Les A4 Foucher

Employé de vente spécialisé options A et B
Employé de commerce multispécialités

c1 c2 c3 c4

Vendre

Corrigé

Yannick Cottineau
Aurore de Brincat
Nathalie Foyer
Professeurs de lycée professionnel

Coordination :
Pascal Roche
Inspecteur de l'Éducation nationale

FOUCHER

"Le photocopillage, c'est l'usage abusif et collectif de la photocopie sans autorisation des auteurs et des éditeurs.
Largement répandu dans les établissements d'enseignement, le photocopillage menace l'avenir du livre, car il met en danger son équilibre économique. Il prive les auteurs d'une juste rémunération.
En dehors de l'usage privé du copiste, toute reproduction totale ou partielle de cet ouvrage est interdite".

ISBN 978-2-216-10672-1

Toute reproduction ou représentation intégrale ou partielle, par quelque procédé que ce soit, des pages publiées dans le présent ouvrage, faite sans autorisation de l'éditeur ou du Centre français du Copyright (20 rue des Grands-Augustins, 75006 Paris), est illicite et constitue une contrefaçon. Seules sont autorisées, d'une part, les reproductions strictement réservées à l'usage privé du copiste et non destinées à une utilisation collective, et, d'autre part, les analyses et courtes citations justifiées par le caractère scientifique ou d'information de l'œuvre dans laquelle elles sont incorporées (loi du 1er juillet 1992 - art. 40 et 41 et Code pénal - art. 425).

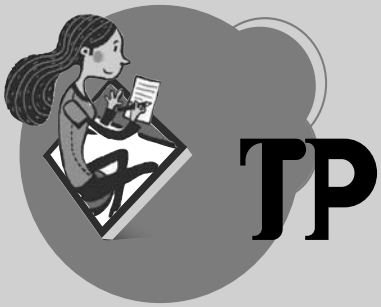
© Éditions Foucher, Vanves, 2008

58 rue Jean Bleuzen – 92178 Vanves Cedex

Sommaire

Chapitre	Page
1 Le personnel du point de vente **TP** Identifier le personnel du point de vente › Simply market **TP+** Connaître son métier › Géant Casino	 5 8
2 Les méthodes de vente **TP** Identifier les différentes méthodes et techniques de vente › Megashop **TP+** Découvrir de nouvelles méthodes de vente › Fnac	 9 10
3 La classification des produits **TP** Classifier les produits d'après la nomenclature du magasin › Athletic Sports **TP+** Situer les produits dans les familles et créer un système de codification › La crème des souliers	 12 14
4 L'assortiment du point de vente **TP** Identifier et caractériser l'assortiment d'un magasin › IKEA **TP+** Comparer les assortiments de deux concurrents › IKEA	 16 19
5 Le circuit de distribution **TP** S'approvisionner en produits biologiques › Épinature **TP+** Découvrir la création de collections chez H&M › H&M	 21 23
6 L'hygiène et la sécurité **TP** Se protéger et protéger les autres › Carrefour **TP+** Garantir la fraîcheur et la propreté… › Champion	 25 28
7 La réception des produits **TP** Vérifier la marchandise › Jules **TP+** Ne rompez pas la chaîne ! › Super U	 30 33
8 La vérification des marchandises **TP+** Gérer les erreurs de livraison › Institut Aurélie **TP+** Vérifier la conformité d'une livraison › Match	 34 37
9 Le rangement des produits en réserve **TP** Ranger chaque chose à sa place › Auchan **TP+** Emballer c'est pesé ! › Super U	 39 41
10 La mise en rayon **TP** Mettre en rayon la collection Rouge & Rose › Tip-top **TP+** Monter le rayon Charcuterie à la coupe › Super U	 43 45
11 Le stock et le suivi des stocks **TP** Enregistrer les livraisons › JouéClub **TP+** Mettre à jour le cadencier › JouéClub	 47 49
12 L'étiquetage des produits **TP** étiqueter les soldes › Camaieu **TP+** Lire une étiquette produit › E. Leclerc	 51 53
13 La fiche technique du produit **TP** Connaître un nouveau produit › Banette **TP+** Connaître ses produits › Défimode	 55 57
14 L'implantation des rayons dans le magasin **TP** Consulter le plan d'implantation du magasin Surcouf › Surcouf **TP+** Adopter un nouvel aménagement › Sport 2000	 59 61
15 La présentation marchande des produits **TP** Améliorer la présentation marchande › Picwic **TP+** Calculer une capacité linéaire › Picwic	 62 65
16 Le mobilier de vente **TP** Choisir un mobilier adapté aux fruits et légumes › Champion	 66
17 L'installation des promotions **TP** Mettre en avant la « fête de l'été » › Bricomarché **TP+** Respecter la réglementation › Auchan	 68 71
18 La démarque **TP** Identifier la démarque › Auchan **TP** Évaluer la démarque promotionnelle › Super U	 73 75
19 La lutte contre la démarque **TP** Lutter contre la démarque › Shopi **TP+** Lutter contre la démarque au poste caisse › Carrefour	 77 79
20 La préparation de la commande **TP** Préparer la commande de fromages de chèvre › Super U **TP** Préparer la commande de bouchées au chocolat › Shopi **TP+** Préparer la commande de Levi's 571 › Why ?	 80 82 84

Chapitre	Page
21 La commande	
TP Réassortir le rayon traiteur › Coccimarket	86
TP Passer une commande par réseau informatique › Atac	88
TP Commander par téléphone › L'Orchidée	90
22 L'accueil du client	
TP Repérer les éléments d'accueil › Auchan	92
TP+ Adopter une attitude d'accueil › D'or et d'argent	94
23 La recherche des besoins du client	
TP Renseigner un touriste sur des produits du terroir › Au délice des bruyères	96
TP+ Rechercher les besoins du client, lui faire préciser sa demande › Darty	98
24 L'argumentation	
TP Présenter le bon produit › Darty	100
TP+ Argumenter › Décathlon	102
25 La réponse aux objections	
TP Identifier les objections et y apporter une réponse › Saveur des vins	104
TP+ Répondre aux objections d'un client › Décathlon	106
26 La conclusion de la vente	
TP Conclure une vente › Décathlon	107
TP+ Prendre congé › Jules	109
27 L'encaissement	
TP Adopter une bonne posture › Atac	111
TP+ Vérifier la caisse... › Champion	113
28 Les supports d'information	
TP Identifier les supports d'information Auchan › Auchan	115
29 Les services à la clientèle	
TP Découvrir les services chez Megashop › Megashop	118
TP+ Prendre une commande client › Le grand large	121
30 Le fichier clients et son exploitation	
TP Créer un fichier client › Cadéo	123
31 Le traitement des réclamations	
TP Gérer les retours de la clientèle › Tip-top	125
TP+ Découvrir les services d'une enseigne › Match	127
32 La fidélisation	
TP Présenter une carte de fidélité › Monoprix	129
TP Réaliser les opérations liées à la carte de fidélité › Monoprix	130
TP+ Repérer les diverses techniques de fidélisation › Monoprix	132
Prep'exam 1	
Caractériser le point de vente, le rayon › Monoprix	133
Prep'exam 2	
Ranger les produits › Megashop	135
Prep'exam 3	
Mettre en place une action promotionnelle › Écomarché	137
Prep'exam 4	
Lutter contre la démarque › Shopi	139
Prep'exam 5	
Réassortir le rayon › Auchan	141
Prep'exam 6	
Mettre en rayon la livraison › Kiabi	143
Prep'exam 7	
Préparer une promotion › Bijou de rêve	145
Prep'exam 8	
Aider au suivi de l'assortiment › Décathlon	147
Prep'exam 9	
Passer une commande › Ballet de fées	149
Prep'exam 10	
Préparer une action d'animation › Minitoys	151
Prep'exam 11	
Commenter un schéma d'implantation de rayon › Super U	153
Voca'test 1	157
Voca'test 2	158
Voca'test 3	159
Voca'test 4	160



TP Identifier le personnel du point de vente

CAP	COMPÉTENCES	SAVOIRS ASSOCIÉS
EVS option A	**C.2.2.5.** Maintenir l'attractivité du point de vente • Soigner sa tenue professionnelle	**S.2.1.1.** Le point de vente • Le personnel de vente
EVS option B	**C.2.2.4.** Maintenir l'attractivité du point de vente • Soigner sa tenue professionnelle	**S2.5.** L'attractivité du point de vente : • L'ambiance du point de vente
ECMS	**C.3.1.** Accueillir et aider le client dans l'espace de vente • La tenue professionnelle répond aux exigences du point de vente	**C.2.2.5.** Maintenir l'attractivité du point de vente • Soigner sa tenue professionnelle • L'organisation humaine • L'organigramme simple • L'équipe de vente

› À partir de vos recherches Internet :

1 Reliez les postes existants aux différents métiers correspondants (annexe 1, relier la colonne 1 à la colonne 2).

2 Reliez les métiers aux descriptifs correspondants (annexe 1, relier la colonne 2 à la colonne 3).

© Éditions Foucher

annexe

1 Nos métiers en magasin

Postes	Métiers	Descriptif des postes
Managers	Employé commercial Fruits et légumes, Épicerie, Liquide, Hygiène…	**Sophie :** « Ma mission ? Manager mes équipes, développer la relation clientèle et accroître le chiffre d'affaires de mon magasin. Ce que j'aime chez Simply Market ? La liberté d'initiative qui nous est offerte. On nous laisse agir et décider en toute autonomie. J'ai trouvé ici un terrain d'expression à la hauteur de mes aspirations. »
	Manager de rayon	**Salvatore :** « Ce que j'aime dans mon métier ? Fournir un conseil adapté à ma clientèle car je connais bien les produits de mon rayon. J'ai une clientèle que j'ai fidélisée au fur et à mesure. » **Ses qualités** : véritable professionnel des métiers de bouche et très à l'écoute, Salvatore a de vraies qualités relationnelles et sait créer un contact de proximité avec ses clients.
Employés	Hôtesse de caisse	**Michelle :** « J'oriente et je conseille dans le magasin grâce à ma connaissance des produits. Je m'assure en permanence de la présentation de mon rayon ainsi que du réapprovisionnement des produits. » **Ses qualités** : son goût du service client, sa réactivité et sa rigueur.
	Directeur de magasin	**Agnès :** « J'accueille les clients et je les renseigne au moment de leur passage en caisse. Et j'enregistre leurs achats ». **Ses qualités** : dynamique et toujours souriante, elle a un excellent contact avec la clientèle et fait toujours preuve de rigueur.
	Vendeur Boucherie, Poissonnerie, Boulangerie, Crèmerie, Fromage à la coupe	**Sergio :** « Ce qui m'intéresse dans ma mission ? C'est d'être entièrement responsable des résultats et de la bonne organisation de mon rayon. En permanence, je fourmille d'idées pour organiser les opérations commerciales et ce, avec l'aide de mon équipe dont j'ai la responsabilité. Pour tout ça, je m'appuie sur l'expertise et les conseils de mon directeur de magasin. » **Ses qualités** : organisé et rigoureux, Sergio dispose également d'une grande capacité d'analyse et d'écoute.

Source : www.simplymarket.com

© Éditions Foucher

❸ **Replacez les membres du personnel cités dans l'annexe 1 dans l'organigramme (annexe 2).**

❹ **Entourez le poste qui correspond le plus à l'emploi auquel correspond votre diplôme (annexe 2).**

À adapter en fonction du diplôme préparé.

