MINISTRE DE LA COMMMUNAUTE FRANCAISE

ADMINISTRATION GENERALE DE L'ENSEIGNEMENT

ENSEIGNEMENT DE PROMOTION SOCIALE

DOSSIER PEDAGOGIQUE

UNITE D'ENSEIGNEMENT

BASES EN TECHNIQUES COMMERCIALES

ENSEIGNEMENT SECONDAIRE SUPERIEUR DE TRANSITION

CODE : 71 42 43 U21 D1
CODE DU DOMAINE DE FORMATION : 704
DOCUMENT DE REFERENCE INTER-RESEAUX

Approbation du Gouvernement de la Communauté française du 21 juin 2018,
sur avis conforme du Conseil général

BASES EN TECHNIQUES COMMERCIALES

ENSEIGNEMENT SECONDAIRE SUPERIEUR DE TRANSITION

1 FINALITES DE L'UNITE D'ENSEIGNEMENT

1.1 Finalités générales

Conformément à l'article 7 du décret de la Communauté française du 16 avril 1991, cette unité d'enseignement doit :

- concourir à l'épanouissement individuel en promouvant une meilleure insertion professionnelle, sociale, culturelle et scolaire ;
- répondre aux besoins et demandes en formation émanant des entreprises, des administrations, de l'enseignement et d'une manière générale des milieux socio-économiques et culturels.

1.2 Finalités particulières

Cette unité d'enseignement vise à permettre à l'étudiant :

- d'acquérir des méthodes ainsi que des techniques de vente et de les appliquer de manière efficace et personnalisée dans des situations mettant en présence le vendeur et le consommateur ;
- d'appréhender les principes fondamentaux de la négociation commerciale et de mener un entretien de vente en face-à-face ;
- de participer à la mise en œuvre des stratégies de promotion des ventes et d'en assurer le suivi ;
- de présenter et de mettre en œuvre une ou plusieurs techniques usuelles de promotion des ventes.

2 CAPACITES PREALABLES REQUISES

2.1 Capacités

- comprendre un texte écrit (+/- 30 lignes) dans un langage usuel, par exemple en réalisant une synthèse écrite et/ou en répondant à des questions sur le fond ;
- émettre, de manière cohérente et structurée, un commentaire personnel à propos d'un texte.

2.2 Titre pouvant en tenir lieu

Certificat de l'enseignement secondaire du deuxième degré (C2D).

3 ACQUIS D'APPRENTISSAGE

Pour atteindre le seuil de réussite, l'étudiant sera capable :

dans le cadre d'une situation issue de la vie professionnelle concernant des produits de grande consommation ou des services classiques,
pour un type de magasin choisi par le chargé de cours,
dans le respect des consignes données,
en disposant de la documentation ad hoc,

- de rechercher tous renseignements pertinents sur le(s) produit(s) ou service(s) faisant l'objet de la vente ;
- de réaliser les différentes étapes de cette vente ;
- de décrire la procédure de stockage ;
- d'expliciter la réception de marchandises, le réassortiment des rayons, la présentation d'un produit qui fait l'objet d'une offre promotionnelle ;
- d'identifier les mesures de sécurité et d'hygiène en vigueur ainsi que les mesures de protection contre le vol.

Pour la détermination du degré de maîtrise, il sera tenu compte des critères suivants :

- le niveau de cohérence : la capacité à établir une majorité de liens logiques pour former un ensemble organisé,
- le niveau de précision : la clarté, la concision, la rigueur au niveau de la terminologie, des concepts et des techniques/principes/modèles,
- le niveau d'intégration : la capacité à s'approprier des notions, concepts, techniques et démarches,
- le niveau d'autonomie : la capacité de faire preuve d'initiative démontrant une réflexion personnelle basée sur une exploitation des ressources et des idées en interdépendance avec son environnement.

