

1. Gestion de la relation commerciale

01	LES UNITÉS COMMERCIALES : DÉFINITION ET UNITÉS COMMERCIALES PHYSIQUES	9
	1. Définition et typologie des unités commerciales • 2. Les unités commerciales physiques et leurs méthodes de vente	
	Travaux dirigés	15
	Vers l'épreuve E5 Le commerce organisé ▶ Le choix d'une enseigne par un indépendant.....	17
02	LES UNITÉS COMMERCIALES : UNITÉS COMMERCIALES VIRTUELLES	19
	1. La vente à distance • 2. Les unités virtuelles • 3. La complémentarité physique-virtuel	
	Travaux dirigés	25
	Vers l'épreuve E5 Complémentarité physique-virtuel ▶ Tcheka.....	25
03	LA RELATION COMMERCIALE	27
	1. La relation commerciale • 2. Les contacts commerciaux • 3. La personnalisation et la pérennité de la relation commerciale • 4. Le marketing de la relation commerciale	
	Travaux dirigés	34
	Vers l'épreuve E5 Le marketing mobile ▶ ZHM.....	35
04	L'ORGANISATION MANAGÉRIALE DE L'UNITÉ COMMERCIALE	37
	1. La notion d'organisation managériale • 2. Le rôle du personnel en contact dans l'unité commerciale • 3. Le management de l'équipe commerciale • 4. Les emplois commerciaux	
	Travaux dirigés	43
	Vers l'épreuve E5 Le service client ▶ Jeune employé en GMS.....	46
05	L'ÉQUIPEMENT ET LA MAINTENANCE	47
	1. La notion d'équipement • 2. La diversité des équipements de l'unité commerciale • 3. La maintenance et l'entretien des équipements	
	Travaux dirigés	52
	Vers l'épreuve E5 L'acquisition de matériels ▶ Équipement informatique du magasin « Arts ménagers ».....	55
06	L'AGENCEMENT DE L'UNITÉ COMMERCIALE	57
	1. Les objectifs et les contraintes de l'agencement de l'unité • 2. L'agencement extérieur • 3. L'agencement intérieur	
	Travaux dirigés	64
	Vers l'épreuve E5 L'agencement d'un hyper ▶ Auchan.....	66
07	LA CLIENTÈLE DE L'UNITÉ COMMERCIALE	67
	1. La dimension géographique de la clientèle • 2. Les autres dimensions de la clientèle • 3. La segmentation de la clientèle • 4. L'utilisation des bases de données	
	Travaux dirigés	74
	Vers l'épreuve E5 Calcul du CA prévisionnel ▶ Ethnic Market (d'après un sujet d'examen).....	76
08	LE COMPORTEMENT DU CLIENT DANS L'UNITÉ COMMERCIALE	77
	1. Le choix de l'unité commerciale • 2. Le choix des produits • 3. La fidélisation	

