

**Multi'Exos**

**BEP**  
**Vente Action Marchande**

**Tome 1**

# Vente Action Marchande

*Extrait*  
*livre du professeur*

Marie-Pierre Bost

Marc Frémont

Catherine Jean

Thomas Zwilling

**NATHAN**  
**TECHNIQUE**

**Édition :** Virginie Legrand  
**Mise en pages :** Catherine Lainé

© Éditions Nathan, 9, rue Méchain, 75014 Paris – 2003.  
ISBN : 2-09-179284-5



*"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."*

# Sommaire

Chapitres	Pages	Référentiel	Intitulé du référentiel
1 Réceptionner les produits	5	C1.1	Réaliser tout ou partie des opérations liées à la réception des produits
2 Participer au rangement des produits	7	C1.2	Participer au rangement des produits
3 Suivre les mouvements de stocks	10	C1.3	Suivre les mouvements de stocks
4 Présenter les produits à la vente	12	C2.2	Présenter les produits à la vente
5 Repérer les facteurs d'ambiance	14	C2.4	Maintenir l'attractivité de la surface de vente
6 Communiquer avec l'équipe de vente	16	C3.1.1	Communiquer avec l'équipe de vente et s'y intégrer
7 Appréhender la situation d'achat-vente	19	C3.1.2	Appréhender la situation orale d'achat-vente
8 Rédiger des messages commerciaux	21	C3.1.3	Rédiger des messages commerciaux écrits et/ou médiatisés
9 Préparer des actions de communication	27	C3.2.1	Préparer l'information avant la vente
10 Prendre en charge le client	28	C3.2.2	Prendre en charge le client
11 Identifier les besoins du client	31	C3.2.3	Mener le dialogue de vente
12 Proposer des produits et argumenter	33	C3.2.3	Mener le dialogue de vente
13 Identifier les objections et y répondre	36	C3.2.3	Mener le dialogue de vente
14 Conclure la vente	40	C3.2.3	Mener le dialogue de vente
15 Finaliser la vente	43	C3.2.4	Finaliser la vente

<b>Chapitres</b>	<b>Pages</b>	<b>Référentiel</b>	<b>Intitulé du référentiel</b>
<b>16</b> Apprécier sa prestation de vendeur	45	C3.2.3	Mener le dialogue de vente
<b>17</b> Participer à la fidélisation de la clientèle	47	C3.2.5	Participer à la fidélisation du client
<b>18</b> Traiter les demandes écrites et orales de la clientèle	50	C3.3.1	Traiter les demandes écrites et orales de la clientèle
<b>19</b> Situer le point de vente dans l'appareil commercial	52	C4.1.1	Situer le point de vente dans l'appareil commercial
<b>20</b> Positionner le point de vente sur le marché	54	C4.1.2	Positionner le point de vente sur le marché : en matière de prix, produit, services
<b>21</b> Se situer dans l'organisation humaine	57	C4.1.3	Se situer dans l'organisation humaine
<b>22</b> Utiliser les documents commerciaux	59	C4.3.1	Utiliser des documents commerciaux
<b>23</b> Calculer une marge, un prix de vente	62	C4.3.3	Calculer une marge, un prix de vente
<b>Cas de synthèse 1 – Synergie</b>	64		
<b>Cas de synthèse 2 – Le grenier d'Oriane</b>	67		
<b>Cas de synthèse 3 – Musicorama</b>	69		
<b>Entraînement à l'épreuve d'examen</b>	74		

# 1 – Réceptionner les produits (p. 5)

## Exercice 1 (p. 5)

	Document 1	Document 2
<b>Nom</b>	Bon de commande	Bon de livraison
<b>Destinataires du document (clients, fournisseurs...)</b>	Le client, le fournisseur	Le destinataire, le fournisseur
<b>Rôle du document (à préciser en fonction du destinataire)</b>	Pour le client : sert d'aide-mémoire et à comparer la livraison. Pour le fournisseur : sert à connaître la liste des produits à livrer.	Pour le client et le fournisseur : sert à vérifier la livraison par rapport à la commande.

## Exercice 2 (p. 6)

1. a) La référence N 820 a été livrée au lieu de la référence N 821 commandée.

b) Il faut contacter le fournisseur pour signaler l'erreur et lui retourner le colis.