4 PROGRAMME

L'étudiant sera capable:

4.1 En Techniques de vente

A partir de situations issues de la vie professionnelle,
en respectant les règles de l'éthique commerciale,

- d'appréhender les principales formules de politesse, les usages habituels dans les relations commerciales ;
- d'identifier et d'adopter des attitudes, des comportements et des niveaux de langage adéquats pour répondre à des demandes de renseignements ;
- d'identifier les principaux besoins des clients, leurs souhaits et desiderata ;

- d’identifier et de mettre en œuvre des techniques de base de communication incitative, de questionnement et de reformulation afin de préciser le(s) besoin(s) d'un client ;
- d’identifier et de mettre en œuvre des techniques de vente additionnelle ;
- de gérer la non conclusion d'une vente ;

à partir d'études de cas, de mises en situation, d'une ¨visite d'une surface de distribution, à l'aide d'une documentation professionnelle,

- de caractériser le style d'une entreprise commerciale : environnement, aire de chalandise, répartition des rayons et des linéaires, signalisation, mobilier et matériel de présentation, promotions, supports publicitaires, notoriété de l'enseigne, éclairage, sonorisation, style (logo, couleurs,...) ;
- de distinguer, dans un organigramme d’une entreprise commerciale (magasin, surface de distribution …), les différentes fonctions et responsabilités des membres du personnel et de s’y situer ;
- d'identifier le plan d'implantation d'une surface de distribution, son agencement et son assortiment ;
- d'identifier les procédés d'étiquetage les plus courants ;
- d'identifier les principaux pictogrammes, symboles, y compris les moyens usuels liés à l'étiquetage de produits et les logos qui désignent les matières dangereuses ;
- d’identifier les mesures de sécurité et d’hygiène en vigueur ainsi que les mesures de protection contre le vol ;
- d’identifier des éléments permettant de contribuer à l'image de marque d'une entreprise commerciale : communication en présence de la clientèle, importance de l'hygiène et de la tenue vestimentaire … ;

au moyen d'exercices simples, notamment des jeux de rôles, portant sur des produits de grande consommation et des services classiques choisis par le chargé de cours et/ou par l'étudiant pour différents types de magasin, dans le respect de consignes données,

- de procéder à une vente complète notamment en :
  - accueillant le client,
  - recherchant les désirs du client,
  - présentant un produit,
  - écoutant les objections du client et en y répondant,
  - concluant la vente voire une vente additionnelle,
  - précisant les modalités du service après-vente,
  - prenant congé du client ;

4.2 En techniques d'approvisionnement et de distribution

A partir de situations issues de la vie professionnelle,
sur base de documents commerciaux, adaptés au niveau d'études,

- d'identifier et de décrire différents circuits de distribution et de préciser le rôle des différents intermédiaires ;
- de différencier et de compléter les principaux documents liés à l'approvisionnement : feuille de route, avis d'arrivée, bon de commande, bon de livraison, facture … ;
- d'en identifier les mentions indispensables et d'en préciser le(s) destinataire(s) ;
- de relever les précautions à prendre en matière de manipulation des marchandises (déballage, vérification de l'état de la marchandise, manipulation particulière du matériel fragile) ;
- de repérer la procédure de stockage (plan d'implantation, codes, produits périssables et fragiles, emballages, etc.) et les méthodes de rotation.

5 CONSTITUTION DES GROUPES OU REGROUPEMENT

Aucune recommandation particulière.

6 CHARGE DE COURS

Le chargé de cours sera un enseignant ou un expert.

L'expert devra justifier de compétences particulières issues d'une expérience professionnelle actualisée en relation avec la charge de cours qui lui est attribuée.

7 HORAIRE MINIMUM DE L'UNITE D'ENSEIGNEMENT

7.1. Dénomination des cours	**Classement des cours**	**Code U**	**Nombre de périodes**
Techniques de vente	CT	S	120
Techniques d'approvisionnement et de distribution	CT	S	40
7.2. Part d'autonomie		P	40
Total des périodes			**200**