

- › Yannick Cottineau
- › Gilles Hennequin
- › Delphine Hude
- › Naïma Khezami
- › David Lallement
- › Sandra Marteel
- › Jean-Valéry Monvoisin
- › Rachel Pellizzari

Sous la direction de Pascal Roche

Bac 1^{re}
Pro T^{le}

ARCU

a3 a4 a5

**Gestion, vente et activités
administratives liées à l'accueil**

LES NOUVEAUX

A4

CORRIGÉ



- > Yannick Cottineau
- > Gilles Hennequin
- > Delphine Hude
- > Naïma Khezami
- > David Lallement
- > Sandra Marteel
- > Jean-Valéry Monvoisin
- > Rachel Pellizzari

Sous la direction de Pascal Roche

a3 a4 a5

**Gestion, vente et activités
administratives liées à l'accueil**

LESNOUVEAUX

A4

CORRIGÉ

***Nous remercions les organisations et les enseignes présentes dans cet ouvrage
pour leur aimable collaboration.***

Conception
Florian Hue

Composition
Laser Graphie

Illustrations
Laure Scellier

Lecture-correction
Sylvain Tane

Crédit photographique

p. 5 ph © Huit Design

p. 6 ph © E.Leclerc

p. 17 ph © Matton

p. 21 ph © Matton

p. 31 ph © Impression indienne

p. 33 ph © Zoo d'Amnéville

p. 34 ph © Zoo d'Amnéville

p. 35 ph © Zoo d'Amnéville

p. 38 ph © Matton

p. 45 ph © Matton

p. 57 ph © Matton

p. 63 ph © Matton

p. 66 ph © Matton

p. 81 ph © Yannick Cottineau/Moorea Fare Miti

p. 86 ph © Yannick Cottineau/Moorea Fare Miti



"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 978-2-216-13462-5

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 du Code pénal – art. 425).

© Foucher, une marque des Éditions Hatier – Paris – 2016
8 rue d'Assas – 75006 Paris

Sommaire

A3.1 La gestion de l'espace de travail

DOSSIER	TP	COMPÉTENCES PROFESSIONNELLES
1 La préparation de l'environnement de travail 	TP Approfondissement	5 C311.1 Rendre opérationnel son environnement de travail C311.2 Organiser et hiérarchiser ses activités
2 La tenue et le maintien des espaces communs 	TP Approfondissement	9 C312.1 Maîtriser les équipements dédiés à l'accueil C312.2 Actualiser les informations liées à l'accueil C312.3 Gérer la signalétique
3 La contribution à la sécurité des personnes et des biens 	TP Approfondissement	13 C313.1 Contrôler, filtrer les accès

A3.2 Le suivi des activités d'accueil

DOSSIER	TP	COMPÉTENCES PROFESSIONNELLES
4 La gestion et le suivi des flux 	TP Approfondissement	17 C321.2 Gérer matériellement les flux de circulation et les files d'attente C321.4 Organiser l'attente des clients/usagers
5 L'analyse des activités liées à l'accueil 	TP Approfondissement	21 C322.1 Collecter les informations C322.4 Interpréter les résultats C322.5 Transmettre des suggestions et critiques sous une forme appropriée

A3.3 La permanence, la continuité et la qualité du service d'accueil

DOSSIER	TP	COMPÉTENCES PROFESSIONNELLES
6 La transmission et la réception des informations 	TP Approfondissement	25 C331.1 Repérer les collaborateurs, leurs fonctions ; les services C331.4 Mutualiser les informations C331.5 Travailler en équipe
7 La participation à la démarche qualité 	TP Approfondissement	29 C332.2 Recueillir les remarques non sollicitées C332.3 Repérer des dysfonctionnements et proposer des solutions

A4.1 La vente de services ou de produits en face à face ou par téléphone

DOSSIER	TP	COMPÉTENCES PROFESSIONNELLES
8 La préparation de la vente 	TP Approfondissement	33 C411.1 Identifier et caractériser l'offre de l'organisation C411.2 Caractériser la clientèle ou les usagers de l'organisation C411.3 Dégager les avantages du service ou du produit pour la clientèle ou les usagers
9 L'entretien de vente et la proposition d'un service 	TP Entraînement TP Approfondissement	37 C412.1 Cerner les besoins du client/usager 39 C412.2 Sélectionner une offre adaptée C412.3 Argumenter et répondre aux objections C412.5 Conclure la vente
10 Les opérations liées à la vente de services ou de biens 	TP Approfondissement TP Informatique	43 C413.5 Renseigner un formulaire de financement et le compléter 47 C413.6 Gérer les situations de refus de crédit

