierung, -en	la réduction
die Entwicklung, -en	la conception, le développement
das Design, -s	le design
reduzieren + Akk. (reduziert, reduzierte, hat reduziert), verkleinern	réduire, diminuer
der Vorteil, -e der Nachteil	l'avantage
die Platzierung, -en	le placement
auffällig	voyant, visible
beliebt	populaire, apprécié
überzeugen + Akk. (überzeugt, überzeugte, hat über- zeugt)	convaincre qn
empfangen + Akk. (empfängt, empfang, hat empfan- gen)	accueillir, recevoir
abholen Akk. (holt ab, holte ab, hat abgeholt)	aller/venir chercher
mitteilen + Dat. + Akk. (einer Person (Dat.) etwas (Akk.) mitteilen) (teilt mit, teilte mit, hat mitgeteilt)	annoncer qc à qn
besichtigen + Akk. (besichtigt, besichtigte, hat besich- tigt)	visiter
Die Marktanalyse, etwas auf dem Markt einführen	une analyse de marché, introduire un produit sur un marché
das Zielpublikum	la cible; la clientèle ciblée
die Nachhaltigkeit	le développement durable

Outils linguistiques:

Utilisez les connecteurs logiques et les mots et expressions pour structurer votre présentation que nous avons vu ensemble lors des conseils pour l'exposé.

Expliquer les caractéristiques et l'utilisation d'un produit:

- Ce produit a été conçu pour....
- Il est également utilisable comme...
- Il est idéal pour....

Déterminer la cible

- Notre produit est pensé pour....a été conçu pour...
- La clientèle visée est
- Le public ciblé est....

Vanter les avantages

- Ce produit réunit compétitivité/ respect de l'environnement / design moderne/ une technologie de pointe avec haute sécurité /...
- Ce produit répond aux exigences de...

Qualité

- Notre produit est facile à utiliser / économique/ respectueux de l'environnement/ innovant/ durable/ moderne/ étanche/ imperméable /...
- Il est extrêmement + adj.

Matériel

- ... il est fait de / il est en ...
- Le matériel est (extrêmement/ particulièrement) résistant à la chaleur / souple / flexible / ...

Forme, taille, poids

- Le produit est rectangulaire, carré, / il a la forme d'un/une ...
- Le diamètre mesure....
- Les mesures sont fois
- La longueur / hauteur / largeur / profondeur mesure
- Il fait 10 cm de long / de large / de haut /..
- Il pèse 1 kilo.
- Son poids est de ...

Prix

- Il coûte le prix est de ...
- Un bon/excellent rapport qualité-prix
- Un prix qui défie toute concurrence / un prix concurrentiel

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	
<p>On assemble la voiture en Chine.</p> <p>La voiture est assemblée en Chine.</p> <p><i>(Arrows show the transformation from active to passive voice)</i></p>	<p>Voix ... : le verbe est au</p> <p>Voix ... : le verbe <i>être</i> est au</p>
<p>On a créé l'entreprise en 2009.</p> <p>L'entreprise a été créée en 2009.</p> <p><i>(Arrows show the transformation from active to passive voice)</i></p>	<p>Voix ...: le verbe est au</p> <p>Voix ...: le verbe <i>être</i> est au</p>

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 +	<p>..., mais aussi <i>Il a une formation d'ingénieur, mais il a aussi une expérience de banquier d'affaires.</i></p> <p>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></p>
Comparer =	<p>Aussi ➔ <i>Cette voiture est aussi écologique que celle-ci. Il travaille aussi efficacement que lui.</i></p> <p>Autant ➔ <i>Il se passionne autant pour les voitures que pour l'écologie.</i></p> <p>Aussi/Autant ➔ <i>Il est autant passionné de ses voitures que lui. Il est aussi passionné de ses voitures que lui.</i></p>

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	<input type="radio"/> Ignorer l'existence de <input type="radio"/> Modifier <input type="radio"/> Oublier
2. Accélérer	<input type="radio"/> Ralentir <input type="radio"/> Adoucir <input type="radio"/> Annuler
3. Une nouvelle marque	<input type="radio"/> Une marque ancienne <input type="radio"/> Une ancienne marque <input type="radio"/> Une vieille marque
4. Des marques connues	<input type="radio"/> Des marques inconnues <input type="radio"/> Des marques insolites <input type="radio"/> Des marques étrangères
5. Les gens qui se préoccupent de l'environnement	<input type="radio"/> Les gens qui ne se soucient pas de l'environnement <input type="radio"/> Les gens qui se soucient de l'environnement <input type="radio"/> Les gens respectent l'environnement
6. Bon marché	<input type="radio"/> Cher <input type="radio"/> Sans succès <input type="radio"/> Défaillant
7. Une formule unique	<input type="radio"/> Une formule courante <input type="radio"/> Une formule complexe <input type="radio"/> 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