	Travaux dirigés	85
	Vers l'épreuve E5 Le comportement des cybernautes ▶ Infoto.....	89
09	LA CONCURRENCE ET LES PARTENAIRES INSTITUTIONNELS DE L'UNITÉ COMMERCIALE	91
	1. Les concurrents locaux • 2. Les partenaires institutionnels	
	Travaux dirigés	97
	Vers l'épreuve E5 Le contexte de l'UC ▶ Analyse de la concurrence.....	99
10	LA VENTE, LA NÉGOCIATION ET LA RELATION DE SERVICE	101
	1. La relation de service • 2. Le rôle du personnel de contact dans la relation de service • 3. Le rôle des logiciels de GRC	
	Travaux dirigés	108
	Vers l'épreuve E5 Garantir le service ▶ L'après-vente.....	109
11	LA FIDÉLISATION DES CLIENTS	111
	1. La mercatique après-vente • 2. La satisfaction et la fidélisation	
	Travaux dirigés	118
	Vers l'épreuve E5 Scoring clients ▶ Laura.....	120
12	LA GESTION DE L'OFFRE DE L'UNITÉ COMMERCIALE	121
	1. L'offre de l'unité commerciale • 2. La construction de l'offre • 3. L'adaptation de l'offre de l'unité commerciale	
	Travaux dirigés	127
	Vers l'épreuve E5 Gérer une offre ▶ Bouquet de services chez Smartbox®.....	130
13	LES ACHATS ET LES APPROVISIONNEMENTS DE L'UNITÉ COMMERCIALE	131
	1. Les achats • 2. L'approvisionnement • 3. La gestion de la chaîne d'approvisionnement (<i>supply chain management</i>) • 4. Le suivi des approvisionnements et des stocks	
	Travaux dirigés	137
	Vers l'épreuve E5 Gestion des stocks et choix d'un fournisseur ▶ Les achats et approvisionnements.....	139
14	LES PRIX ET LES CONDITIONS COMMERCIALES	141
	1. La participation du prix à la construction de l'image prix de l'unité • 2. La fixation du prix des produits et des services • 3. Modulation et différenciation des prix	
	Travaux dirigés	148
	Vers l'épreuve E5 Prix et rentabilité ▶ Orchidée Bleue.....	150
15	LA MISE EN VALEUR DE L'OFFRE DE PRODUITS ET SERVICES	151
	1. Les enjeux de la mise en valeur de l'offre • 2. Les actions de l'unité pour mettre l'offre en valeur • 3. La mise en valeur de l'offre par l'aide à la clientèle	
	Travaux dirigés	156
	Vers l'épreuve E5 La mise en valeur de l'offre ▶ Votre unité commerciale.....	158
16	LE MARCHANDISAGE DE L'UNITÉ COMMERCIALE	159
	1. Les objectifs du merchandising • 2. L'optimisation des linéaires • 3. La gestion des linéaires	
	Travaux dirigés	164
	Vers l'épreuve E5 L'impact du merchandising ▶ Une nouvelle collection.....	167

17	LA COMMUNICATION DE L'UNITÉ COMMERCIALE	169
	1. Les enjeux de la communication locale • 2. Les médias et supports de la communication de l'unité • 3. Le choix de la communication commerciale de l'unité	
	Travaux dirigés	176
	Vers l'épreuve E5 Choix de la communication locale ▶ Ethnic Market.....	177
18	L'ÉVALUATION DES PERFORMANCES DE L'UNITÉ COMMERCIALE	179
	1. La mesure des performances de l'unité commerciale • 2. Les indicateurs de performance	
	Travaux dirigés	185
	Vers l'épreuve E5 Les performances commerciales ▶ Rayon Running Decathlon..	188
 2. La communication		
19	LA COMMUNICATION INTERPERSONNELLE	189
	1. Le contexte de la communication • 2. Les acteurs de la relation • 3. Les enjeux de la communication • 4. Les stratégies relationnelles	
	Travaux dirigés	194
	Vers l'épreuve E5 Les rituels ▶ Histoire de Mig.....	196
20	LA COMMUNICATION ORALE	197
	1. Une « grammaire » communicationnelle • 2. La communication non verbale • 3. La communication verbale	
	Travaux dirigés	202
	Vers l'épreuve E5 Le non-verbal ▶ Tous en scène !.....	204
21	LA CONNAISSANCE DE SOI ET DES AUTRES	205
	1. La perception sociale • 2. Valeurs, croyances, attitudes • 3. L'estime de soi	
	Travaux dirigés	210
	Vers l'épreuve E5 La fenêtre de Johari ▶ Ouvrir les volets !.....	212
22	LES COMPÉTENCES RELATIONNELLES	213
	1. L'affirmation de soi ou l'assertivité • 2. La capacité à comprendre l'autre : l'écoute active • 3. La capacité à convaincre l'autre : l'argumentation • 4. Les règles de savoir-vivre • 5. L'apparence physique : un élément de communication • 6. La capacité à gérer le stress	
	Travaux dirigés	218
	Vers l'épreuve E5 L'apparence physique ▶ La meilleure façon de marcher.....	220
23	SITUATIONS DE RELATION COMMERCIALE	221
	1. Accueillir le client • 2. Gérer les conflits	
	Travaux dirigés	226
	Vers l'épreuve E5 La gestion des conflits ▶ Comment déposer les armes ?.....	228
24	LA COMMUNICATION PROFESSIONNELLE EXTERNE (1)	229
	1. La lettre commerciale • 2. L'annonce-presse et le prospectus • 3. Le publipostage	
	Travaux dirigés	234
	Vers l'épreuve E5 Le e-mailing ▶ Campagne Volvo.....	236
25	LA COMMUNICATION PROFESSIONNELLE EXTERNE (2)	237
	1. Le guide d'entretien téléphonique (GET) • 2. Le site internet	

