

**Document
d'accompagnement
du référentiel
de formation**

Enseignement agricole
Formations grandeur nature



Inspection de l'Enseignement Agricole

Diplôme :
Seconde professionnelle Conseil-Vente

Module :
EP1 Techniques de vente

Objectif général du module :
Appliquer les techniques de vente et réaliser les tâches commerciales usuelles

Indications de contenus, commentaires, recommandations pédagogiques

Le module EP1 est commun au champ professionnel « Conseil-vente » : vente de produits de jardin ; vente d'animaux de compagnie et produits d'animalerie ; vente de produits alimentaires. Il permet de s'initier aux techniques de vente et aux tâches commerciales usuelles.

Il est fortement conseillé de solliciter la collaboration de professionnels de la vente dans la spécialité concernée pour conduire ce module. Les applications pratiques se font dans le cadre de la pluridisciplinarité et des stages.

Objectif 1 : S'approprier les techniques de vente

Cet objectif permet d'acquérir des savoirs et savoir-faire de base dans le domaine de la vente, d'adopter une « posture » de vendeur(se).

La visite d'un ou de plusieurs points de vente est fortement recommandée avant d'aborder cet objectif.

La mise en œuvre d'une pédagogie de la découverte (ou inductive) est recommandée.

Objectif 1.1- Analyser le comportement d'achat du consommateur sur le point de vente

Ce sous objectif ne doit pas être purement théorique, mais au contraire, faire l'objet d'un enseignement en lien direct avec le secteur professionnel.

A partir de situations professionnelles existantes : visites d'entreprises ou sur le site de l'établissement (s'il est fréquenté par des clients réels) :

- Découvrir les notions de besoin, motivation, attente, frein à l'achat (peur, inhibition),
- Identifier le prescripteur, le client type selon le produit,

- Repérer le profil du consommateur : connaisseur ou néophyte, hésitant, exigeant...
- Repérer les habitudes d'achat : fidélité, achat ponctuel,
- Repérer les attitudes des clients face aux critères d'achat : influence de la marque, du prix, du conditionnement, des offres promotionnelles,
- Différencier achat réfléchi, de routine et d'impulsion.

Cet objectif est réalisé en lien avec le module EP3. L'existence de motivations différentes selon que les produits sont inertes ou vivants est mise en évidence.

Objectif 1.2- Identifier les formes de vente et adapter les techniques de vente

Citer et reconnaître les principales formes de vente : traditionnelle (de contact), libre-service (pur et assisté), à distance (sans oublier l'e-commerce).

Caractériser les techniques de ventes selon ces trois formes afin de définir le rôle du vendeur.

Objectif 1.3- Utiliser les techniques de la négociation-vente

Il convient ici d'amener l'élève à adopter une attitude et une posture adaptée à la situation de vente. L'enseignant doit sensibiliser l'élève à l'identification et au repérage des différentes étapes de la négociation commerciale : accueil du client, recherche des besoins, argumentation/conseil de vente, vente additionnelle, réponse aux objections, conclusion de la vente.

Les jeux de rôle et les mises en situation pratique en liaison avec le module EP3 et les modules EG1, EG3 sont privilégiés.

L'enseignant présente les modalités de construction d'une fiche technique, comme support de la négociation. La fiche sera réalisée en pluridisciplinarité.

Objectif 2 : Assurer l'encaissement et réaliser les tâches comptables usuelles

La pédagogie mise en œuvre doit privilégier la mise en pratique.

Objectif 2.1- Tenir la caisse et réaliser l'encaissement des ventes

Il est souhaitable que l'élève soit en situation pratique réelle pour recevoir, rendre la monnaie et gérer sa caisse.

Il peut être amené à remplir des documents de vente.

La pluridisciplinarité ou la pratique encadrée seront l'occasion de mises en pratique.

Objectif 2.2- Identifier les différents modes de paiement

L'élève doit savoir identifier et repérer les modes et moyens de paiements : comptant, différé (fractionné ou non), espèces, chèque, carte bancaire.

Il doit savoir appliquer les remises éventuelles (notamment remise sur quantité).

L'intervention d'un professionnel peut aussi se concevoir : entreprise de vente ou banque.

Objectif 2.3- Identifier les principaux indicateurs de gestion commerciale

Il est nécessaire que l'élève soit en mesure de réaliser des calculs de bases manuellement ou à la machine :

- Calcul du prix de vente à partir du coefficient multiplicateur,
- Calcul du taux de marque, de marge,
- Calcul de TVA en fonction des différents taux,
- Ressortir la TVA à partir du prix de vente TTC.

L'élève doit pouvoir identifier la notion de démarque, et distinguer la notion de démarque du vivant, de celle de l'inerte, la démarque connue et inconnue.

Il faut amener l'élève à proposer des moyens concrets de limiter et de lutter contre ces démarques.

L'élève profitera de son stage pour se familiariser avec ces calculs.

En complément des actes d'encaissement, il est souhaitable de sensibiliser les élèves de façon pratique aux documents de fonctionnement du point de vente : Avec le responsable de secteur l'élève remplit ou complète les cadenciers, les bons de commande, les bons de réceptions, les factures...
Le choix des documents se fera en fonction de l'usage de la profession.

Références documentaires ou bibliographiques pour ce module

Perconte B., *50 fiches pour comprendre le marketing*, Bréal, 2008
Delerm S., Helfer J-P, Orsoni J., *Les bases du marketing*, Vuibert, 2006
Albertini, Th., Helfer J-P, Orsoni J., *Dictionnaire du marketing*, Vuibert 2008
Simon F-X, De Sousa M., *Management et gestion d'un point de vente*, Dunod 2008
Moulinier R., *Dictionnaire de la vente*, Vuibert 2005
Bringer M., Gaillard Y., *Lexique gestion, comptabilité, finance*, Foucher 2008
Les manuels scolaires de bac pro commerce peuvent utilement être consultés.