2. Les cases à compléter dans le bon de livraison sont : « Signature » et « Remarques ».

Indiquer, dans la case « Remarques » : « La référence N 820 a été livrée au lieu de la référence N 821 commandée. »

3. Les conséquences de cette situation sont :

- une perte de temps car il faut contacter le fournisseur et lui retourner la commande ;
- une perte de chiffre d'affaires ;
- la détérioration de l'image de marque car il est difficile de répondre aux clients en attendant la nouvelle livraison.

## Exercice 3 (p. 7)

1.

**Mémo**

**Destinataire :** Monsieur Pélan

**Message :**  
Erreur de livraison sur réf. N 821 (pantalons bleus)  
Envoyé fax au fournisseur

**De la part de :** *mettre votre nom*

**Date :** 14/09/200.  
(Voir bon de livraison)

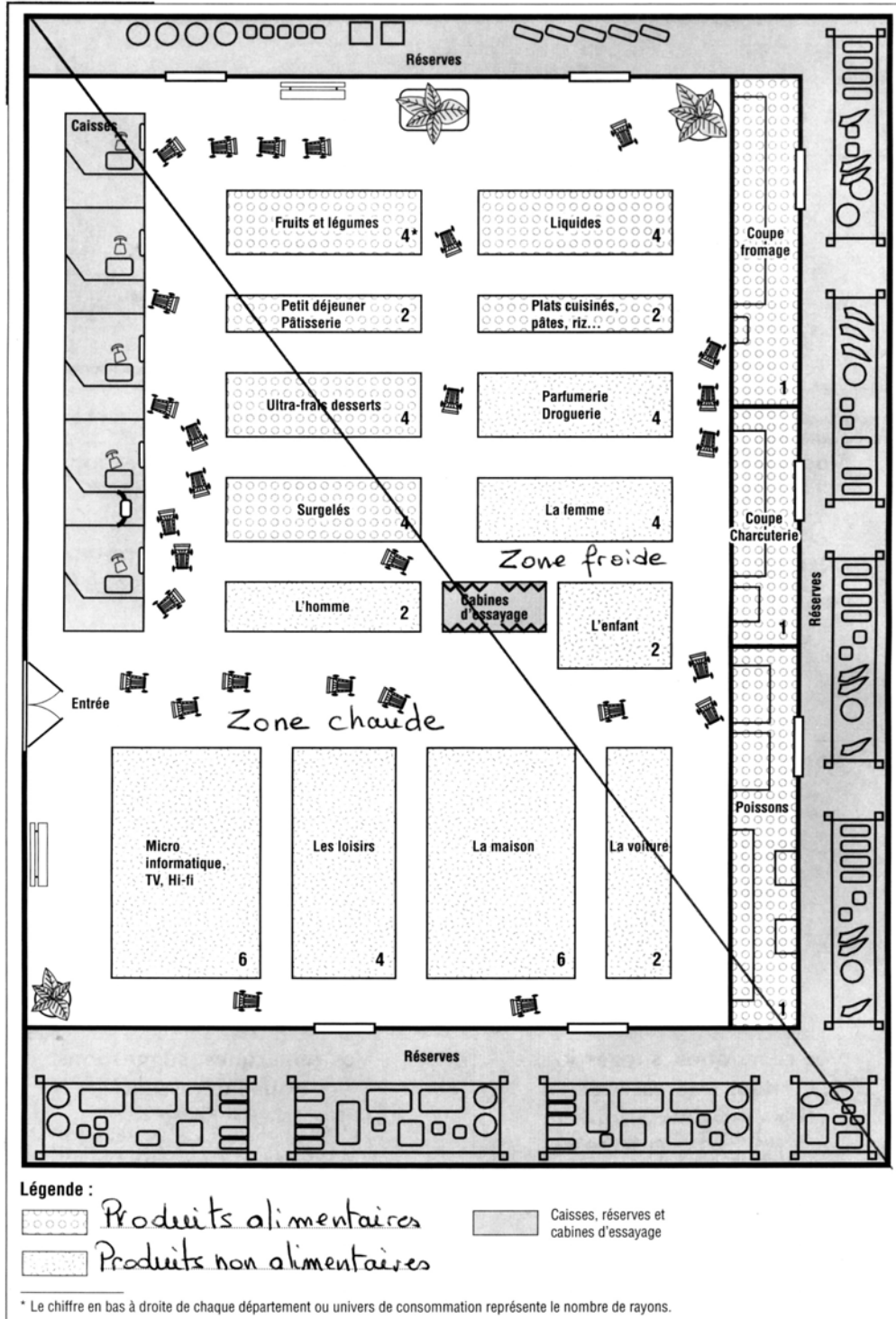
2.