A4.2 L'après-vente

DOSSIER	TP	COMPÉTENCES PROFESSIONNELLES
11 Le traitement et le suivi des réclamations 	TP Approfondissement 49 TP Informatique 53	C421.1 Cerner les motifs d'insatisfaction du client, de l'utilisateur C421.2 Identifier l'offre après-vente adaptée C421.3 Prendre en charge la réclamation
12 Le suivi de la relation et la participation à la fidélisation 	TP Approfondissement 55 TP Informatique 59	C422.1. Administrer et analyser les questionnaires de satisfaction C422.2. Remonter l'information auprès des services concernés

A5.1 La gestion du courrier, des plis et des colis

DOSSIER	TP	COMPÉTENCES PROFESSIONNELLES
13 Le traitement des courriers prédéfini 	TP Approfondissement 61 TP Informatique 65	C511.1 Identifier le modèle de lettre qui correspond à la situation donnée C511.2 Saisir, mettre en page et éditer une lettre type
14 La réception, le tri et l'enregistrement du courrier entrant 	TP Approfondissement 67	C512.1 Classer le courrier en fonction de sa nature (personnel, professionnel, confidentiel) et de son destinataire (service, personnel)
15 Le traitement et le suivi du courrier au départ 	TP Approfondissement 71	C513.1 Mettre sous pli et affranchir (lettre simple, lettre recommandée et lettre spécifique) C513.2 Compléter le registre de départ C513.4 Assurer le suivi des plis et des colis

A5.2 La gestion des moyens internes et la réservation de prestations de services externes

DOSSIER	TP	COMPÉTENCES PROFESSIONNELLES
16 La gestion des affectations de salles et du prêt de matériel 	TP Approfondissement 75 TP Informatique 79	C521.1 Gérer un planning de réservation C521.2 S'assurer de l'agencement de la salle et du bon fonctionnement du matériel C521.3 Enregistrer et suivre le prêt de matériel
17 La gestion des prestations de services externes 	TP Entraînement 81 TP Approfondissement 83	C522.1 Identifier les besoins du client C522.2 Rechercher et proposer une solution adaptée à la demande du client C522.5 Recueillir les appréciations relatives aux prestataires et rendre compte

A5.3 La gestion des fournitures et du petit matériel

DOSSIER	TP	COMPÉTENCES PROFESSIONNELLES
18 Le suivi des commandes 	TP Approfondissement 87 TP Informatique 91	C531.2 Passer une commande C531.3 Effectuer les relances éventuelles (téléphoniques et écrites)
19 La réception de la livraison 	TP Approfondissement 93	C532.1 Vérifier la conformité de la livraison et l'état des produits livrés C532.2 Émettre des réserves en fonction des procédures C532.3 Enregistrer les entrées de produits

La préparation de l'environnement de travail

TP Approfondissement → Tout est clair chez E.Leclerc

Vous êtes affecté en tant que stagiaire à l'espace accueil de l'hypermarché **E. Leclerc** de Bordeaux-Chartrons (33), où Amandine Faure, hôtesse d'accueil principale, vous prend en charge. Vous découvrez les équipements de votre poste de travail ainsi que les activités qui y correspondent, afin que vous organisiez au mieux vos futures activités.