❺ **À l'aide de l'annexe 1 et de vos connaissances, déterminez les qualités requises pour exercer le métier entouré dans l'annexe 2.**

Les qualités requises :

– souriant ;

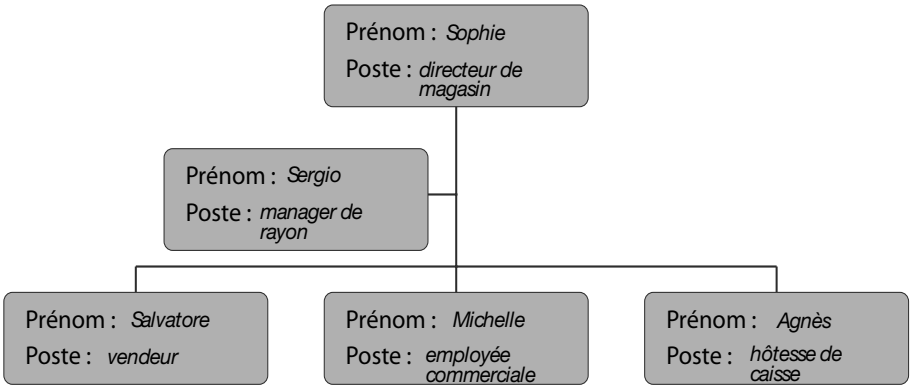
– aimable ;

– présentable…

Accepter toutes propositions cohérentes.

2 L'organigramme Simply Market

annexe



❻ **Critiquez les attitudes et tenues vestimentaires de chacun des employés présentés (annexe 3).**

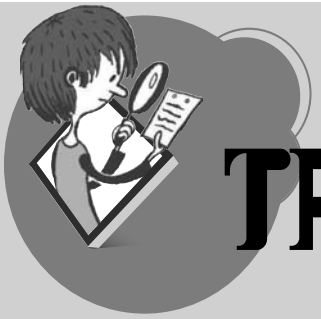
3 Analyse des attitudes et des tenues des employés

annexe

Employés	Points positifs	Points négatifs
Michelle	*– Souriante* *– Port du badge* *– Dynamique…*	*– Coiffure* *– Blouse mal fermée…*
Salvatore	*– Tenue : chemise + cravate* *– Badge* *– Souriant…*	*– Coiffure…*

Accepter toutes réponses cohérentes.

© Éditions Foucher



Le personnel du point de vente

chapitre 1

TP+ Connaître son métier

Géant Casino

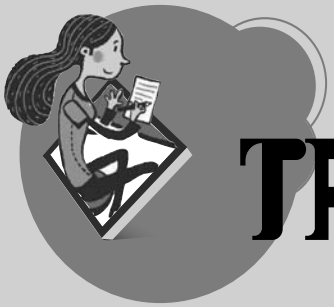
À partir de l'enquête ci-dessous document, analysez les métiers d'employé commercial et de vendeur en grande distribution (annexe à compléter).

annexe

Analyse du métier d'employé commercial et de vendeur en grande distribution

En grande distribution…	Réponses
1. En majorité, combien de temps un employé/un vendeur reste-t-il ?	– En hypermarché : *10-19 ans* – En supermarché : *1-4 ans* – En supérette : *1-4 ans* – En maxi discompte : *1-4 ans* – En magasin spécialisé : *1-4 ans*
2. Quelle part représentent ?	– Les employés commerciaux : *52 %* – Les vendeurs : *13 %*
3. Quel est le sexe le plus représenté (en %) ?	– En hypermarché : *hommes* – En supermarché : *femmes* – En supérette : *femmes* – En maxi discompte : *femmes* – En magasin spécialisé : *hommes*
4. Quel est, en moyenne, le temps de travail d'un employé/d'un vendeur ?	– En hypermarché : *35 h 00* – En supermarché : *< 30 h 00* – En supérette : *35 h 00* – En maxi discompte : *36-39 h 00* – En magasin spécialisé : *35 h 00*
5. Quels types d'horaires sont le plus souvent imposés ?	– En hypermarché : *avant 7 h 00* – En supermarché : *avant 7 h 00* – En supérette : *horaires coupés* – En maxi discompte : *avant 7 h 00* – En magasin spécialisé : *horaires coupés*
6. Les horaires prévus dans le contrat sont-ils souvent dépassés ?	*Rarement (sauf maxi discompte : « assez souvent »).*
7. Quelles sont, selon vous, les plus importantes contraintes physiques subies par l'employé/le vendeur ?	*(Réponses qui varient en fonction de chacun des élèves).*
8. Quelles sont les principales tâches effectuées par l'employé/le vendeur (par ordre d'importance) ?	*1. Mise en rayon.* *4. Vente.* *2. Commandes.* *5. Manutention.* *3. Fabrications, conditionnements.* *6. Nettoyage.*
9. Ce métier correspond-il à vos attentes ? (Justifiez votre réponse.)	*Réponse personnelle et individuelle.*

© Éditions Foucher



TP Identifier les différentes méthodes et techniques de vente

CAP	COMPÉTENCES	SAVOIRS ASSOCIÉS
EVS option A	**C.2.1.1.** Repérer les caractéristiques du point de vente alimentaire • Identifier les différentes méthodes de vente	**S.2.1.1.** Le point de vente • Les méthodes de vente

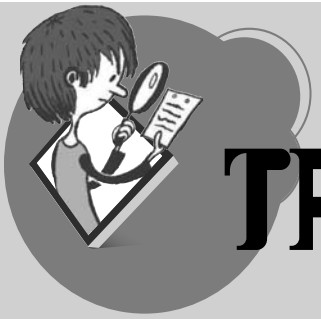
1 Identifiez les méthodes et techniques de vente utilisées dans le magasin (documents 1 et 2, annexe).

annexe

Les méthodes et techniques de vente chez Megashop

Activité/rayon	Méthode de vente	Technique de vente correspondante
Mega photos	*Vente à distance*	*Vente électronique*
Fromages à la coupe	*Vente de contact*	*Vente sur stand*
Le traiteur Megashop	*– Vente de contact* → *– Vente traditionnelle* *– Vente à distance* → *– Vente par téléphone*	
Liquides	*Vente visuelle*	*LSI (libre-service intégral)*
Mega Or	*Vente de contact*	*Vente traditionnelle*
Téléphonie	*Vente de contact*	*Vente traditionnelle*
Megamusic.com	*Vente à distance*	*Vente électronique*
Megashop.fr	*Vente à distance*	*Vente électronique*

© Éditions Foucher



TP+ Découvrir de nouvelles méthodes de vente

fnac

1 Après avoir lu les documents 1 et 2, complétez l'annexe 1.

annexe 1

Le e-commerce

Questions	Réponses
Que signifie le terme e-commerce ?	*Electronic commerce = commerce électronique.*
En quoi consiste le e-commerce ?	*Un site Web propose d'acheter des produits en ligne : le client choisit ses produits et les reçoit.*
Par quel moyen les clients prennent-ils possession de leurs achats ?	*Réception par la poste.*
Comment le client peut-il régler ses achats ?	*Carte bancaire, chèque et virement.*
Comment se porte le site de la Fnac.com ? Justifiez votre réponse.	*Santé florissante : 189 millions d'euros en 2005.*
Comment le site se positionne-t-il sur le marché par rapport aux autres magasins du groupe ?	*Parmi les magasins les plus importants du groupe. Premier établissement de la chaîne en 2007.*

2 À partir du document 3 et de votre réflexion personnelle, complétez l'annexe 2.

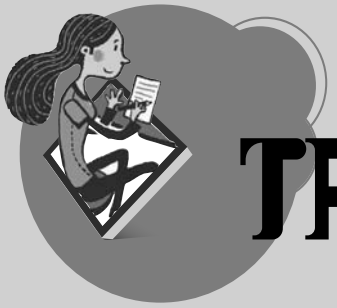
© Éditions Foucher

2 Le v-commerce

Définition du v-commerce	*V-commerce = Virtuel commerce.* *Commerce Virtuel en 3D qui permet aux marques de présenter leurs pr duits d'un grand nombre de façons différentes (ex. : le client peut comb ner les articles qu'il choisit puis les essayer).*	
Fonctionnement du v-commerce	*Le consommateur se balade sur le Web pour choisir ses produits : il pe essayer, créer un produit, se balader dans trois catalogues en mêm temps.*	
Avantages du v-commerce*	**Pour la marque**	**Pour le client**
	– Représentation des produits de façon différente, mise en valeur du produit. *– Augmentation des ventes…*	*– Représentation détaillée du pr duit.* *– Beaucoup de liens pour accéder des fournisseurs différents.*
Inconvénients du v-commerce*	*– Coût.* *– Mises à jour régulières.* *– Entretien…*	*– Le client ne peut toucher le pr duit.* *– Représentation approximative d produit.* *– Déception des clients…*

**Accepter toute réponse cohérente.*

© Éditions Foucher



TP Classifier les produits d'après la nomenclature du magasin

ATHLETIC SPORTS

CAP	COMPÉTENCES	SAVOIRS ASSOCIÉS
EVS option A	**C.2.1.2.** Identifier l'assortiment, les familles de produits alimentaires	**S.2.1.1.** Le point de vente • L'assortiment du point de vente : principe de classement des produits
EVS option B	**C.2.1.1.** Identifier l'assortiment	**S.2.1.** Le point de vente • L'assortiment du point de vente : principe de classement des produits **S.2.2.** L'assortiment : la classification des produits
ECMS	**C.2.1.** Approvisionner le rayon, le linéaire • Préparer la mise en rayon, le cas échéant, selon l'organisation de l'entreprise • Remplir le linéaire, ranger les produits	**S.2.1.** Les familles de produits • Principales classes de familles selon nomenclature

1 Codez les nouveaux produits à partir de la nomenclature du magasin (documents 1 et 2, annexe colonnes 1 et 2).

2 Déterminez une autre caractéristique des produits qui peut être codifiée.

Caractéristique à codifier : *la marque*

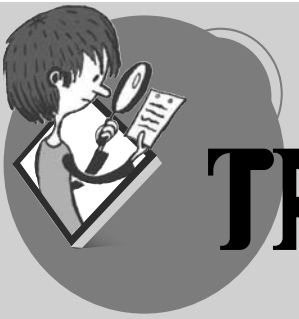
3 Donnez un code numérique à cette caractéristique pour chacun des produits dans l'annexe (colonne 3).

4 Attribuez le code final à chacun des nouveaux produits (annexe colonne 4).

La codification des produits

❶ Désignation des produits et marque		❷ Codification d'après nomenclature			❸ Code caractéristique supplémentaire	❹ Code à attribue
		Groupe	Famille	Sous-famille		
1	*Mervina Arena*	*A*	*01*	*02*	*1*	*A01021*
2	*Cruzeiro Umbro*	*B*	*04*	*01*	*2*	*B04012*
3	*Tempo Runner femme Reebok*	*C*	*09*	*02*	*3*	*C09023*
4	*Short team homme Adidas*	*B*	*05*	*02*	*4*	*B05024*
5	*Raquette de tennis de table Smash*	*E*	*15*	*01*	*5*	*E15015*
6	*Sac banane The North Face*	*F*	*19*	*01*	*6*	*F19016*

© Éditions Foucher



TP+ Situer les produits dans les familles et créer un système de codification

La Crème des Souliers

1. **Regroupez les produits de manière à créer cinq familles de produits (document, annexe 1 ❶).**
2. **Attribuez un code numérique à deux chiffres à chacune des familles (annexe 1 ❷).**

doc

Extrait du catalogue des chaussures femme

Les chaussures femmes peuvent être regroupées autour de différentes familles : ballerines, chaussures à lacets...

