

# Sommaire

DOSSIER	COMPÉTENCES PROFESSIONNELLES	SAVOIRS ASSOCIÉS
<b>Partie 1 Le développement personnel</b>		
<b>1 Le bilan personnel</b> 	<b>5</b> <b>C.3.2.7.</b> S'autoévaluer en situation de communication ■ Objectif bac : épreuve E1	<b>S.3.1.1.</b> Les dimensions de la communication <b>S.3.2.2.</b> La communication au sein de l'équipe de l'unité commerciale
<b>2 La recherche d'emploi</b> 	<b>17</b> <b>C.3.</b> Vendre ■ Objectif bac : épreuve E2	
<b>3 Les éléments d'une intégration réussie</b> 	<b>29</b> <b>C.3.2.7.</b> S'autoévaluer en situation de communication ■ Objectif bac : épreuve E1	<b>S.3.1.1.</b> Les dimensions de la communication <b>S.3.2.2.</b> La communication au sein de l'équipe de l'unité commerciale
<b>Partie 2 La mercatique point de vente</b>		
<b>4 La clientèle</b> 	<b>41</b> <b>C.3.1.3.</b> Qualifier la clientèle → Rechercher et sélectionner les informations relatives au profil de la clientèle de la zone de chalandise ■ Objectif bac : épreuve E3	<b>S.1.1.1.</b> Le marché → La clientèle <b>S.1.1.2.</b> La demande appliquée au point de vente → La clientèle de l'unité commerciale → L'environnement de la demande
<b>5 La politique de produits et de services</b> 	<b>53</b> <b>C.3.1.1.</b> Exploiter l'offre commerciale → Situer la place d'un produit dans l'offre commerciale ■ Objectif bac : épreuve E2	<b>S.1.1.3.</b> L'assortiment <b>S.1.2.1.</b> Les biens et les services
<b>6 Le marché et le plan de marchéage</b> 	<b>65</b> <b>C.3.1.1.</b> Exploiter l'offre commerciale → Rechercher et sélectionner les informations relatives aux produits → Situer la place d'un produit dans l'offre commerciale → Comparer l'offre du point de vente avec celle de concurrents ■ Objectif bac : épreuve E1	<b>S.1.1.1.</b> Le marché <b>S.1.1.2.</b> La demande appliquée au point de vente <b>S.1.1.3.</b> L'offre de l'unité commerciale <b>S.1.2.</b> Le plan de marchéage de l'unité commerciale
<b>7 La communication et le positionnement de l'unité commerciale sur son marché local</b> 	<b>77</b> <b>C.1.2.2.</b> Informer la clientèle <b>C.3.1.1.</b> Exploiter l'offre commerciale ■ Objectif bac : épreuve E3	<b>S.1.2.4.</b> Les différentes formes de communication commerciale pour un point de vente <b>S.1.1.3.</b> Le positionnement de l'unité commerciale sur le marché
<b>Partie 3 La mercatique produit</b>		
<b>8 L'offre produit</b> 	<b>89</b> <b>C.3.1.1.</b> Exploiter l'offre commerciale → Situer la place d'un produit dans l'offre commerciale → Comparer l'offre du point de vente avec celles des concurrents dans la zone de chalandise ■ Objectif bac : épreuve E2	<b>S.1.1.1.</b> Le marché → L'offre <b>S.1.1.3.</b> L'offre de l'unité commerciale → Le positionnement de l'unité commerciale sur le marché → L'assortiment <b>S.1.2.1.</b> Les produits → Les biens et les services <b>S.1.4.</b> La mercatique appliquée à un produit → Le cycle de vie du produit
<b>9 La fiche technique et l'argumentaire</b> 	<b>101</b> <b>C.3.1.1.</b> Exploiter l'offre commerciale → Rechercher et sélectionner les informations relatives aux produits <b>C.3.1.2.</b> Exploiter tout ou partie d'un argumentaire ■ Objectif bac : épreuve E3	<b>S.1.1.1.</b> Le marché <b>S.1.1.3.</b> L'offre de l'unité commerciale <b>S.3.6.</b> La communication appliquée à la vente