Magasin E.Leclerc de Bordeaux-Chartrons (3:20'). <http://tinyurl.com/LeclercChartrons>

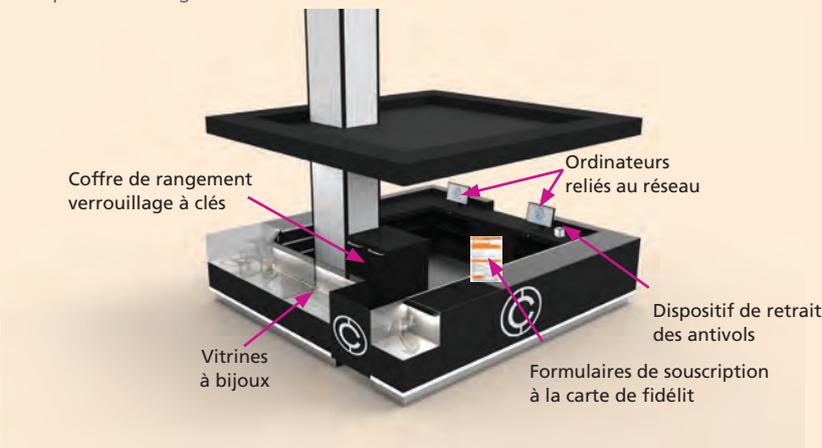


1 Listez les activités à réaliser dans cet espace, en les classant selon leur type, **docs 1** et **2**, **annexe 1**.

Doc 1 L'espace d'accueil illustré

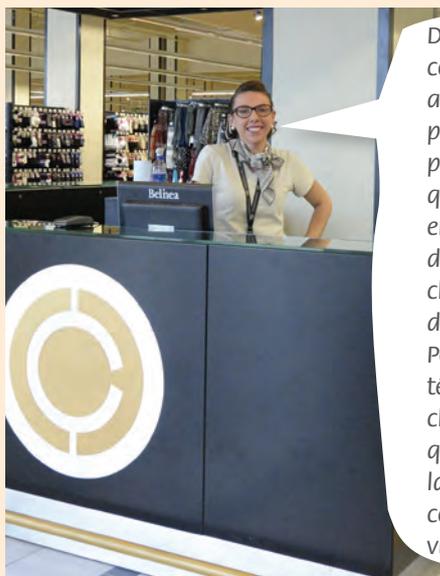


▲ Espace vu de la galerie marchande



▲ Espace vu de l'allée principale

Doc 2 Le témoignage d'Amandine



Dans mon métier d'hôtesse d'accueil, ce qui m'intéresse le plus, ce sont les contacts avec les clients, et principalement les nouveaux, afin de les orienter dans le magasin lorsqu'ils ne trouvent pas un produit du catalogue, leur donner un jeton de caddie ou leur faire la promotion de la carte de fidélité. J'apprécie aussi les responsabilités que l'on me confie comme le fait de prendre en charge les éventuelles erreurs de prix en caisse, les échanges ou retour de marchandises, d'assurer la bonne marche des points services mis à disposition de la clientèle, comme le Photomaton, la photocopieuse ou le développement photo.

Pour moi, un bon hôte d'accueil doit gérer efficacement les appels téléphoniques, être patient, à l'écoute, disponible, aimable avec les clients, souriant et avoir une bonne présentation. Il est indispensable qu'il connaisse bien les rayons du magasin pour renseigner au mieux la clientèle. Le relationnel et le sens du service sont primordiaux dans ce métier. Mon plus grand plaisir à la fin de la journée, c'est d'avoir vu les clients repartir satisfaits !

Annexe 1 Les activités à l'espace Accueil

Activités d'accueil	Activités administratives	Activités de vente
<ul style="list-style-type: none"> – Orienter le client dans les rayons du magasin – Proposer des services d'accueil (ex. : jeton de caddie) – Gérer les réclamations de la clientèle (ex. : erreur de prix en caisse) – S'assurer du bon fonctionnement des automates de services (ex. : Photomaton, photocopieuse, développement photo) – Gérer les appels téléphoniques 	<ul style="list-style-type: none"> – Remplir un contrat de location de véhicule utilitaire – Enregistrer dans le fichier clients une nouvelle souscription de la carte de fidélité – Traiter les réclamations de la clientèle (échanges ou remboursements) avec édition de tickets de caisse, factures, avoirs, etc. 	<ul style="list-style-type: none"> – Mettre les produits en vitrine, de manière marchande et être vigilant en termes de sécurité (lutte contre les vols notamment) – Faire la promotion de la carte de fidélité – Vendre des articles de la bijouterie (et effectuer l'encaissement) – Retirer les antivols des produits protégés

Durant votre matinée, vous réalisez différentes tâches.