	Loutra de **By Les Souliers** Code : *12 BLS*		Caporal Boro de **Casual Place** Code : *33 CP*
	Spoon noir de **Palmigas** Code : *21 P*		Ganesh de **Benchmark** Code : *44 B*
	Grosby G noir de **By Les Souliers** Code : *33 BLS*		Izzy beige noir de **Richard Brand** Code : *12 RB*
	Alleluia Kiara de **Casual Place** Code : *21 CP*		Moongate de **Alaplaya** Code : *44 A*

© Éditions Foucher

1 Les familles de produits dans l'univers femme

annexe

	❶		❷
	Familles	**Références**	**Code numérique attribué**
①	*Ballerines*	– *Loutra* – *Ballerines*	*12*
②	*Chaussures à lacets*	– *Spoon noir* – *Alleluia kara*	*21*
③	*Bottes*	– *Caporal Boro* – *Grosby G noir*	*33*
④	*Tongs*	– *Ganesh* – *Mongate*	*44*

❸ **Déterminez les six sous-familles à créer (document, annexe 2 colonne ❶).**

❹ **Attribuez un code lettre à chacune des sous-familles, en prenant en compte les initiales des marques (annexe 2, colonne ❷).**

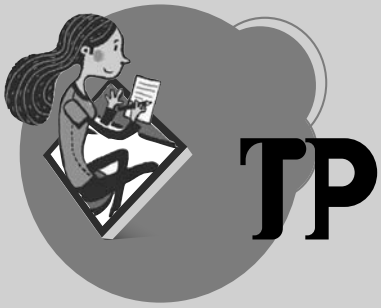
2 Les sous-familles de produits dans l'univers femme

annexe

❶	❷
Sous-familles	**Code**
① *By Les Souliers*	*BLS*
② *Casual Plage*	*CP*
③ *Palmigas*	*P*
④ *Benchmark*	*B*
⑤ *Richard Brand*	*RB*
⑥ *Alaplaya*	*A*

❺ **Codifiez chacun des produits d'après le système de codification alphanumérique que vous avez mis en place précédemment (document à compléter).**

© Éditions Foucher



TP Identifier et caractériser l'assortiment d'un magasin

CAP	COMPÉTENCES	SAVOIRS ASSOCIÉS
EVS option A	**C.2.1.2.** Identifier l'assortiment, les familles de produits alimentaires	**S.2.1.1.** Le point de vente • L'assortiment du point de vente
EVS option B	**C.2.1.1.** Identifier l'assortiment	**S.2.1.** Le point de vente • L'assortiment du point de vente **S.2.2.** L'assortiment

1 Identifiez les familles de produits (annexe 1) et reportez leur nombre en annexe 2 1.

2 Comptabilisez le nombre de sous-familles de produits pour chacune des familles (annexe 1 1 et annexe 2 2 à compléter).

3 Déterminez le nombre de références (annexe 2 3 à compléter).

4 Caractérisez l'assortiment du magasin en justifiant votre réponse (annexe 2 4).

© Éditions Foucher

1 Tous les produits

Meubles de rangement
Bibliothèques
Éléments et buffets
Étagères
Blocs de classement
Caissons à tiroirs
Systèmes de rangement
Tablettes et consoles

243 références

Famille n° 1 *Meubles de rangement*	1
	7

Solutions TV et Hifi
Solution TV
Rangement CD et DVD

49 références

Famille n° 2 *Solutions TV & hifi*	1
	2

Petit rangement
Boîtes
Corbeilles et paniers
Rangement
Entretien linge et vêtements

446 références

Famille n° 3 *Petit rangement*	1
	4

Canapés et fauteuils
Canapés et fauteuils en tissu
Canapés et fauteuils cuir et/ou croûte de cuir
Convertibles
Chaises en rotin

256 références

Famille n° 4 *Canapés et fauteuils*	1
	4

Tables et bureaux
Tables à manger
Tables basses et tables d'appoint
Bureaux
Dessertes informatiques
Plateaux et pieds de table

109 références

Famille n° 5 *Tables et bureaux*	1
	5

Chaises
Chaises pour coin repas
Chaises de bureau
Chaises pliantes et empilables
Tabourets et bancs

95 références

Famille n° 6 *Chaises*	1
	4

Cuisiner et manger
Préparer et ranger
Cuisiner
Dresser la table
Servir
Manger et boire
Café et thé
Pour faire la vaisselle et nettoyer
IKEA startbox

669 références

Famille n° 7 *Cuisine et manger*	1
	8

Entretien meubles et ferrures
Entretien meubles
Outils et accessoires

18 références

Famille n° 8 *Entretien meubles et ferrures*	1
	2

Cuisine
Cuisines encastrables
Éléments de cuisine indépendants
Îlots et dessertes
Plans de travail
Éviers et robinets
Étagères pour cuisine
Appareils électroménagers

152 références

Famille n° 9 *Cuisine*	1
	7

Meubles de salle de bain
Éléments et étagères
Lavabos et robinets

158 références

Famille n° 10 *Meubles de SDB*	1
	2

Rangement vêtements
Armoires-penderies
Systèmes de rangement vêtements
Commodes
Organiseurs vêtements et chaussures
Coiffeuses

142 références

Famille n° 11 *Rangement vêtements*	1
	5

IKEA des petits
Tout pour bébé
Dormir
Manger
Rangement
Jouer
Produits sécurité
Textiles enfant
Décoration enfant

454 références

Famille n° 12 *Ikea des petits*	1
	8

Luminaires
Lampadaires
Lampes de table
Appliques
Suspensions et plafonniers
Abat-jour, pieds et câbles
Éclairage meubles
Luminaires salle de bain
Éclairage enfant
Ampoules et accessoires

354 références

Famille n° 13 *Luminaires*	1
	9

Décoration et miroirs
Décorations murales
Miroirs
Horloges
Bougeoirs et bougies
Pots et plantes
Vases et fleurs
Corbeilles et paniers
Séparateurs de pièce et rideaux
Objets déco, saladiers et plats
Papier cadeau

589 références

Famille n° 14 *Décoration et miroirs*	1
	10

Sols
Sols stratifiés
Sols en bois
Dalles de sol
Accessoires sol

32 références

Famille n° 15 *Sols*	1
	4

© Éditions Foucher

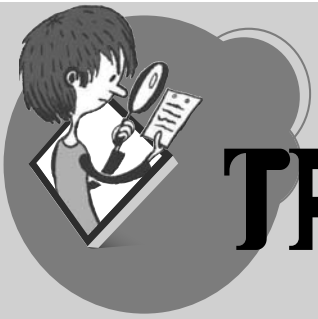
Textiles et tapis Linge de lit Couettes et oreillers Tapis Rideaux et stores Tissus au mètre et accessoires de couture Coussins et plaids Textiles de bain Textiles pour la cuisine et la table 591 références		**Pour vos animaux de compagnie** Manger et ranger Dormir et être bien Se promener et jouer 43 références		**Lits et matelas** Lits Matelas et sommiers Tout pour le lit 83 références	
Famille n° 16 *Textiles et tapis*	❶	Famille n° 17 *Animaux de compagnie*	❶	Famille n° 18 *Lits et matelas*	❶
	8		*3*		*3*

2 Les caractéristiques de l'assortiment IKEA

annexe

Largeur	❹ Caractéristiques de l'assortiment	❹ Justifications
❶ Nombre de familles : *18* ❷ Nombre de sous-familles : *95*	*Large*	*A priori, beaucoup de familles et de sous-familles, l'assortiment est complet.*
Profondeur		
❸ Nombre de références : *4483*	*Profond*	*De nombreuses références.*

© Éditions Foucher



TP+ Comparer les assortiments de deux concurrents

IKEA®

1 Classez les familles de produits Fly d'après la nomenclature Ikea (annexe 2), et indiquez les noms des familles correspondantes sur l'annexe 1.

2 Comparez les assortiments des deux magasins après avoir complété l'annexe 2.

1 Tous les produits Fly

annexe

Salons	Banquettes-lits (13 réf.) Famille Canapés et fauteuils*	Fauteuils/poufs (16 réf.) Famille *Canapés et fauteuils*	Salons (47 réf.) Famille *Canapés et fauteuils*	
Séjours	Collections séjours (21 réf.) Famille *Tables et bureaux*	Tables basses/bars (42 réf.) Famille *Tables et bureaux*	Tables arrondies (14 réf.) Famille *Tables et bureaux*	Tables droites (33 réf.) Famille *Tables et bureaux*
	Chaises (38 réf.) Famille *Chaises*	Chaises pliantes (3 réf.) Famille *Chaises*	Bancs et tabourets (14 réf.) Famille *Chaises*	Bibliothèques et rangements (23 réf.) Famille *Meubles de rangement*
	Étagères (23 réf.) Famille *Meubles de rangement*	Meubles TV/Hi Fi (36 réf.) Famille *Solutions TV & hifi*		
Cuisines Salles de bains	Cuisines (19 réf.) Famille *Cuisiner*		Salles de bain (4 réf.) Famille *Meubles de salle de bain*	
Chambres	Armoires (49 réf.) Famille *Rangement vêtements*	Baby Fly (5 réf.) Famille *Ikéa des Petits*	Commodes chevet (24 réf.) Famille *Rangement vêtements*	Literie (24 réf.) Famille *Lits & matelas*
	Lits adultes (22 réf.) Famille *Lits et matelas*	Lits juniors (15 réf.) Famille *Lits et matelas*	Lits surélevés (7 réf.) Famille *Lits et matelas*	Rangements divers (20 réf.) Famille *Rangement vêtements*
Bureaux	Bureaux informatiques (36 réf.) Famille *Tables et bureaux*	Bureaux professionnels (10 réf.) Famille *Tables et bureaux*	Chaises et fauteuils (13 réf.) Famille *Chaises*	
Boutique	Accessoires de cuisine (13 réf.) Famille *Cuisine*	Accessoires de SDB (33 réf.) Famille *Meubles de SDB*	Bougies/bougeoirs (5 réf.) Famille *Décoration et miroirs*	Coussins (22 réf.) Famille *Textile et tapis*
	Luminaires (48 réf.) Famille *Luminaires*	Miroirs/cadres (29 réf.) Famille *Décorations et miroirs*	Portants/valets (4 réf.) Famille *Petit rangement*	Rangements (9 réf.) Famille *Petit rangement*
	Tapis (27 réf.) Famille *Textile et tapis*	Textiles de jour (6 réf.) Famille *Textile et tapis*	Textiles de nuit (22 réf.) Famille *Textile et tapis*	Vaisselle (30 réf.) Famille *Cuisiner et manger*
	Vannerie (1 réf.) Famille *Décorations et miroirs*	Vases (10 réf.) Famille *Décorations et miroirs*	Verrerie (8 réf.) Famille *Cuisiner et manger*	

* La sous-famille Banquettes-lits (chez Fly) s'intègre dans la famille Canapés et fauteuils (chez IKEA). En cas de doute, reprendre l'annexe 1 page 17.