## Partie 4 La communication vente

### 10 La prise en charge du client



**Nature & Découvertes**  
natureetdecouvertes.com

113

**C.3.2.1.** Effectuer la découverte du client  
→ Accueillir le client et établir le contact  
→ Pratiquer l'écoute active  
→ Rechercher les mobiles, motivations et freins exprimés  
→ Adopter l'attitude et le comportement adaptés au langage et au paralangage du client  
■ Objectif bac : épreuve E3

**S.3.1.2.** Les techniques de communication  
**S.3.2.1.** La communication face au client  
**S.3.6.** la communication appliquée à la vente  
→ L'accueil et la prise de contact  
→ La recherche des besoins et des motivations

### 11 L'argumentation et le traitement des objections



125

**C.3.1.2.** Exploiter tout ou partie d'un argumentaire  
**C.3.2.1.** Rechercher les mobiles, motivations et freins exprimés  
**C.3.2.3.** Argumenter et conseiller, traiter les objections  
■ Objectif bac : épreuve E3

**S.3.6.** L'entretien de vente en face à face

### 12 La conclusion de la vente

**GENEVIEVE LETHU**

137

**C.3.2.4.** Conclure la vente  
**C.3.2.5.** Conclure l'entretien de vente  
→ Proposer une vente additionnelle ou un service associé  
→ Réaliser les opérations d'encaissement  
→ Prendre congé  
■ Objectif bac : épreuve E3

**S.3.6.** L'entretien de vente en face à face

### 13 L'animation de l'équipe de vente



149

**C.3.2.7.** S'autoévaluer en situation de communication  
■ Objectif bac : épreuve E3

**S.3.2.1.** La communication face au client  
**S.3.2.2.** La communication au sein de l'équipe de l'unité commerciale

## Partie 5 La mercatique de fidélisation

### 14 L'étude de la satisfaction de la clientèle



161

**C.3.3.2.** Participer à la mesure de la satisfaction de la clientèle  
→ Renseigner un questionnaire proposé par la hiérarchie de l'unité commerciale  
→ Recueillir les informations et les exploiter  
→ Rendre compte  
■ Objectif bac : épreuve E1

**S.1.3.** La mercatique de fidélisation  
→ Les outils de mesure de la satisfaction  
**S.3.3.** La communication écrite professionnelle

### 15 La fidélisation de la clientèle



173

**C.3.3.1.** Participer aux actions de développement de la fidélisation de la clientèle  
→ Proposer des modalités de fidélisation de la clientèle  
→ Présenter au client les moyens de fidélisation  
■ Objectif bac : épreuve E1

**S.1.3.** La mercatique de fidélisation  
→ Les techniques de fidélisation  
**S.3.2.1.** La communication face au client

### 16 Le traitement des réclamations



185

**C.3.2.6.** Traiter les réclamations  
→ Gérer la relation conflictuelle  
→ Identifier la nature de la réclamation  
→ Formuler une réponse possible  
→ Rendre compte  
■ Objectif bac : épreuve E1

**S.1.3.** La mercatique de fidélisation  
→ Les techniques de mercatique après-vente  
**S.3.2.1.** La communication face au client  
→ Les situations de conflit

### 17 La mesure de la satisfaction et de la fidélisation de la clientèle



197

**C.3.2.6.** Participer à la mesure de la fidélisation et de la satisfaction de la clientèle  
→ Renseigner un questionnaire proposé par la hiérarchie de l'unité commerciale  
→ Recueillir les informations et les exploiter  
→ Rendre compte  
■ Objectif bac : épreuve E1

**S.1.3.** La mercatique de fidélisation  
**S.3.3.** La communication écrite professionnelle

## Se préparer à l'examen

### Cas n° 1 La fidélisation de la clientèle



209

**C.3.3.1.** Participer aux actions de développement de la fidélisation de la clientèle  
→ Proposer des modalités de fidélisation de la clientèle  
→ Présenter au client les moyens de fidélisation  
**C.3.3.2.** Participer à la mesure de la satisfaction de la clientèle  
→ Recueillir les informations et les exploiter  
→ Rendre compte  
■ Objectif bac : épreuve E1

**S.1.3.** La mercatique de fidélisation  
→ Les facteurs de fidélisation  
→ Les techniques de fidélisation  
→ Les outils de mesure de la satisfaction

### Cas n° 2 Le dossier produit



217

**C.3.1.2.** Exploiter tout ou partie d'un argumentaire  
■ Objectif bac : épreuve E3

**S.3.6.** La communication appliquée à la vente