

Mes chers élèves,

Comme vous le savez, des mesures importantes ont été prises ces derniers jours afin de contenir au mieux et au plus vite cette pandémie qu'est le coronavirus.

L'idéal est de ne pas se présenter à l'école et que vous restiez , si possible, chez vous. Il va de soi que chaque personne doit agir dans un intérêt collectif et avec du bon sens (civique).

Cependant, restons sereins et courageux. Il ne sert à rien de paniquer.

Puis-je me permettre de vous rappeler les recommandations d'hygiène importantes et nécessaires :

- bien se laver les mains plusieurs fois par jour.
- si vous éternuez , dans un mouchoir à papier ou à défaut dans le plis du coude
- aérez si possible vos pièces de vie
- Gardez vos distances
- n'entrez pas en contact avec des personnes à risques et potentiellement malades.

Il s'agit d'une période cruciale à combattre ensemble et nous y arriverons !

Patience et prudence seront les maîtres mots !

Sachez que je suis et resterai à votre service pour vous aider tout au long de cette période exceptionnelle.

Comme vous pouvez l'imaginer nous n'allons pas rester inactifs. il s'agit d'une belle opportunité pour entretenir nos connaissances scolaires.

Par conséquent, je vous proposerai quelques exercices/travaux durant cette première semaine. D'autres suivront par la suite.

Je vous souhaite un bon travail dans le respect de chacun et surtout prenez bien soin de vous et de vos proches.

P.LOCATELLI

LA PUBLICITÉ

Pour reprendre et continuer un exercice que nous avons pu tester ; (création d'une capsule vidéo), je vous demanderai, dans un premier temps, de répondre en premier lieu à l'exercice suivant afin de vous rappeler la théorie vue en classe.

1)

- Complète la grille d'analyse de publicité sur base des affiches en annexe.

L'ACCROCHE:
L'ARGUMENT:
LA CIBLE:
LE THÈME:
L'AXE:
LE GRAPHISME DE LA MARQUE:
LES INFORMATIONS DONNÉES PAR LA PUBLICITÉ SUR LE PRODUIT:

nouveau

Nasa Rhinathiol® Dégage le nez bouché.



Libère le nez rapidement sans irriter.

"Dégager mon nez. Rapidement!", "Un spray nasal pourrait très bien m'y aider, mais cela signifie souvent irritations et nez sec...". Quand vous attrapez un rhume, voilà vos premières pensées. Nasa Rhinathiol apporte les réponses que vous attendiez. Ce spray nasal très pratique contient le décongestionnant Xylométazoline qui a pour effet de dégager le nez. Rapidement, pour longtemps et sans irritation!

Nasa Rhinathiol est disponible sans ordonnance chez votre pharmacien.

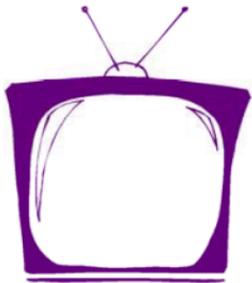
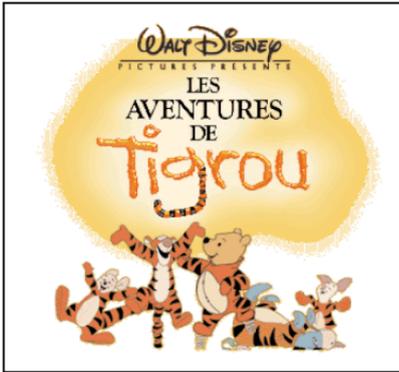
Médicament à base de Xylométazoline. Pour un bon usage, lisez attentivement la notice et demandez conseil à votre pharmacien. Pas d'utilisation prolongée sans avis médical. Ne pas administrer aux enfants de moins de 6 ans.



sanoft-episthabetabo
srl

Par la même occasion , construisez une capsule vidéo, comme réalisée en classe en 3 phases, avec le produit Nasa Rhinathiol.

2) En fonction des images, retrouve les différentes formes de publicité.



4) Quel support publicitaire vas-tu choisir pour :

- Les soldes sur des articles HI-FI haut de gamme

.....

- Un modèle performant de machine multifonction: fax - photocopieuse - imprimante - scanner

.....

.....

- La parution d'un nouveau magazine destiné aux jeunes de 14 à 18 ans

.....