© Éditions Foucher

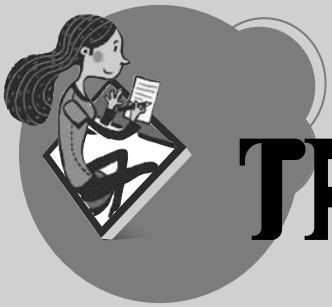
annexe

2 Comparaison des assortiments Fly et IKEA

N°	Nom des familles (d'après la nomenclature IKEA)	IKEA		Fly	
		Nombre de sous-familles	Nombre de références	Nombre de sous-familles	Nombre de références
1	Meubles de rangement	7	243	*2*	*46*
2	Solutions TV et Hi-fi	2	49	*1*	*36*
3	Petit rangement	*4*	446	*2*	*13*
4	Canapés et fauteuils	4	256	*3*	*76*
5	Tables et bureaux	5	109	*6*	*156*
6	Chaises	4	95	*4*	*68*
7	Cuisiner et manger	8	669	*2*	*38*
8	Entretien meubles et ferrures	2	18	*0*	*0*
9	Cuisine	*7*	152	*2*	*32*
10	Meubles de salle de bains	2	158	*2*	*37*
11	Rangement vêtements	5	142	*3*	*93*
12	IKEA des petits	8	454	*1*	*5*
13	Luminaires	9	354	*1*	*48*
14	Décoration et miroirs	10	589	*4*	*45*
15	Sols	4	32	*0*	*0*
16	Textiles et tapis	8	591	*4*	*77*
17	Pour vos animaux de compagnie	3	43	*0*	*0*
18	Lits et matelas	3	83	*4*	*68*
Totaux		*95*	*4483*	*41*	*838*
Nombre de : **• familles** **• sous-familles** **• références**		*18* *95* *4483*		*15* *41* *838*	
Caractéristique de l'assortiment IKEA*		☒ large		☒ profond	
Comparaison de l'assortiment IKEA / Fly (confirmation des caractéristiques de l'assortiment IKEA)		*L'assortiment IKEA est toujours aussi large si on le compare à celui de Fly puisqu'IKEA a plus de familles (+ 2) et de sous-familles (+ 54). L'assortiment IKEA est très profond par rapport à Fly puisque le magasin a un très grand nombre de références.*			

* D'après le TP précédent.

© Éditions Foucher



Le circuit de distribution

chapitre 5

TP S'approvisionner en produits biologiques

EPI'NATURE
C'est Bio la vie !

CAP	COMPÉTENCES	SAVOIRS ASSOCIÉS
EVS option A	**C.2.2.1.** Repérer les caractéristiques des produits • Déterminer la fonction du point de vente (gros, détail)	**S.2.1.1.** La chaîne de distribution • Illustration des circuits et canaux de distribution • Différenciation des fonctions de l'entreprise (gros, détail…)
EVS option B	**C.2.1** Identifier l'assortiment	**S.2.1.** Le point de vente • Circuits et canaux de distribution • Différenciation des fonctions de l'entreprise
ECMS	**C.2.1** Approvisionner le rayon, le linéaire	**S.2.1.** Le produit • Le circuit de distribution, différenciation des différents canaux

1 Dégagez sur l'annexe 1 les caractéristiques de l'approvisionnement de votre magasin.

annexe 1

L'approvisionnement du point de vente

Familles de produits	Fréquences de commande	Types de fournisseurs*							Contraintes d'approvisionnement
		Local	Régional	National	International	Producteur	Fabricant	Grossiste	
Fruits et légumes	*Une fois par semaine*		X					X	*Commander une palette de 150 kg*
Épicerie	*Une fois par semaine*			X				X	*Commander pour 500 €*
Boulangerie	*Une fois par semaine*	X				X			*Aucune*
Fromage	*Une fois par semaine*	X				X			*Production parfois insuffisante*
Vêtement	*Une fois par an*				X		X		*Frais de port élevés*

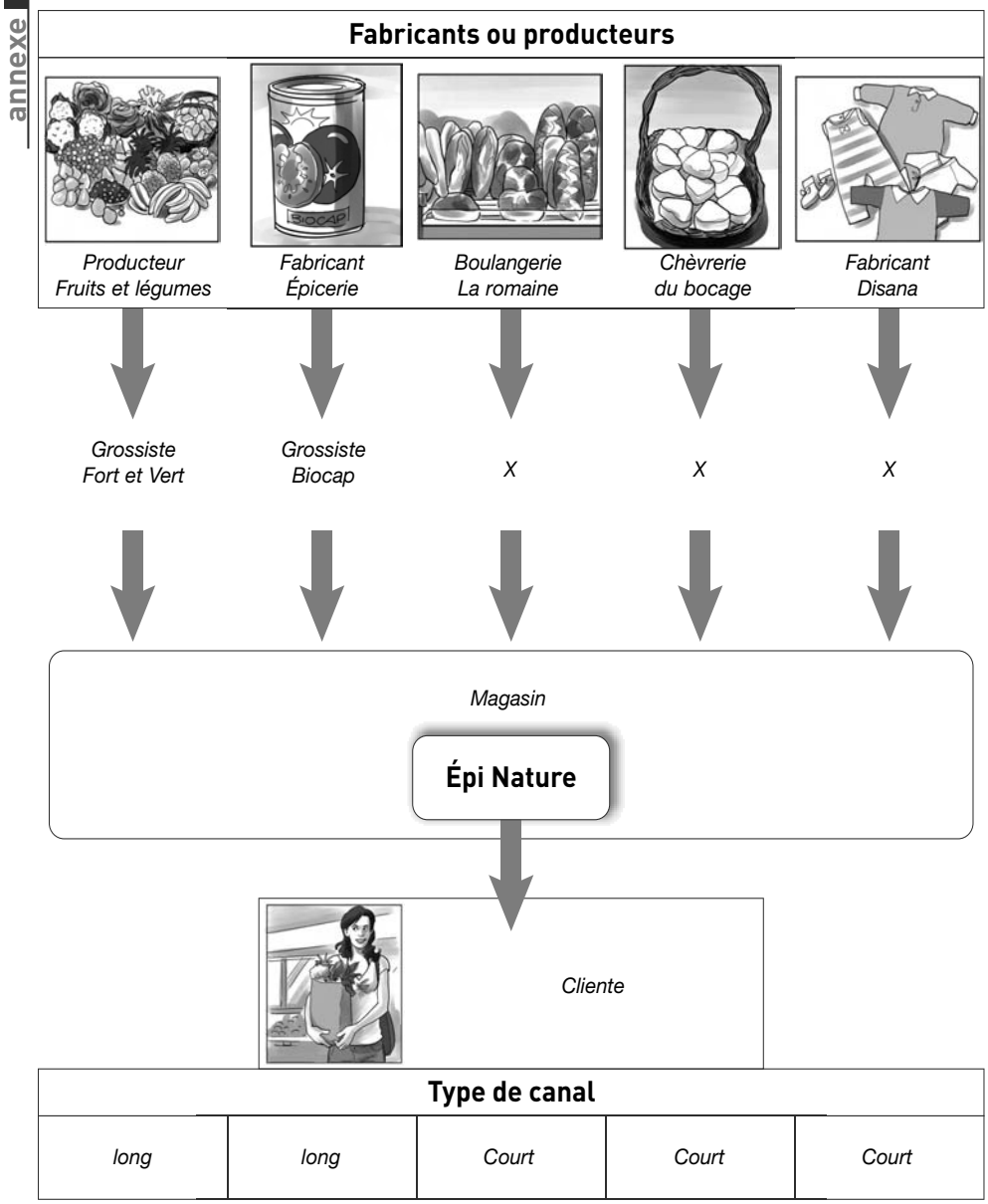
* Cochez les 2 réponses correctes.

© Éditions Foucher

2 **Dessinez sur l'annexe 2 les différents canaux utilisés par Saskia de Vries pour approvisionner son point de vente. Vous indiquerez les différents intermédiaires de la commerçante et préciserez le type de canal pour chaque famille de produits.**

2 Les différents canaux

annexe

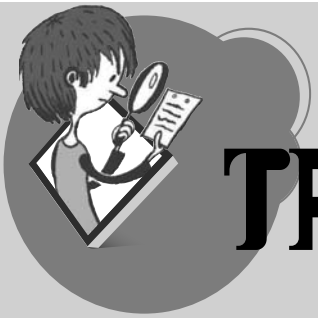


3 **Pourquoi Épi Nature n'utilise-t-il pas :**

– de canal intégré ? *Car Épi Nature est indépendant sans centrale d'achats.*

– de canal direct ? *Car Épi Nature n'est pas un producteur, c'est un intermédiaire.*

© Éditions Foucher



TP+ Découvrir la création de collections chez H&M

H&M

1 Caractérisez en annexe 1 l'organisation des achats chez H&M.

annexe 1

L'organisation H&M

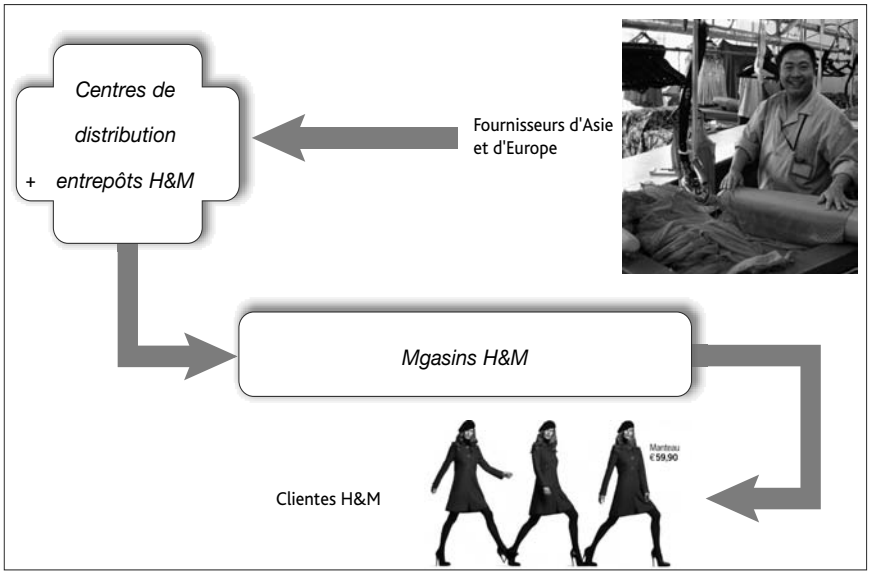
Département H&M	Activité	Avantages pour votre magasin H&M
Design (idée et conception)	*Création des collections en fonction de la mode*	*Les collections sont exclusivement vendues dans les magasins H&M.*
Planification de la gamme (assortiment)	*Définition d'un assortiment complet*	*L'assortiment est adapté à tous les types de clientes.*
Achat et production	*Commande et vérification de la qualité des produits*	*Les produits sont testés : conformes aux normes de sécurité et de qualité.*
Logistique	*Livraison des points de vente*	*Les livraisons s'effectuent en fonction des ventes : pas de rupture ni de sur-stockage.*
Magasins	*Mise en valeur des vêtements*	*La cliente fait ses achats dans une atmosphère de confort et est tentée d'acheter.*

