

6 Vente - Art de la Vente
Cours suspendus – 1^{ère} partie du travail à distance
Fiches analytiques produits

Bonjour à tous, voici la première partie de notre travail à distance durant cette suspension de cours.

Je vous demande de réaliser la fiche analytique d'un produit principal et de son produit complémentaire vendus sur un site en ligne (pimkie, zalando, Jules, ...) de votre choix.

Si vous n'avez pas accès à Internet, prenez des produits dont vous disposez à domicile en utilisant les caractéristiques commerciales de votre lieu de stage que vous connaissez déjà.

!!! A vous de penser à tout l'aspect marketing c'est-à-dire au fait que les produits soient correctement mis en valeur afin de les vendre au mieux.

Ce travail sera à me remettre le premier jour de la rentrée. Prenez soin de vous et de vos proches.

Afin de vérifier vos fiches, je vous demande si possible d'intégrer impérativement dans votre travail :

- Une photo des produits (sur plusieurs faces si nécessaire) ;
- Une photo de toutes les étiquettes éventuelles des produits ou tout autre renseignement utile.

Je me tiens à votre disposition si vous avez des questions :

mongiovi_angelique@hotmail.com

0494/54 34 40

Bon travail, Mme Mongiovi

Produit principal

Identification du produit	
<u>Désignation</u> :	
<u>Marque</u> :	
<u>Modèle</u> :	
<u>Référence</u> :	
<u>Origine de fabrication</u> :	
Environnement du produit	
<u>Place dans l'assortiment</u> :	
<u>Règles de merchandising</u> :	
Caractéristiques techniques	Avantages clients

Nom et prénom :
Classe : 6 Vente

Date :

Caractéristiques techniques	Avantages clients

Nom et prénom :
Classe : 6 Vente

Date :

Caractéristiques psychologiques

Cible :

Notoriété :

Image de marque :

Mobiles d'achat et justifications :

3 objections possibles du client

3 réponses aux objections

Produit complémentaire

Identification du produit	
<u>Désignation</u> :	
<u>Marque</u> :	
<u>Modèle</u> :	
<u>Référence</u> :	
<u>Origine de fabrication</u> :	
Environnement du produit	
<u>Place dans l'assortiment</u> :	
<u>Règles de merchandising</u> :	
Caractéristiques techniques	Avantages clients

Nom et prénom :
Classe : 6 Vente

Date :

Caractéristiques techniques	Avantages clients

Nom et prénom :
Classe : 6 Vente

Date :

Caractéristiques commerciales	Avantages

Nom et prénom :
Classe : 6 Vente

Date :

Caractéristiques psychologiques

Cible :

Notoriété :

Image de marque :

Mobiles d'achat et justifications :

3 objections possibles du client

3 réponses aux objections