.....

- Nouveaux articles pour la rentrée scolaire dans votre supermarché

.....

.....

- Ouverture de votre nouveau restaurant

.....

.....

5) Extrapolation

Une PME de Charleroi fabrique des plats cuisinés traditionnels sous vide qui étaient uniquement destinés à la restauration.

Le produit ayant de plus en plus de succès, la direction de l'entreprise décide de le distribuer au grand public via la grande distribution.

Elle a réussi à imposer son produit dans une dizaine de points de vente de la région de Charleroi. Pour soutenir ce lancement, elle décide de consacrer un budget de € 30 000,00 pour financer une campagne de publicité et de € 7 700,00 pour une campagne promotionnelle dans les points de vente.

Les responsables de la société désirent consacrer l'essentiel du budget à des supports originaux et bien ciblés.

A l'aide du tableau suivant que vos collaborateurs ont réalisé, faites une proposition de dépenses en fonction du budget, de la nature du produit et du marché.

L'accueil téléphonique

1) Complète le tableau ci-dessous récapitulant les différentes situations d'accueil au téléphone. Donne des réponses très précises.

Situations d'accueil téléphonique	
Le téléphone sonne. Que faites-vous ?	Il faut décrocher au plus tard après la 3 ^e sonnerie.
Comment vous présentez-vous ?	Il faut toujours décliner la raison sociale de l'entreprise et son nom.
La personne demandée est absente. Que dites-vous ?	Il faut proposer de prendre un message et offrir ses services.
Votre correspondant est en colère. Comment réagissez-vous ?	Il faut écouter attentivement ce que le correspondant dit et ne pas lui couper la parole.
Vous ne comprenez pas le nom de votre interlocuteur. Que faites-vous ?	Afin de ne pas faire de faute dans le nom de la personne, il est préférable de lui demander de l'épeler.

2) Précise le dialogue d'accueil pour chacune des situations proposées.

Appels	Suite à donner
Un professeur des écoles appelle ; il souhaite obtenir un rendez-vous pour une visite d'entreprise avec sa classe.	Restez en communication, s'il vous plaît. Je vous mets en contact avec Mme Renault.
Un élève en terminale bac pro comptabilité cherche un stage pour sa prochaine PFMP.	Je vous mets en contact avec Mme Renault qui va noter votre demande.
Un parent a quelques soucis pour l'utilisation d'un jouet.	M. Decker est absent. Pouvez-vous me donner vos nom et numéro de téléphone afin qu'il puisse vous rappeler ?
La médecine du travail appelle ; elle souhaite communiquer les prochaines dates des visites médicales.	Je vous mets en contact avec Mme Renault qui va prendre note des dates des prochaines visites.
M. Bastien n'a toujours pas reçu sa commande.	Restez en communication, s'il vous plaît. Je vous mets en contact avec une personne du service des ventes.
M. Parent, chef d'atelier, est souffrant ; il ne viendra pas travailler.	Je vous mets en communication avec M. Figeac.
Le magasin Au petit lutin a constaté une erreur sur sa dernière facture.	Restez en communication, s'il vous plaît. Je vous mets en contact avec une personne du service comptabilité.
La société Packcolor souhaiterait un rendez-vous pour présenter de nouveaux emballages.	Restez en communication, s'il vous plaît. Je vous mets en contact avec M. Rivet, responsable des achats.

3) Passer une commande par téléphone

En regroupant les demandes des différents services et en étudiant l'extrait du catalogue des fournitures, la commande de fournitures à passer est la suivante :

– 4 lots de 5 ramettes de papier blanc	réf. 82980	28,50
– 2 lots de stylos-billes noir	réf. 87021	9,00
– 3 pochettes de 40 planches d'étiquettes	réf. 83562	23,10
– 1 lot de 12 stylos correcteurs	réf. 84231	27,50
– 1 lot de 250 sous-chemises de couleurs	réf. 82645	5,20
– 1 lot de 100 chemises dossiers de couleurs	réf. 82646	14,50

Rédige ton plan d'appel !

Le plan d'appel téléphonique de la commande des fournitures se compose de sept étapes :

- saluer ;
- se présenter ;
- rappeler les coordonnées de l'entreprise ;
- passer la commande : énumérer tous les articles, la quantité, la référence... ;
- demander la date de livraison ;
- remercier ;
- saluer.