<b>FAX</b>	
<b>Émetteur :</b> <i>Topfun</i>  Fax : 03 71 62 29 57	<b>Destinataire :</b> <b>Textile Diffusion</b>  Date : 14/09
<b>Message</b>	
<p>Erreur sur la commande n° 1472 livrée le 14/09 : a été livrée la réf. N 820 (30 articles) au lieu de la réf. N 821. Le colis est retourné. Comptons sur un nouvel envoi dans les plus brefs délais.</p> <p><i>Signature de l'élève</i></p>	

## 2 – Participer au rangement des produits (p. 9)

### Exercice 1 (p. 9)

#### 1. Document 1



Zone chaude : zone dans laquelle la circulation du client est spontanée.

Zone froide : zone que les clients parcourent avec réticence.

2.

Produits	Département ou univers de consommation	Zone froide	Zone chaude
Bières sans alcool	Liquides	✗	
Jus d'orange	Liquides	✗	
Pizzas surgelées	Surgelés		✗
Baskets enfant	L'enfant	✗	
Shampoings	Parfumerie – Droguerie	✗	
Essuie-glaces	La voiture		✗
Poussettes pour bébé	L'enfant	✗	
Pommes	Fruits et légumes	✗	
Yaourts	Ultra-frais desserts	✗	

3. Voir document 1, page 7.

4.

Implantation	Réponses
Quelles sont les deux grandes parties du magasin ?	La partie alimentaire La partie non alimentaire
Quel est le nombre de rayons pour chaque partie ?	Partie alimentaire : 23 Partie non alimentaire : 30
Proposez un itinéraire que peut suivre un client pour se rendre au rayon « petit déjeuner » et indiquez les rayons qui sont sur son passage.	Prendre l'allée faisant suite à l'entrée, tourner à gauche vers l'allée centrale, tourner à gauche au niveau du rayon. Les rayons qui sont sur l'itinéraire sont : l'homme, l'enfant, la femme, les surgelés, l'ultra-frais dessert, la parfumerie, les plats cuisinés.
Où sont situées les réserves ? Pourquoi ?	Les réserves sont situées autour de la surface de vente pour faciliter le réassortiment et la manutention des produits.
Où sont situées les caisses ? Pourquoi ?	Elles sont situées à la sortie de la surface de vente, à la fin de l'itinéraire des clients dans le magasin.



**Exercice 2 (p. 11)**

1.

Types d'implantations du rayon	Choix du magasin (cocher la ou les bonnes cases)
Verticale par familles	<b>x</b>
Horizontale par familles	
Par pavés	
Effet : « Univers de consommation »	<b>x</b>
Effet : « Boutique »	

2. Les objectifs recherchés par les implantations du rayon « petit déjeuner » sont :

- augmenter la rapidité des courses du client, qui n'a pas à traverser tout le magasin pour prendre ses produits ;
- favoriser les achats d'impulsion en mettant ensemble tous les produits d'un même univers.

3. Il est possible de mettre le rayon « petit déjeuner » à la place du rayon « surgelés ».

Il serait alors en zone chaude et l'achat des produits d'impulsion pour les enfants pourrait en être augmenté.

**Exercice 3 (p. 12)**

Anomalies	Cases à cocher	Précisions
Manque de produits	<b>x</b>	Il n'y a pas de chocolat pour le petit déjeuner et de céréales au chocolat.
Trop de produits	<b>x</b>	Trop de corn-flakes et pas assez de céréales.
Produits inaccessibles		
Implantation de produits mal adaptée aux besoins	<b>x</b>	Les infusions ne font pas partie de l'univers du petit déjeuner. <i>NB</i> : il est normal que les filtres à café restent au rayon « bazar ».
Mauvais repérage des promotions		
Propreté du rayon	<b>x</b>	Boîtes de corn-flakes ouvertes.
Ruptures de stock	<b>x</b>	Il n'y a pas de confitures le samedi.
Signalétique défectueuse		
Autres	<b>x</b>	Surveillance des rayons. Maintenir en état marchand.
<b>Propositions à étudier en priorité</b>		<b>Propositions moins urgentes</b>
Mettre rapidement du chocolat dans le linéaire. Bien assurer le réassortiment des confitures le samedi.		Déplacer les infusions vers l'univers « café et thé ».