

Sommaire

	CHAPITRES	PAGE	COMPÉTENCES PROFESSIONNELLES
S'intégrer dans le point de vente			
■ Communiquer dans le point de vente			
C.3. Communiquer - Vendre	1 Les bases de la communication › Top'style Application : Emoción	5	C.3.1.2. Appréhender une situation orale d'achat-vente • Décoder les attitudes du consommateur-client, décrypter les registres de langage utilisés (vocabulaire, ton, débit) et savoir s'y adapter • Repérer les difficultés de communication (bruits, freins à la communication) et les anticiper le cas échéant
	2 La communication et l'intégration à l'équipe de vente › Toys'r'us Application : Franprix	15	C.3.1.1. Communiquer avec l'équipe de vente et s'y intégrer • Se présenter • Vérifier la perception d'un message, d'une consigne auprès de l'interlocuteur • Reformuler un message, une consigne • Faire le point et rendre compte de son action, de son expérience • Solliciter avis et conseils sur l'action menée
Réceptionner des produits identifiés			
■ Réaliser des dossiers produits			
C.2. Intervenir dans la gestion et la présentation marchande des produits C.3. Communiquer - Vendre	3 La classification des produits › E. Leclerc Application : Décathlon	23	C.2.1. Réaliser des dossiers « produits » • Situer le produit dans la gamme, le segment, la nomenclature
	4 L'assortiment du point de vente › Bernic Application : Sport nature	31	C.2.1. Réaliser des dossiers « produits » • Justifier la place du produit dans l'assortiment du point de vente et par rapport à ses concurrents
	5 L'emballage, le conditionnement et l'étiquette du produit › Petit Casino Application : E. Leclerc	39	C.2.1. Réaliser des dossiers « produits » C.3.2.1. Préparer l'information avant la vente • Dégager les caractéristiques techniques et commerciales d'un produit • Dégager les qualités communicantes d'un conditionnement • Relever les informations (de stockage, de conservation, d'utilisation...)
	6 La marque et son image › Géant Casino Application : Intermarché	47	C.2.1. Réaliser des dossiers « produits » C.3.2.1. Préparer l'information avant la vente • Dégager les caractéristiques techniques et commerciales d'un produit • Relever les informations d'identification du produit • Décrypter les qualités communicantes d'un produit
	7 Les normes, labels et appellations d'origine › Megashop Application : Super U	55	C.2.1. Réaliser des dossiers « produits » C.3.2.1. Préparer l'information avant la vente • Dégager les caractéristiques techniques et commerciales d'un produit • Relever les informations (de stockage, de conservation, d'utilisation...) • Dégager les qualités communicantes d'un produit
	PFE La fiche produit › Castorama	63	C.2.1. Réaliser des dossiers « produits » C.3.2.1. Préparer l'information avant la vente • Dégager les caractéristiques techniques et commerciales d'un produit • Relever les informations (de stockage, de conservation, d'utilisation...) • Dégager les qualités communicantes d'un produit



"Le photocopillage, c'est l'usage abusif et collectif de la photocopie sans autorisation des auteurs et des éditeurs. Largement répandu dans les établissements d'enseignement, le photocopillage menace l'avenir du livre, car il met en danger son équilibre économique. Il prive les auteurs d'une juste rémunération. En dehors de l'usage privé du copiste, toute reproduction totale ou partielle de cet ouvrage est interdite".

ISBN 978-2-216-10673-8
ISBN 1^{re} édition 978-2-216-10001-9

Toute reproduction ou représentation intégrale ou partielle, par quelque procédé que ce soit, des pages publiées dans le présent ouvrage, faite sans autorisation de l'éditeur ou du Centre français du Droit de copie (20 rue des Grands-Augustins, 75006 Paris), est illicite et constitue une contrefaçon. Seules sont autorisées, d'une part, les reproductions strictement réservées à l'usage privé du copiste et non destinées à une utilisation collective, et, d'autre part, les analyses et courtes citations justifiées par le caractère scientifique ou d'information de l'œuvre dans laquelle elles sont incorporées (Loi du 1^{er} juillet 1992 - art. 40 et 41 et Code pénal-art. 425).

© Éditions Foucher. Vanves 2008
58 rue Jean Bleuzen – 92178 Vanves Cedex

Préparer les ventes

Mettre en œuvre les techniques de merchandising

C.2. Intervenir dans la gestion et la présentation marchande des produits	8 L'organisation de l'espace de vente en libre-service › Champion Application 1 : Atac Application 2 : Perlin Pimpin	67	C.2.2. Présenter les produits à la vente • Consulter le schéma d'implantation du magasin • Analyser un relevé de plan de magasin • Identifier les règles de présentation • Disposer les produits
	9 L'implantation des produits en linéaire › Carrefour Application : Carrefour	75	C.2.2. Présenter les produits à la vente • Consulter le schéma d'implantation du rayon • Dégager les points forts et les points faibles d'une implantation • Identifier les objectifs de vente du point de vente et les règles de présentation qui en découlent
	10 Le maintien du linéaire en état marchand › Spar Application : Petit Casino	83	C.2.4. Maintenir l'attractivité de la surface de vente • Réaliser tout ou partie des opérations liées au maintien de l'espace de vente en état vendeur
	11 Les instruments de mesure et de rentabilité du linéaire › Champion Application : Intermarché	91	C.2.2. Présenter les produits à la vente • Effectuer et analyser un relevé de plan du linéaire • Identifier les objectifs de vente du point de vente et les règles de présentation qui en découlent
	PFE La fiche descriptive d'une activité de merchandising › Shopi	99	C.2.2. Présenter les produits à la vente C.2.3. Participer à la signalétique C.2.4. Maintenir l'attractivité de la surface de vente • Participer aux activités de gestion et de présentation marchande des produits