Les méthodes de vente - S'adapter au contexte de vente

a) Suivant le tableau ci-dessous, réponds aux questions qui te sont posées.

Tenue 1



Tenue 2



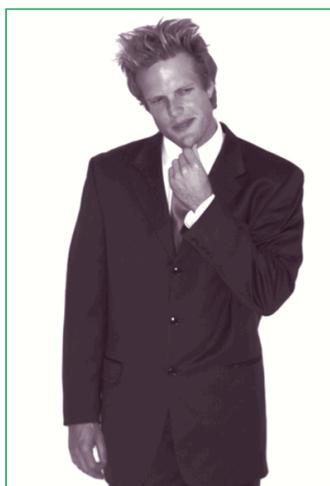
Tenue 3



Tenue 4



Tenue 5



Tenue 6



Enseigne	Type de produits vendus	Méthode de vente privilégiée		Tenue professionnelle à adopter
		Libre-service	Vente de contact	
	Vêtements			
	Vêtements hommes (moyen/haut de gamme)			
	Vêtements femmes (moyen de gamme)			
 (Rayon boucherie)	Fruits et légumes, produits frais, boucherie			
	Vêtements, accessoires et parfumerie de grande marque			
	Vêtements hommes (moyen de gamme)			

b) Utilise les formules d'accueil adaptées.

Situation	Formule d'accueil
Chez Darty, une jeune fille de 20 ans entre dans le point de vente.
Dans une boulangerie, un client habitué, M. Rosier, fait son entrée dans le point de vente.

Dans un magasin La Halle aux vêtements, vous accueillez un groupe d'amies d'une quarantaine d'années qui entre.
Dans un supermarché, vous croisez un client.
Au rayon Traiteur à la coupe, vous accueillez une femme d'une trentaine d'années.

Situation	Formules d'accueil
Dans un magasin Boulanger, une cliente prend en main l'emballage d'un appareil photo numérique.
M. Caillot pénètre dans la boucherie de son quartier dans laquelle il a l'habitude de se rendre.
Deux femmes arrivent chez Promod.
Une cliente se dirige vers la cabine.
Un client arrive chez Darty et cherche du regard un rayon.

c) Coche la bonne réponse et justifie-la.

	Vrai	Faux	Justification
L'accueil du client commence à l'extérieur du point de vente.		
La décoration et l'ambiance du magasin ne sont pas importantes pour l'accueil du client.		
Le client aime repérer les vendeurs grâce à leur tenue et/ou badge.		
La tenue est à adapter à chaque point de vente.		
Il vaut mieux dire « Bonjour, Monsieur » plutôt que simplement « Bonjour ».		
Il faut se précipiter sur le client dès son entrée dans le point de vente.		

Classification des points de vente

Lis le texte en annexe : « [Albert Heijn fait baisser les prix de Colruyt](#) »
et répond aux questions suivantes :

source - [testachat.be](#) Décembre 2019

- a) En guise d'introduction, que pointe-t-on comme constatation importante?
- b) **Comment ET sur base de quoi** Test-Achat a-t-il réalisé son enquête ?
- c) Pour cette enquête , tout type de magasin a-t-il été pris en compte ?
Sinon, pourquoi ?
- d) Suite l'arrivée du magasin Albert Heijn, Colruyt applique-t-il sa politique de prix rouge pour TOUS ses Colruyts en Belgique ?
- e) Que se passe-t-il pour les achats en ligne ?
- f) Suite à ces constatations, que doit retenir le client pour faire ses courses chez Colruyt ?
- g) En ce qui concerne la méthodologie de Test achat, explique comment le classement des supermarchés a-t-il été réalisé?
- e) Quel est l'impact de la concurrence sur les autres chaînes de magasin?

f) En ce qui concerne les paniers de comparaison, comment Test-achat les a-t-il étudié ? Explique chacune des méthodes en fonction de CHAQUE panier. SOIS PRÉCIS.

Les raisons d'un (in)succès.

- Le client va-t-il faire ses courses toujours au même endroit ? Que constate-t-on ?
- Combien de magasin a-t-on analysé?
- RÉSUMÉ pour chaque magasin leur force d'attraction de la clientèle.