© Éditions Foucher

2 **Schématisez sur l'annexe 2 le canal de distribution du groupe H&M.**

2 Le canal de distribution H&M

annexe

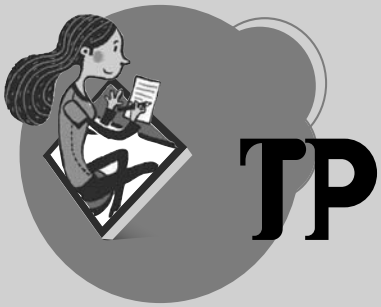


3 **De quel type de canal s'agit-il ?** *Du canal intégré.*

4 **Qui assure la fonction de gros ?** *H&M : le centre de distribution.*

5 **Qui assure la fonction de détail ?** *H&M : les magasins.*

© Éditions Foucher



L'hygiène et la sécurité

chapitre 6

TP Se protéger et protéger les autres

Carrefour

CAP	COMPÉTENCES	SAVOIRS ASSOCIÉS
EVS option A	**C.0.1.** Identifier les règles d'hygiène spécifique au point de vente, aux produits, aux personnes et de conservation applicables aux produits **C.0.2.** Appliquer les méthodes de nettoyage et de désinfection (entrepôt, réserves et locaux de vente) **C.0.3.** Mettre en œuvre les procédures de réception spécifiques aux produits alimentaires **C.0.4.** Veiller à l'état de conservation des produits alimentaires **C.0.5.** Mettre en œuvre les procédures relatives à la préparation à la vente, à la présentation et conditionnements des produits alimentaires **C.2.2.2.** Compléter l'assortiment en rayon, en vitrine • Garnir les étals au fur et à mesure de l'écoulement des produits • Effectuer la rotation des produits selon la date limite de consommation **C.2.2.3.** Mettre les produits en valeur • Maintenir les produits frais ou fabriqués en état de vente • Réaliser la présentation attrayante des produits **C.2.2.5.** Maintenir l'attractivité du point de vente • Soigner sa tenue professionnelle • Maintenir l'espace de vente en état marchand	**S.0.2.** L'hygiène et la prévention **S.0.3.** La qualité alimentaire **S.1.1.1.** La réception **S.3.** Vente **S.2.** Suivi des familles de produits alimentaires **S.2.2.** La présentation des produits alimentaires **S.2.1.1.** Le point de vente **S.2.2.2.** La mise en rayon, en vitrine
EVS option B	**C.1.4.** Maintenir la surface de stockage dans un état correct • Regrouper et/ou évacuer les supports et les contenants • Nettoyer la surface de stockage et les équipements utilisés **C.2.2.4.** Maintenir l'attractivité du point de vente • Soigner sa tenue professionnelle • Maintenir l'espace de vente en état marchand	**S.1.2.** La mise en stock **S.2.5.** L'attractivité du point de vente
ECMS	**C.1.4.** Maintenir la surface de stockage dans un état correct **C.2.6.** Maintenir l'attractivité et l'accessibilité du rayon, du linéaire	**S.1.3.** La mise en stock **S.2.** Approvisionnement du rayon

© Éditions Foucher

❶ **Reliez chaque gant présenté dans l'annexe 1 à l'usage que l'on doit en faire.**

❷ **En vous aidant du document 1, complétez la dernière colonne de l'annexe 1, en précisant le risque que l'on souhaite éviter.**

1 Les gants

annexe

Gants	Usage	Risque
	Ces gants sont utilisés pour le maniement des produits chimiques. Ils sont utiles pour éviter les brûlures dues à des éclaboussures.	*10*
	Ces gants sont utilisés en chambre froide. Ils évitent les gerçures ou brûlures dues au froid.	*15*
	Ces gants sont utilisés pour le maniement des appareils de coupe (jambon, pain, fromage…). Le dessous du gant est recouvert de métal. Il protège ainsi les mains contre les risques de coupure.	*7*
	Ces gants sont utilisés dans les laboratoires de préparation en produits frais. Ils évitent les risques de contamination microbienne.	*5*
	Ces gants sont utilisés pour protéger les mains au cours de manutentions diverses (déchargement des marchandises, rangement en réserve…).	*1*

© Éditions Foucher

❸ **Recherchez à quels usages les équipements de protection individuels (EPI) présentés en annexe 2 sont réservés. Quels sont les risques couverts pour chaque cas ?**

2 Les autres équipements individuels

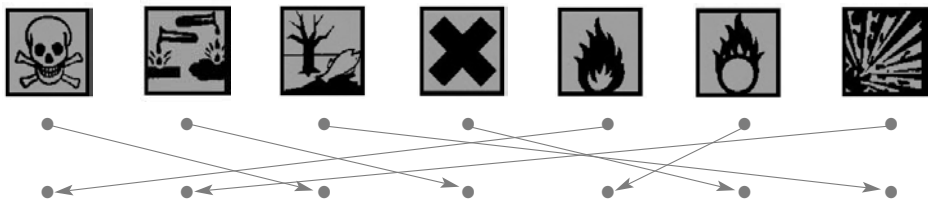
annexe

EPI	Gilet réfléchissant	Polaire	Masque	Tablier
Usage	*Être vu*	*Se protéger du froid*	*Éviter les contaminations*	*Éviter les contaminations*
Risque	*3*	*15*	*5*	*5*
EPI	Couteau de sécurité	Chaussures de sécurité	Calot	Escabeau avec garde-corps et main courante
Usage	*Ouverture des colis*	*Se protéger les pieds*	*Éviter les contaminations*	*Atteindre des produits en hauteur*
Risque	*12*	*13*	*5*	*8*

❹ **Sur chaque produit dangereux, un symbole représente le risque encouru par l'utilisateur. Saurez-vous les reconnaître ? Reliez chaque symbole à sa signification (annexe 3).**

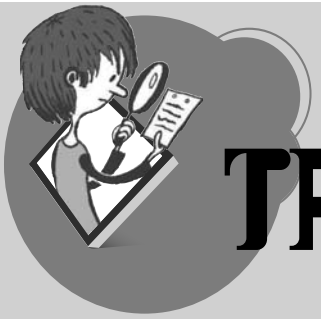
3 Le minimum vital (à connaître)

annexe



Matière inflammable	Matière explosive	Matière toxique	Matière corrosive	Matière comburante	Matière nocive ou irritante	Dangereux pour l'environnement

© Éditions Foucher

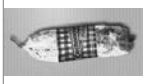


TP+ Garantir la fraîcheur et la propreté...

Champion

1 Vous disposez, dans le document, d'un extrait du contrat fraîcheur Champion. En vous aidant de ce document, indiquez dans l'annexe 1 les produits que vous devez retirer de votre rayon.

annexe 1 **Les produits**

Produit	DLC	Retrait du produit (oui/non)	Produit	DLC	Retrait du produit (oui/non)
 Saucisson Cochonou	09/04/0n	*Non*	Parmentier de poisson Fleury Michon	05/04/0n	*Oui*
Riz cantonais Luang	06/04/0n	*Non*	Blanc de poulet Fleury Michon	08/04/0n	*Oui*
Terrine de campagne Madrange	08/04/0n	*Oui*	Salami Herta	12/04/0n	*Non*

© Éditions Foucher

❷ **En vous aidant de l'annexe 2, indiquez en annexe 3 le nom des locaux et des matériels que vous allez devoir nettoyer aujourd'hui.**

annexe

2 Fiche de nettoyage et de désinfection

VALIDATION MENSUELLE DU NETTOYAGE ET DE LA DÉSINFECTION — Champion

RAYON : Fromage — ANNEE : 200n

LOCAUX / MATERIEL	FRÉQUENCE	JANVIER DATE	JANVIER VISA	FEVRIER DATE	FEVRIER VISA	MARS DATE	MARS VISA	AVRIL DATE	AVRIL VISA	MAI DATE	MAI VISA	JUIN DATE	JUIN VISA	JUILLET DATE	JUILLET VISA	AOUT DATE	AOUT VISA	SEP DATE
Chambre froide																		
Murs, plafond, dollies, joints, plinthes	1 fois / mois	4		8		3		4										
Évaporateur (partie externe)	1 fois / mois	5		9		4		4										
Évaporateur / condensateur (partie interne)	1 fois / semestre			8														
Meuble de vente réfrigéré																		
Meuble, cuves sous meuble (au stand frais emballé)	2 fois / mois	3 24		5 22		3 21		4										
Extracteur d'air, destructeurs d'insectes	2 fois / mois en été 1 fois / mois en hiver	5		6		7		4										

VISA DU MANAGER DE RAYON : ...

annexe

3 Votre travail du jour

– Nettoyer les cuves sous meubles (au stand frais emballé).
– Nettoyer les extracteurs d'air, destructeurs d'insectes.

❸ **Choisissez dans l'annexe 4 le produit le plus adapté au nettoyage des meubles de votre rayon et justifiez ce choix.**

annexe

4 Les produits de nettoyage

Vigor nettoyant professionnel

VIGOR est un nettoyant industriel ammoniaqué spécialement conçu pour les hôpitaux, collectivités, commerces, hôtels, industries, mécaniques, garages. S'adapte à toutes surfaces lavables : sols carrelés ou plastifiés, murs, portes ainsi que le nettoyage des sols en béton… Activité dégraissante puissante lui permettant de nettoyer efficacement les pièces mécaniques, moteurs de voiture, brûleurs.

Nettoyage des sols

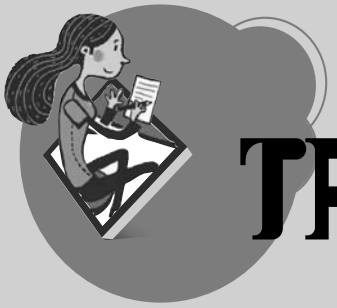
Solucaps désinfectant alimentaire

Formulé pour assurer la désinfection des surfaces et du matériel en milieu alimentaire. La solution est destinée aux chambres froides, aux plans de travail, aux matériels (hachoirs, couteaux…), aux instruments de nettoyage (brosses, raclettes…). Norme EN 1276.

Nettoyage des meubles (alimentaires)

❹ **Vous avez nettoyé les locaux et matériels qui le nécessitaient ; vous pouvez maintenant mettre à jour la fiche mensuelle de nettoyage et de désinfection (annexe 2).**

© Éditions Foucher



La réception des produits

chapitre 7

TP Vérifier la marchandise...

CAP	COMPÉTENCES	SAVOIRS ASSOCIÉS
EVS option A	**C.1.1.1.** Aider à la réception des produits, à la vérification (quantité, qualité) • Accueillir le livreur ou le transporteur • Identifier les documents de livraison • Contrôler visuellement l'état des produits et/ou des colis • Compter les quantités • Contrôler l'origine • Relever les anomalies et informer le responsable **C.1.2.1.** Manutentionner les colis en réception • Choisir et utiliser le matériel de manutention • Décharger les colis	**S.1.1.** Réception, mise en stock et expédition des produits alimentaires en commerce de détail et de gros **S.3.** Vente **S.1.2.** Réception, mise en stock et expédition des produits alimentaires en entrepôt ou en entreprise de distribution - grossiste
EVS option B	**C.1.1.** Aider à la réception et à la vérification des produits • Identifier les documents de livraison • Contrôler visuellement l'état des colis (détérioration ou casse) • Compter les quantités • Contrôler la qualité • Relever les anomalies, informer le responsable **C.1.2.** Enregistrer les entrées	**S.1.1.** La réception des produits d'équipement courant **S.3.** Vente **S.1.2.** La mise en stock
ECMS	**C.1.1.** Aider à la réception des produits, à la vérification (quantité, qualité) • Accueillir le livreur ou le transporteur • Identifier les documents de livraison • Contrôler visuellement l'état des colis • Compter les quantités • Contrôler la qualité • Relever les anomalies et informer le responsable **C.1.2.** Acheminer les produits vers la surface de vente • Déterminer la quantité de produits à mettre en rayon	**S.1.1.** La réception **S.1.2.** La manutention des produits