2 Identifiez pour chacune de ces activités, annexe 2, leur niveau de priorité.

Annexe 2 Une bonne organisation

Tâche à réaliser	Très important	Peu important
Sortir les bijoux du coffre pour les installer en vitrine	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Souhaiter la bienvenue aux clients par micro, à l'ouverture	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Remettre un badge à l'animatrice Nutella pour son intervention en allée centrale de 9 h à 18 h	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vérifier l'état de la camionnette estuée par un client de 10 h à 12 h	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Installer une affiche sur le comptoir informant de l'arrivée du ci que Pinder sur le parking dans 10 jours	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Répondre au mécontentement d'une cliente concernant une erreur de prix en rayon d'un article du prospectus	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Trier les bulletins de la boîte à suggestions selon les rayons concernés ; les transmettre ensuite à chaque manager	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Vous prenez maintenant connaissance du matériel nécessaire à la réalisation de vos tâches.

3 Retrouvez, **annexe 3**, le nom de chaque matériel de l'entreprise, selon la légende fournie en **doc 3**.

Doc 3 La liste du matériel à disposition

1	Badge	10	Standard téléphonique	19	Étiquettes autocollantes
2	Ruban adhésif (type Scotch)	11	Trancheuse	20	Balance
3	Rouleau d'emballage	12	Jeton de Caddie®	21	Clés
4	Bolduc	13	Caddie®	22	Cutter
5	Stylo-bille	14	Roll	23	Plan du magasin
6	Imprimante ticket de caisse	15	Lecteur de carte bancaire	24	Catalogue promotionnel en cours
7	Mobilier de caisse	16	Tiroir-caisse	25	Démagnétiseur d'antivol
8	Registre des intervenants extérieurs	17	Lecteur de code-barres (douchette)	26	Formulaires de souscription (à la carte de fidélité ou contrat de location)
9	Transpalette	18	Écran tactile de caisse	27	Ordinateur

Annexe 3 Le matériel à sélectionner

- 4 Barrez sur l'**annexe 3** les outils qui ne sont pas utiles à votre poste.
- 5 Indiquez, **annexe 4**, le ou les matériels à utiliser pour chaque catégorie d'activités décrites.

Annexe 4 Le matériel utile

Catégorie d'activités	Matériel(s) à retenir
Prendre en charge les retours de marchandises défectueuses (avant leur acheminement vers le SAV)	Stylo-bille (pour entourer la référence sur le ticket de caisse client)
Effectuer un retour (pour location de véhicule par exemple)	Stylo-bille, formulaire du contrat de location et de l'état du véhicule
Gérer les échanges de marchandises (à prix identique)	Imprimante ticket de caisse (nouvelle facture) et écran tactile de caisse, stylo-bille (pour entourer la référence reprise sur le ticket de caisse client)
Rentrer des informations ou des données sur le client et sa fidélité	Ordinateur (éventuellement l'écran tactile de caisse)
Obtenir une preuve d'achat (faisant office de facture ou de garantie)	Écran tactile de caisse, imprimante ticket de caisse
Effectuer des éventuels remboursements	Tiroir-caisse et écran tactile de caisse (éventuellement lecteur code-barres type douchette), imprimante ticket de caisse
Communiquer avec la clientèle ou le personnel du magasin (tout en restant à son poste)	Standard téléphonique
Enregistrer la présence d'intervenants extérieurs (fournisseurs, stagiaires ou prestataires extérieurs)	Registre des intervenants extérieurs, stylo-bille, badge visiteur
Gérer le paiement des articles (bijoux par exemple) par carte bancaire	Lecteur de carte bancaire, tiroir-caisse et écran tactile de caisse (éventuellement lecteur code-barres type douchette), imprimante ticket de caisse
Créer des cartes de fidélité ou proposer d'y souscrire	Carte de fidélité, lecteur de carte, formulaire de souscription à la carte de fidélité, stylo-bille
Orienter la clientèle dans les rayons du magasin	Plan du magasin
Retirer un antivol (non effectué en caisse) d'un produit sensible	Démagnétiseur d'antivol
Connaître les actions commerciales promotionnelles du moment et leur prix	Catalogue promotionnel en cours
Vérifier les prix à fichés en caisse	Lecteur code-barres (douchette), ordinateur ou écran tactile de caisse
Sécuriser le tiroir-caisse, les vitrines ou le coffre de rangement de produits sensibles	Clés
Effectuer un emballage cadeau (ex. : en bijouterie) ou en donner au client pour qu'il le fasse lui-même	Ruban adhésif et rouleau d'emballage, bolduc
Scanner un produit afin d'en connaître son prix ou le stock disponible restant	Lecteur code-barres (douchette), ordinateur ou écran tactile de caisse
Protéger la monnaie	Tiroir-caisse, clés