Réaliser des ventes

Mener la vente

C.3. Communiquer - Vendre	12 Les étapes de l'entretien de vente et l'accueil du client › Jim Application : Sportout	103	C.3.1.2. Appréhender la situation orale d'achat vente • Observer, analyser un entretien de vente (comportement du client, du vendeur, signes non verbaux...) C.3.2.2. Prendre en charge le client • Identifier les étapes de l'entretien de vente • Accueillir le client en fonction des pratiques d'accueil
	13 De la recherche des besoins à la proposition du produit adapté › Megashop Application : Boicibo	111	C.3.2.3. Mener le dialogue de vente • Accompagner le client dans sa recherche d'informations • Pratiquer le questionnement et l'écoute active • Adapter la communication aux attentes du client : rechercher ses besoins, proposer des produits
	14 L'argumentation › Décathlon Application : La Redoute	119	C.3.2.1. Préparer l'information avant la vente • Construire une argumentation adaptée au besoin du client
	15 De la réponse aux objections à la présentation du prix › Camif Application : Électroplus	127	C.3.2.3. Mener le dialogue de vente • Identifier les objections et y répondre • Présenter le prix du produit
	16 Du signal d'achat à la conclusion de la vente › But Application : Myhrisse beauté	137	C.3.2.3. Mener le dialogue de vente • Obtenir l'accord sur tout ou partie de la vente • Proposer un produit ou service complémentaire et/ou supplémentaire
	17 De l'encaissement à la prise de congé › BHV Application : Histoires de rêver	145	C.3.2.4. Finaliser la vente • Procéder aux opérations d'encaissement et d'emballage ou d'ensachage du produit • Prendre congé et maintenir le climat d'empathie jusqu'au départ du client

Optimiser les ventes			
■ Maintenir l'attractivité de la surface de vente			
C.2. Intervenir dans la gestion et la présentation marchande des produits	18 La publicité et l'information sur le lieu de vente › Coccimarket Application 1 : Idkdo Application 2 : Jules	153	C.2.3. Participer à la signalétique • Identifier la nature et le rôle de la signalétique « produits » • Réaliser tout ou partie des opérations de signalisation et de mise en place d'opérations d'ILV et de PLV C.3.2.1. Préparer l'information avant la vente • Installer les supports publicitaires (affiches, affichettes, présentoirs...) • Participer à la mise en place d'actions promotionnelles et/ou événementielles
	19 Les facteurs d'ambiance d'un point de vente › Jeannerie Application 1 : Aire Application 2 : Sport Trooper	161	C.2.4. Maintenir l'attractivité de la surface de vente • Dégager les facteurs d'ambiance du point de vente
	20 La promotion des ventes › Shopi Application : Écomarché	169	C.3.2.5. Participer à la fidélisation du client • Déterminer les différents outils et techniques promotionnels, connaître la législation en vigueur
Développer les ventes			
■ Développer la clientèle			
C.3. Communiquer - Vendre	21 La fidélisation de la clientèle › Jules Application : Les Dessous de Lison	177	C.3.2.5. Participer à la fidélisation du client • Proposer, le cas échéant, une carte de fidélité • Distribuer les échantillons, les coupons de réduction... • Mettre à jour le fichier clients • Relever les réactions de la clientèle et les transmettre au responsable
	22 Les messages commerciaux écrits › Paulimport Application : Plumes et livres	185	C.3.1.3. Rédiger des messages commerciaux écrits • Rédiger des messages commerciaux écrits (note, lettre simple, réseau de l'intranet ou de l'Internet)
	23 Le traitement des demandes (écrites et orales) de la clientèle › Tangmarine Application : Décoclic	195	C.3.3.1. Traiter les demandes écrites et orales de la clientèle (demandes de renseignements, réclamations...) • Recevoir la demande quel que soit le canal utilisé • Restituer les messages reçus • Exploiter la demande • Préparer et/ou rédiger le message • Déterminer le mode de transmission approprié et assurer la transmission du message
	24 L'émission et la réception d'un appel téléphonique › Fashion Show Application : Rondeless	203	C.3.1.1. Communiquer avec l'équipe de vente et s'y intégrer C.3.1.2. Appréhender la situation orale d'achat-vente C.3.3.1. Traiter les demandes écrites et orales de la clientèle (demandes de renseignements, réclamations...) • Préparer et émettre un message téléphonique • Recevoir un message téléphonique
	25 Le développement de la clientèle – Un outil : le publipostage › Norauto Application : Norauto	211	C.3.3.2. Participer au développement de la clientèle • Participer à la préparation et à l'envoi des messages de prospection • Prendre en compte les opérations générées par l'envoi d'un publipostage
PFE Informatiser son dossier		219	
Lexique		223	