© Éditions Foucher

1 En vous aidant des documents 1 et 2, vérifiez la livraison et repérez les anomalies. Puis vous complétez l'annexe 1.

doc

1 Étiquette du colis

doc

2 Commande en cours

A	B	C	D	E	F
COMMANDES EN COURS					
Commande n°	150438				
Date :	07/04/200n	Livraison prévue		14/04/200n	
Fournisseur:	Entrepôt				
code	désignation	modèle	rayon	taille	quantité
290245	Pantalon homme	Black blue stone used	12	36	1
290245	Pantalon homme	Black blue stone used	12	38	3
290245	Pantalon homme	Black blue stone used	12	40	3
290245	Pantalon homme	Black blue stone used	12	42	3
290245	Pantalon homme	Black blue stone used	12	44	3
290245	Pantalon homme	Black blue stone used	12	46	2
290245	Pantalon homme	Black blue stone used	12	48	1
290245	Pantalon homme	Black blue stone used	12	50	1
			Quantité totale commandée :		17

annexe

1 La vérification de la livraison

Vérification	Vos réponses	Conforme Oui/Non
N° de commande	*150438*	*Oui*
Fournisseur	*Entrepôt*	*Oui*
Date de livraison	*15/04*	*Non*
Rayon concerné	*012*	*Oui*
Nombre de pièces	*17*	*Oui*
Anomalies	*– Taille 38 : colis 2 → commandé 3* *– Taille 40 : colis 4 → commandé 3* *– Taille 42 : colis 4 → commandé 3* *– Taille 44 : colis 2 → commandé 3*	*Non*

© Éditions Foucher

❷ **En vous aidant de votre travail précédent, saisissez les entrées des marchandises reçues aujourd'hui. Pour cela complétez l'annexe 2.**

2 La saisie des quantités livrées

annexe

SAISIE DES QUANTITÉS LIVRÉES

Commande n° :	*150438*	Date de saisie :	*15/04*
Date :	*15/04*	Livraison prévue :	*15/04*
Fournisseur :	*Entrepôt*	Livrée le :	*15/04*

Code	Désignation	Modèle	Rayon	Quantité/taille							
				36	38	40	42	44	46	48	50
290245	*Pantalon H*	*Black Blue Stone used*	*12*	*1*	*2*	*4*	*4*	*2*	*2*	*1*	*1*

❸ **Après la saisie des marchandies reçues, vous prévenez l'entrepôt des erreurs de livraison par message électronique. Complétez l'annexe 3.**

3 Votre proposition de courriel

annexe

envoyer | enregistrer dans brouillons | annuler

de : magasin-lens@jules.fr
A : entrepôt@jules.fr
cc :
objet : *commande n° 150438*
pièce(s) jointe(s) : aucune pièce jointe

vérifier l'orthographe | signature : aucune | priorité : normale

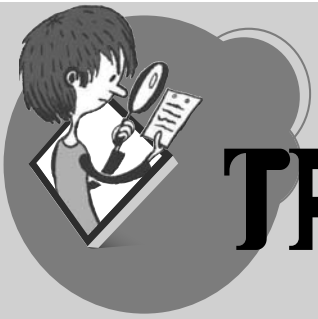
police | taille

Erreurs constatées dans la commande n° 150438
modèle : 290245

Taille	*qté. commandée*	*qté reçue*
38	*3*	*2*
40	*3*	*4*
42	*3*	*4*
44	*3*	*2*

☒ garder une copie ☐ confirmation de lecture

© Éditions Foucher



La réception des produits

chapitre 7

TP+ Ne rompez pas la chaîne !

1 En vous aidant des documents 1 et 2, précisez ce que vous devez faire pour chaque produit présenté dans l'annexe 1.

annexe 1

Le relevé de températures

Produits	Température relevée	Qu'allez-vous faire ?
Saumons entiers	+ 02,05°	*J'accepte la marchandise*
Rôtis de bœuf	+ 07,05°	*Je refuse la marchandise*
Agneaux entiers	+ 08,10°	*J'accepte la marchandise*
Steaks hachés	+ 04,09°	*J'accepte la marchandise*
Foies gras mi-cuit en semi-conserve	+ 11,16°	*J'accepte la marchandise*
Sorbets citron Super U	– 17,45°	*J'accepte la marchandise*

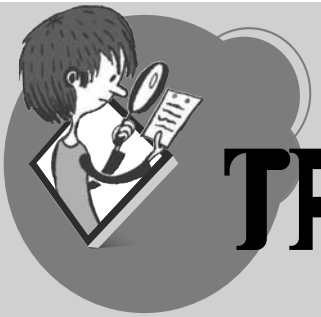
2 Classez les produits de l'annexe 2 en fonction de l'ordre dans lequel vous allez les ranger en réserves. Précisez dans quelle réserve vous allez les stocker (en cochant la bonne case).

annexe 2

Le rangement en réserve

Produits	Classement	Réserve		
		Froid négatif	Froid positif	Température ambiante
Boîtes de petits pois	*5*			*X*
Sachets de frites congelées	*1*	*X*		
Camemberts	*3*		*X*	
Pots de mayonnaise	*4*		*X*	
Sardines fraîches	*2*		*X*	

© Éditions Foucher



La vérification des marchandises

chapitre 8

TP+ Gérer les erreurs de livraison

CAP	COMPÉTENCES	SAVOIRS ASSOCIÉS
EVS option A	**C.1.1.1.** Aider à la réception des produits, à la vérification (quantité, qualité) • Contrôler visuellement l'état des produits et/ou des colis • Compter les quantités • Contrôler l'origine • Relever les anomalies et informer le responsable **C.1.2.1.** Manutentionner les colis en réception • Choisir et utiliser le matériel de manutention • Décharger les colis	**S.1.1.** Réception, mise en stock et expédition des produits alimentaires en commerce de détail et de gros **S.3.** Vente **S.1.2.** Réception, mise en stock et expédition des produits alimentaires en entrepôt ou en entreprise de distribution - grossiste
EVS option B	**C.1.1.** Aider à la réception et à la vérification des produits • Contrôler visuellement l'état des colis (détérioration ou casse) • Compter les quantités • Contrôler la qualité • Relever les anomalies, informer le responsable **C.1.2.** Enregistrer les entrées	**S.1.1.** La réception des produits d'équipement courant **S.3.** Vente **S.1.2.** La mise en stock
ECMS	**C.1.1.** Aider à la réception des produits, à la vérification (quantité, qualité) • Contrôler visuellement l'état des colis • Compter les quantités • Contrôler la qualité • Relever les anomalies et informer le responsable **C.1.2.** Acheminer les produits vers la surface de vente • Déterminer la quantité de produits à mettre en rayon	**S.1.1.** La réception **S.1.2.** La manutention des produits

© Éditions Foucher

1 Comptez les produits livrés (document 1) et vérifiez l'exactitude de la colonne « Quantité livrée » du bon de livraison (annexe 1). Corrigez les erreurs directement sur cette annexe 1.

1 Le bon de livraison Guinot

annexe

BON DE LIVRAISON

Expéditeur : **GUINOT**

1, rue de la Paix
75002 PARIS
Tél. 01 44 55 55 00

TVA intracommunautaire : FR04632041877
BL Logidrive N° 337027 du 09/06/0n
Expédition le : 09/06/0n

N° Client G0031972 26337 G004958

Destinataire : **INSTITUT AURELIE**
Centre Cial Intermarché Les Portes de l'Avesnois
59530 LE QUESNOY
Tél. 03 27 20 55 53
TVA intracommunautaire :
Nb du Colis : 3 Poids : 4,428 kg

Transporteur : TNT JET SERVICE

Opéra-teurs	CDE vrp	Code Eone	Ref. Com	Réf. Log	Désignation	Px Tant	Qté CDE	Qté LIV	Qté MAN
Colis N° 2652491 Poids : 3,470 kg									
414	526494023161	90000457 / 000457	SL3 000/ 0500144	500144	HYDRA TENDRE TUBE 150 ML	11,00	12	12	0
427	526494023161	90000457 / 000457	SL3 000/ 0683514	683514	ECH HYDA TENDRE 5 ML (6)	0,16	24	18	6
414	526494023161	90000457 / 000457	SL1 000/ 0404094	440094	HYDRA TENDRE TUBE CABINE 150 ML	9,20	2	2	0
414	526494023161	90000459 / 000459	SL3 000/ 0500254	500254	SÉRUM HYDRA BEAUTÉ 50 ML	17,50	18	17	0
427	526494023161	90000459 / 000459	SL3 000/ 0687593	687593	ECH SÉRUM HYDRA BEAUTÉ 5 ML (12)	0,10	36	24	12

2 Indiquez ci-dessous pourquoi Mme Colas doit prévenir son fournisseur Guinot pour l'informer des erreurs de livraison que vous avez repérées.

Mme Colas doit prévenir son fournisseur pour ne pas payer le « Serum Hydra Beauté 50 ml » qu'elle n'a pas reçu.

3 Repérez ces produits et écrivez un mémo à Mme Colas (annexe 2).

2 Le mémo

annexe

MÉMO

À : *Mme Colas*

De : *(élève)*

Date : *10 juin 200n*

Objet : *Livraison Guinot*

Message :
Nous avons reçu notre livraison de produits GUINOT mais certaines références sont manquantes :
– 6 lots de 6 échantillons hydra tendre (réf. 683514)
– 12 lots de 12 échantillons serum hydra beauté (réf. 687593).

Cordialement,

Élève

© Éditions Foucher

4 Quelle va être la démarche de Mme Colas lors du prochain passage du représentant Guinot ?

Mme Colas va devoir recommander les produits manquants pour éviter d'être en rupture de stock sur ces références.

5 Entrez les quantités livrées dans le logiciel du magasin (annexe 3) pour mettre à jour le stock des produits.

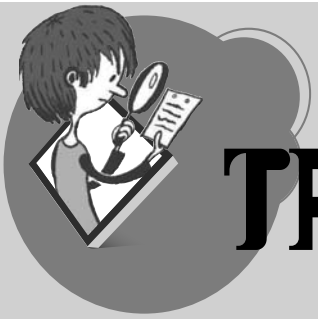
3 Le logiciel du point de vente

annexe

Le 10/06/0n

Référence	Désignation	Quantité en stock	Quantité livrée
440094	HYDRA TENDRE TUBE CABINE 150 ML	1	*2*
500144	HYDRA TENDRE TUBE 150 ML	3	*12*
500254	SÉRUM HYDRA BEAUTÉ 50 ML	2	*17*
683514	ECH HYDRA TENDRE 5 ML (6)	0	*18*
687593	ECH SÉRUM HYDRA BEAUTÉ 5 ML (12)	0	*24*

© Éditions Foucher



TP+ Vérifier la conformité d'une livraison

SUPERMARCHÉS MATCH

1 Contrôlez les quantités livrées (document 1) par rapport au bon de livraison de votre fournisseur Bio-Top (document 2). Notez les anomalies constatées sur l'annexe 1.

1 Les anomalies constatées

annexe

Désignation des produits	Variété	Anomalies constatées
Bananes	*Cavendish*	*livré 420 g en moins*
Pommes	*Royal Gala*	*livré 20 kg en moins*
Pêches jaunes	*Coraline*	*livré 10 kg en plus*

2 Votre responsable a noté des observations sur le bon de livraison. Reportez ces anomalies de qualité et cochez-les sur la grille de contrôle en réception (annexe 2).