La tenue et le maintien des espaces communs

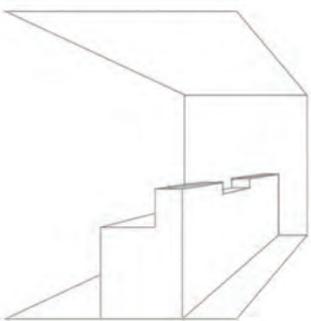
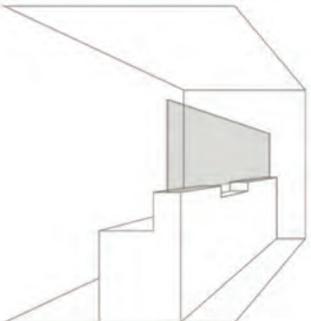
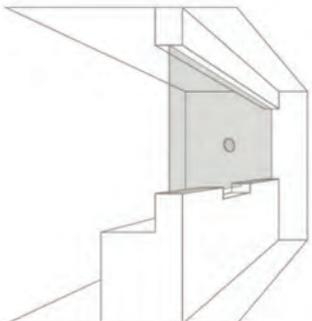
TP Approfondissement → Prise d'initiative au tourisme

Vous réalisez votre période de formation professionnelle à l'**office de tourisme** de Palavas-les-Flots (34). Vous êtes chargé de l'accueil physique et téléphonique des touristes, mais également de la mise en place d'un nouveau pôle accueil sous la responsabilité de Lison Moisson, votre tutrice et responsable de la vie associative, du développement culturel, touristique, commercial et artisanal de la ville.



- 1 Sélectionnez l'espace de travail le mieux adapté à votre nouveau pôle accueil, **doc 1**, **annexe 1**, puis justifiez ce choix

Doc 1 Les types d'espace d'accueil

Espace ouvert (<i>open space</i>)	Espace semi-ouvert	Espace fermé (<i>closed space</i>)
		
<p>L'absence de cloison vitrée permet les échanges verbaux et facilite les échanges de documents. La visibilité entre le personnel et le client y est maximale. Cependant, il n'existe aucune protection contre les éventuelles provocations physiques ou morales de la part de la clientèle.</p>	<p>Cette solution permet une protection contre les infections et évite d'être vulnérable face aux attaques verbales ou physiques. Elle apporte également un certain confort pour le personnel contre les nuisances sonores. Toutefois, l'échange de documents y est peu pratique.</p>	<p>L'espace fermé évite le risque de contamination et les agressions éventuelles venant des clients. En revanche, un système de communication assisté est souvent nécessaire pour faciliter les échanges, mais il apporte une distorsion du son ou un manque de confidentialité (puisque le son est amplifié)</p>

D'après le guide « L'aménagement d'un poste d'accueil » de l'ASSTSAS, avril 2013

Annexe 1 La solution envisageable

Choix du type d'espace	Justificatio
<input checked="" type="checkbox"/> Espace ouvert <input type="checkbox"/> Espace semi-ouvert <input type="checkbox"/> Espace fermé	<p>Cet espace est idéal pour l'office de tourisme, car le but est d'échanger au maximum avec les touristes et de leur transmettre le plus souvent des documents (dépliants, brochures, etc.). Le personnel n'a pas besoin de protection particulière (absence d'argent dans la cellule, donc aucun intérêt de se protéger des hold-up ; il ne s'agit pas non plus d'un personnel de santé qui côtoie des malades).</p>

Lison vous demande votre avis sur les choix à réaliser relatifs au poste d'accueil.

2 Reliez, **annexe 2**, les possibilités offertes par les espaces d'accueil présentés aux critères d'utilisation qui les caractérisent.