Travaux dirigés	242
Vers l'épreuve E5 L'analyse de sites internet ▶ Les entreprises du CAC 40.....	243
26 LA COMMUNICATION PROFESSIONNELLE INTERNE	245
1. Les outils de communication interne • 2. La conduite de réunion • 3. L'animation d'une réunion	
Travaux dirigés	250
Vers l'épreuve E5 Note et réunion ▶ Guadeloupe Distillerie.....	252
27 LA PRÉPARATION DE LA VENTE	253
1. La négociation • 2. La préparation de l'entretien de vente	
Travaux dirigés	258
Vers l'épreuve E5 Argumentaire ▶ Un micro-ondes.....	259
28 L'ENTRETIEN DE VENTE	261
1. La prise de contact • 2. La découverte • 3. L'argumentation • 4. Le traitement des objections • 5. La conclusion et la prise de congé	
Travaux dirigés	266
Vers l'épreuve E5 L'entretien de vente ▶ Un entretien réussi.....	267

Stages et missions

RÉUSSIR LES PÉRIODES EN ENTREPRISE	269
1. Modalités.....	269
2. Finalité.....	269
3. Le choix de l'union commerciale.....	270
4. Les premiers pas dans l'unité commerciale.....	271
5. L'immersion en entreprise.....	272
6. Le suivi des missions et activités réalisées.....	273
ORGANISER UNE OPÉRATION DE MERCATIQUE DIRECTE	275
RÉALISER UNE OPÉRATION DE TÉLÉPROSPECTION	277
RÉALISER UNE ANIMATION COMMERCIALE	279
ORGANISER UNE OPÉRATION DE COMMUNICATION PAR PROSPECTUS – ISA (FLYERS)	281
GÉRER UN FICHER CLIENT	283
METTRE EN VALEUR UNE OFFRE COMMERCIALE	285
ÉTUDIER LA ZONE DE CHALANDISE	287
RÉALISER UNE ÉTUDE DE SATISFACTION	289
RECHERCHER ET SÉLECTIONNER UN FOURNISSEUR	291
ORGANISER, PLANIFIER LE TRAVAIL DE L'ÉQUIPE COMMERCIALE	293
ORGANISER LA PRÉVENTION DES RISQUES	295
ANIMER UN SITE INTERNET	297
ASSURER LA VEILLE CONCURRENTIELLE	299
GÉRER UN RAYON	301
ORGANISER LES SOLDES	303

Épreuve d'ACRC

L'ÉPREUVE D'ACRC	305
1. Nature et objectif de l'épreuve	305
2. La forme de l'épreuve	305
3. Le dossier d'ACRC	306
4. L'organisation de l'épreuve	306
5. La 1 ^{re} partie de l'oral : l'expérience en entreprise	307
6. Le sujet préparé par le candidat	308
7. Les critères d'évaluation	310
RÉUSSIR L'ÉPREUVE D'ACRC	311
1. Préparer la situation problème – 45 minutes	311
2. Passer l'oral – 45 minutes	312
3. Communiquer efficacement	315
4. La gestion des documents	317
Index	320

Crédits photographiques

page 9, haut ph © Photothèque E. Leclerc
 page 9, bas ph © Linéaires
 page 57, Carrefour ph © Lionel Barbe
 page 59, PrixBas ph © Frederic Maigrot/Rea
 page 59, Auchan ph © Pascal Sittler/Rea
 page 101, Télévente ph © photolibrary.com
 page 101, Vente directe ph © ImageSource / age fotostock
 page 101, Caddy ph © Imagestate/Leemage
 page 101, Commerce électronique ph © Colin Anderson/Corbis
 page 121 ph © Gilles Rolle/REA
 page 151, Rayon multimédia ph © Denis/Rea
 page 156 ph © Linéaires