2 La grille de contrôle en réception

annexe

Anomalies constatées	Produits contrôlés	*Bananes*	*Pommes*	Pêches	Pample-mousse				
Fautes d'étiquetage	Absence d'étiquetage								
	Catégorie absente								
	Calibre absent								
	Traitement après récolte absent								
	Origine absente			*X*					
	Variété absente								
Non-conformité	Variété								
	Calibre								
	Origine								
Maturité	Sur-maturité (mou, flétri, sec, germé…)				*X*				
	Sous-maturité (dur, cueilli trop tôt…)								
Coloration	Noirci ou brûlé		*X*						
	Décoloré								
Aspect	Déformé, malformé								
	Griffé, frotté								
	Humide	*X*							
	Choqué ou déchiré								
Défauts sanitaires	Pourri, moisi								
	Parasites (vers ou pucerons…)								
	Sale, mal préparé, pas lavé								

© Éditions Foucher

❸ **Indiquez pourquoi votre responsable doit faxer cette grille de contrôle au fournisseur et ce qu'il peut exiger de Bio-Top.**

Match doit informer son fournisseur des anomalies de quantité (facture correcte) et obtenir un rabais pour les problèmes de qualité.

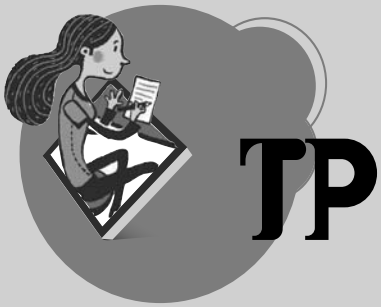
❹ **Pour éviter les frais de port inutiles, votre responsable décide d'accepter la marchandise. Proposez des solutions pour vendre au mieux les fruits défectueux (annexe 3).**

3 Vos solutions

annexe

Fruits avec défauts	Propositions
Bananes	*Les essuyer pour que les bananes se concervent correctement.*
Pommes	*Proposer une promotion au client (rabais).*
Pamplemousses	*Les vendre par lot avec un prix interessant pour le client.*

© Éditions Foucher



Le rangement des produits en réserve

9 chapitre

TP Ranger chaque chose à sa place...

Auchan

CAP	COMPÉTENCES	SAVOIRS ASSOCIÉS
EVS option A	**C.1.1.2.** Ranger les produits en fonction de leur nature, à la place appropriée **C.1.1.3.** Maintenir les réserves en état correct **C.1.2.2.** Stocker les colis **C.1.2.3.** Maintenir l'entrepôt et les réserves en état correct	**S.1.1.** Réception, mise en stock et expédition des produits alimentaires en commerce de détail et de gros **S.2.** Suivi des familles de produits alimentaires **S.1.2.** Réception, mise en stock et expédition des produits alimentaires en entrepôt ou en entreprise de distribution - grossiste
EVS option B	**C.1.3.** Stocker les produits selon leur spécificité **C.1.4.** Maintenir la surface de stockage dans un état correct	**S.1.2.** La mise en stock **S.3.** Vente
ECMS	**C.1.3.** Stocker les produits selon leur spécificité **C.1.4.** Maintenir la surface de stockage dans un état correct	**S.1.3.** La mise en stock **S.2.2.** Approvisionnement du rayon • L'organisation du rayon

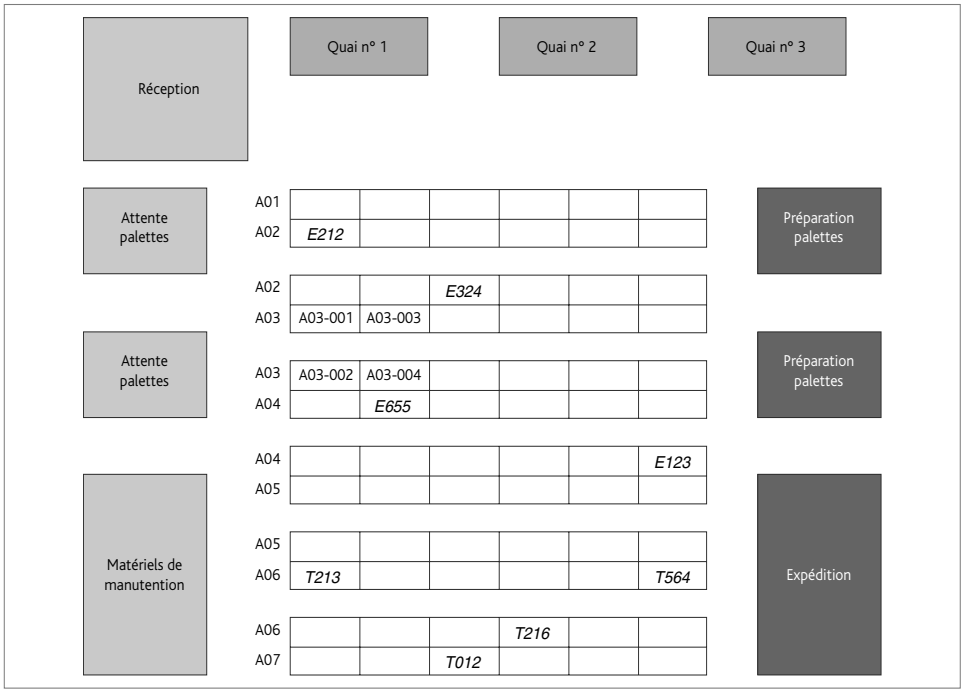
1 Lors d'une réception de marchandises, à quel niveau allez-vous ranger les produits ?
Au niveau 03 pour permettre une bonne rotation des produits.

2 Lors de la préparation d'une expédition, à quel niveau allez-vous prendre les produits ?
Au niveau 00 pour sortir les produits les plus anciens du stock.

© Éditions Foucher

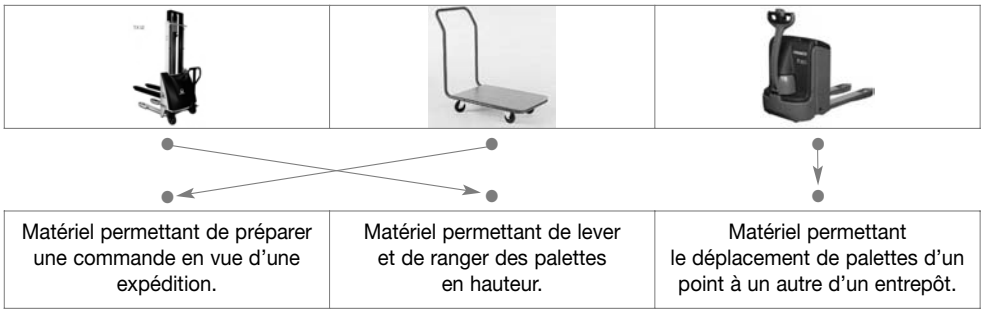
annexe

1 Plan de l'entrepôt

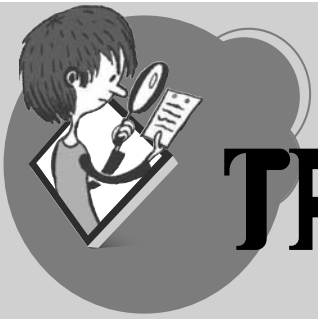


4 Choisissez le matériel adéquat pour chaque situation présentée dans l'annexe 2. Reliez par une flèche chaque matériel à la situation qui convient.

2 Le matériel de l'entrepôt



© Éditions Foucher



Le rangement des produits en réserve

9 chapitre

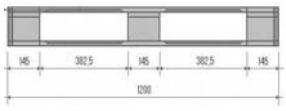
TP+ Emballer c'est pesé !

1 Vous procédez au montage de la palette. En vous aidant des documents 1, 2 et 3, vous complétez l'annexe 1, en précisant, pour chaque niveau de montage, le numéro du colis adéquat.

1 Le montage de la palette

annexe

Niveau 4	Colis n° *E 332*	Poids du niveau = *36 kg*	Nombre de colis = *12*
Niveau 3	Colis n° *E 313*	Poids du niveau = *48 kg*	Nombre de colis = *8*
Niveau 2	Colis n° *E 411*	Poids du niveau = *57,6 kg*	Nombre de colis = *6*
Niveau 1	Colis n° *E 212*	Poids du niveau = *92 kg*	Nombre de colis = *4*



Poids total de la palette = *233,6* Nombre total de colis = *30*

© Éditions Foucher

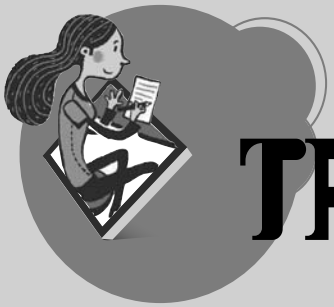
2 En vous aidant des travaux réalisés précédemment, complétez l'annexe 2.

2 Le bon d'expédition

annexe

Date : *14/04*		
MAGASIN : *NORT-SUR-ERDRE*		
N° commande : *070444122*	Plate-forme : *Les Herbiers*	
RAYON : **PALETTE PLATEFORME**		
N° DE PALETTE : *P140422*		
Poids total : *233,6*	Hauteur max. : *1,00 m*	Nombre de colis : *30*
TOUTE DÉTÉRIORATION FLAGRANTE DU FILM DOIT ÊTRE MENTIONNÉE SUR LE RÉCAPITULATIF TRANSPORT EN PRÉCISANT LE N° D'UNITÉ D'EXPÉDITION		

© Éditions Foucher



TP Mettre en rayon la collection Rouge & Rose

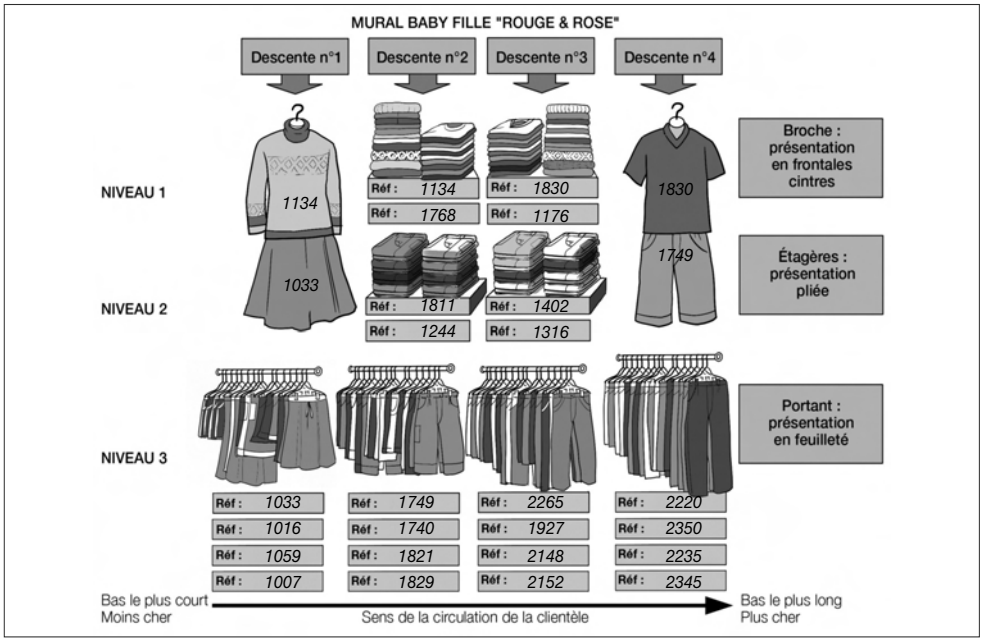
CAP	COMPÉTENCES	SAVOIRS ASSOCIÉS
EVS option A	**C.2.2.2.** Compléter l'assortiment en rayon, en vitrine • Garnir les étals ay fur et à mesure de l'écoulement des produits • Effectuer la rotation des produits selon la DLC	**S.2.2.2.** La mise en rayon, en vitrine • La mise en place des produits frais • La rotation des produits – Règles d'acheminement des produits vers la surface de vente et du rangement en rayon, en vitrine, sur étal – Règles de rotation ; conséquences du non respect de la rotation
EVS option B	**C.2.2.2.** Approvisionner le rayon et/ou le linéaire • Déterminer la quantité de produits à mettre en rayon et/ou en linéaire • Mettre les produits en rayon • Déceler les produits impropres à la vente	**S.2.4.** La rotation des produits • Règles d'acheminement des produits vers la surface de vente et du rangement en rayon, en vitrine, sur étal • Règles de rotation ; conséquences du non respect de la rotation
ECMS	**C.2.1.** Approvisionner le rayon, le linéaire • Acheminer les produits dans une allée • Remplir le linéaire, ranger les produits en effectuant la rotation si nécessaire	**S.2.2.** Règles de mise en rayon (quand remplir le linéaire, linéaire toujours plein) **S.2.4.** La rotation des produits • Principes et règles de rotation (DLUO, DLC) • Conséquence d'une non surveillance de la rotation

1 Étudiez le squelette du rayon sur lequel vous devez mettre en rayon la collection baby fille « Rouge & Rose » (annexe 1). Pour cela, vous complétez l'annexe 2.

© Éditions Foucher

1 Le squelette du rayon

annexe



2 L'étude de votre linéaire

annexe

Sens de circulation	☒ de gauche à droite ❑ de droite à gauche	Nombre de broches	*2*
Nombre de niveaux	*3*	Nombres d'étagères	*4*
Nombre de descentes	*4*	Nombre de portants	*4*

❷ Indiquez le numéro de chaque référence (document 1) sur le squelette du rayon (annexe 2) à partir des règles de présentation de l'enseigne (document 2).

❸ Contrôlez votre mise en rayon en coloriant en rose et en rouge chacune des références installées (annexe 2).

Le coloriage permet la visualisation de l'alternance des coloris : rouge et rose.

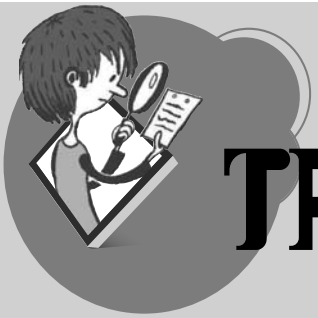
❹ Reliez chaque règle de présentation à son rôle respectif (annexe 2).

2 Rôles des règles de présentation

annexe

Règle de présentation	Rôle
Installer des accessoires dans le rayon	Permettre une meilleure présentation des produits
Placer un haut et en bas assorti sur une même descente	Favoriser l'achat d'une tenue complète
Présenter certains produits en facing	Faciliter la recherche du client
Alterner les couleurs	Favoriser l'achat complémentaire
Ranger les produits par taille	Rendre le rayon plus dynamique

© Éditions Foucher



TP+ Monter le rayon Charcuterie à la coupe

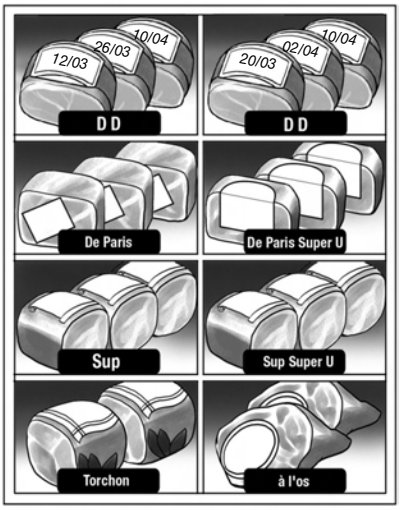
1 Vous commencez par réapprovisionner le mur de stockage (document 1 et annexe 2). Calculez sur l'annexe 1 la capacité de stockage du meuble pour les jambons cuits.

2 Indiquez le nombre de produits restants (document 2) sur l'annexe 1 et calculez le nombre de produits manquants à aller chercher en réserve (annexe 1).

3 Indiquez sur l'annexe 2 les jambons DD que vous mettez en rayon :
– 1 dont la DLC est le 10/04 ;
– 2 dont la DLC est le 2/04 ;
– 1 dont la DLC est le 26/03.

2 Le squelette du rayon

annexe



© Éditions Foucher

annexe 1

Le réassortiment du mur de stockage

Références de jambons cuits	Nbre de produits en profondeur	Nbre de produits en hauteur	Nbre de facings	Capacité de stockage	Nbre de produits restants	Nbre de produits manquants
Découenné dégraissé (DD)	*3*	*1*	*2*	*6*	*2*	*4*
De Paris	*3*	*1*	*1*	*3*	*2*	*1*
De Paris marque Super U	*3*	*1*	*1*	*3*	*1*	*2*
Supérieur (Sup.)	*3*	*1*	*1*	*3*	*1*	*2*
Supérieur (Sup.) marque Super U	*3*	*1*	*1*	*3*	*0*	*3*
Au torchon	*2*	*1*	*1*	*2*	*0*	*2*
À l'os	*2*	*1*	*1*	*2*	*1*	*1*

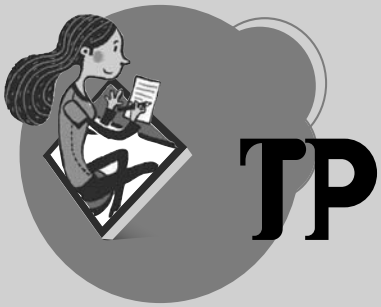
4 Vous vous occupez maintenant de la vitrine. Vous lisez attentivement les consignes et vous les justifiez (annexe 3).

annexe 3

Justification des consignes pour le montage de la vitrine

N°	Consignes	Justifications
1	Retirer les produits non vendables (problème de qualité, date de retrait).	*Respecter les règles de sécurité alimentaire.*
2	Monter le rayon d'une extrémité à l'autre, en nettoyant le meuble au fur et à mesure.	*Ne rien oublier de nettoyer ni de mettre en rayon.*
3	Présenter correctement les pièces, déballées et entamées (ou défilmées) mises à la vente.	*Bien montrer au client le produit tel qu'il sera dans son assiette.*
4	Rafraîchir les entames de la veille, changez les plats et remuez les salades et les plats cuisinés.	*Présenter des produits de toute fraîcheur.*
5	Couper des tranches d'avance qui seront vendues dans un délai de 2 heures.	*Limiter l'attente des clients.*
6	Nettoyer le matériel de découpe (planche et couteaux) et les vitres du rayon. Laver le sol et vider la poubelle.	*Respecter les règles d'hygiène.*
7	Vérifier la présence des étiquettes prix et les contrôler sur la balance de pesée.	*Respecter les règles d'étiquetage des produits.*
8	Contrôler la tare (poids qui ne sera pas pris en compte lors de la pesée) qui doit être égale au poids du papier d'emballage.	*Décompter le poids de l'emballage ; le client paie seulement le poids du produit.*

© Éditions Foucher



TP Enregistrer les livraisons

CAP	COMPÉTENCES	SAVOIRS ASSOCIÉS
EVS option B	**C.2.3.1.** Stocker les produits selon leur spécificité • Réaliser le comptage des produits – Compter les produits en stocks – Compléter un cadencier le cas échéant – Saisir les quantités • Détecter et signaler les anomalies	**S.2.7.** La démarque • Différenciation entre démarque connue et inconnue • Moyens de lutte contre la démarque **S.2.8.** L'inventaire • Principes et techniques utilisés • Nature des informations à noter sur les documents • Intérêt de l'inventaire

1 Vous complétez l'état des stocks pour le fournisseur Lego (annexe 1).

2 Vous complétez la fiche de stock de la référence « 7948 » (annexe 2).

annexe

1 L'état des stocks

ÉTAT DES STOCKS

JouéClub
5 rue Mal de Lattre de Tassigny
59400 CAMBRAI
03 27 81 38 93

FOURNISSEUR LEGO

Référence	Produit	Stock au 22 nov	Entrées du 22 nov	Stock à nouveau
7242	La balayeuse	2		
7246	La mini-pelleteuse	6		
7948	La pelleteuse	2	*10*	*12*
7949	La grue mobile XXL	1	*5*	*6*
7990	Le camion bétonnière	3		
7993	La station-service	-	*5*	*5*
7994	Le port	-	*5*	*5*
7996	Le camion à ordures	-	*5*	*5*
7998	Le poids lourd	5		

VALIDER

© Éditions Foucher

annexe

2 La fiche de stock

FICHE DE STOCK

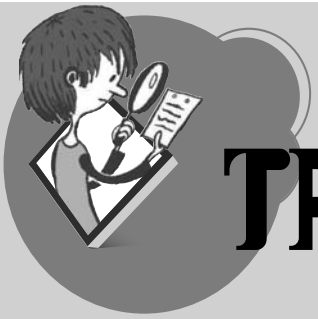
Joy'Club
5 rue Mre de Lattre de Tassigny
59400 CAMBRAI
03 27 81 38 93

FOURNISSEUR LEGO

Référence : 7948
Produit : La pelleteuse

Date	Opération	Entrée	Sortie	Stock
01 nov	Stock	_	_	15
02 nov	Vente	_	3	*12*
03 nov	Vente	_	2	*10*
09 nov	Vente	_	1	*9*
10 nov	Livraison	10	_	*19*
14 nov	Vente	_	2	*17*
15 nov	Vente	_	1	*16*
16 nov	Vente	_	3	*13*
17 nov	Vente	_	4	*9*
22 nov	*Livraison*	*10*		*19*

© Éditions Foucher



Le stock et le suivi des stocks

chapitre 11

TP+ Mettre à jour le cadencier

JouéClub
la passion du jouet

1. **Vous renseignez la colonne stock initial pour la semaine 47 (colonne SI).**
2. **Vous renseignez la colonne livraison pour la semaine 47 (colonne L).**
3. **Vous calculez les ventes pour toutes les semaines (colonne V).**
4. **Vous calculez les ventes moyennes hebdomadaires (colonne VM).**
5. **Que pensez-vous de la gestion du stock de la référence 023186 ? Quel est le problème ?**

Le stock du produit n'est pas suffisant, il y a même des ruptures les semaines 45 et 47.

6. **Que pensez-vous de la gestion du stock de la référence 500052 ? Quel est le problème ?**

Il y a trop de commandes par rapport aux ventes.
Il y a donc un problème de surstockage.

© Éditions Foucher

CADENCIER DE LA SOUS-FAMILLE BLACK & DECKER

FOURNISSEUR Smoby

NOVEMBRE

JouéClub
5 rue Mal de Lattre de Tassigny
59400 CAMBRAI
03 27 81 38 93

Référence	Désignation	UC	SR	SEMAINE 44				SEMAINE 45				SEMAINE 46				SEMAINE 47				VM
				SI	C	L	V	SI	C	L	V	SI	C	L	V	SI	C	L	V	
023186	Établi Tronic B&D	1	2	4	5	0	4	0	0	5	4	1	5	0	1	0	0	5	5	3,5
023107	Mallette B&D	1	2	3	5	0	1	2	0	5	3	4	5	0	3	1	0	5		2,3
023120	Quattro B&D	1	2	3	10	0	1	2	0	10	8	4	10	0	3	1	0	10		2
500053	Chariot B&D	1	2	4	5	0	2	2	0	5	5	2	5	0	1	1	0	5		2,6
500052	Établi super center B&D	1	2	6	10	0	1	5	0	10	1	14	10	0	1	13	0	10		1

UC : unité de conditionnement = nombre de produits par carton
SR : stock de sécurité
SI : stock initial (le lundi)
C : quantité commandée (livraison le lundi suivant)
L : quantité livrée (le lundi)
V : vente
VM : vente moyenne hebdommadaire

© Éditions Foucher