Annexe 2 Des combinaisons possibles

<p>Personnel et client assis</p> 	<p>Personnel assis et client debout</p> 	<p>Personnel et client debout</p> 	<p>Personnel assis sur siège haut et client debout</p> 
<ul style="list-style-type: none"> – Temps d'intervention court – Travail sur ordinateur assez important – Peu de déplacements du personnel (à pied ou avec la chaise) – Accueil des clients à mobilité réduite difficile – Trafic de clientèle élevé 	<ul style="list-style-type: none"> – Temps d'intervention très court – Peu de travail à l'ordinateur – Déplacements fréquents du personnel – Accueil des clients à mobilité réduite difficile – Trafic de clientèle élevé – Objet ou colis à manipuler 	<ul style="list-style-type: none"> – Temps d'intervention assez long – Travail important sur ordinateur – Rare déplacement du personnel – Accueil possible et aisé des clients à mobilité réduite – Trafic de clientèle faible 	<ul style="list-style-type: none"> – Temps d'intervention très court – Travail important sur ordinateur – Rare déplacement du personnel – Accueil possible et aisé des clients à mobilité réduite – Trafic de clientèle élevé

D'après le guide « L'aménagement d'un poste d'accueil » de l'ASSTAS, avril 2013

3 Sélectionnez, en l'entourant sur l'**annexe 2**, la combinaison idéale pour votre espace, d'après les explications de Lison, **doc 2**.

Doc 2 Les priorités de Lison



Une grande partie de notre activité est consacrée à répondre aux attentes des touristes qui viennent dans nos locaux pour trouver des adresses en matière d'hébergement ou de restauration, mais surtout des informations sur les festivités ou les manifestations du moment, sur la découverte du patrimoine local ou départemental, sur les jours et types de marchés... Pour cela, nous les accompagnons vers les bons dépliants et brochures mises à disposition sur les présentoirs. Il est assez fréquent que nous regardions sur l'ordinateur pour approfondir leur recherche, ou illustrer les dépliants de photos ou de plans. Et puis, les touristes sont assez pressés ! Ils ne veulent pas attendre plus de cinq minutes et s'ils voient que la file d'attente est longue, ce qui peut arriver en période estivale, ils fuient. Ce qui n'est pas acceptable, car nous devons proposer un service irréprochable, à tout type de clientèle... jeune ou âgée, métropolitaine ou étrangère, à mobilité réduite ou non.

Avant l'ouverture, vous observez l'état de la banque d'accueil de votre regard neuf. Vous attirez l'attention de Lison sur des détails préjudiciables selon vous à l'image de l'office de tourisme

- 4 Rangez votre banque d'accueil afin que celle-ci soit plus présentable à la clientèle et conforme à l'image attendue d'un office de tourisme, **doc 3, annexe 3.**

Doc 3 Votre banque d'accueil



Annexe 3 Les anomalies constatées

À nettoyer ou ranger	À retirer du pôle accueil	Emplacement à modifier
<ul style="list-style-type: none"> - Le courrier et l'annuaire - La poubelle à papier - La paire de ciseaux - Le capuchon de la clé USB à remettre - Les stylos, gomme et taille-crayon 	<ul style="list-style-type: none"> - Les accessoires de maquillage - Le téléphone mobile personnel - La tasse de thé et le croissant - La bouteille d'eau - Le cadre photo personnel - Les déchets du taille-crayon - Le journal - La carte avec message personnel dans le pot de fleur - L'affiche à connotation négative ou à destination exclusive du personnel 	<ul style="list-style-type: none"> - Les courriers à stocker sur une bannette à disposition de la clientèle - La clé USB à rapprocher de l'ordinateur - Le cadre photo et autres effets personnels (maquillage, téléphone) à positionner hors de la vue de la clientèle - Le support pour dépliants à mettre en hauteur sur le guichet face aux clients - Le journal à mettre dans la salle d'attente ou sur le comptoir pour consultation par la clientèle - Le livre d'or à tourner vers la clientèle. Il peut toutefois rester sur le haut du guichet

Vous devez gérer ou actualiser régulièrement les informations mises à la disposition des clients.

- Répertoriez en **annexe 4**, colonne 2, les destinataires des différents documents et informations présents à l'office de tourisme, **doc 4**.
- Identifiez en **annexe 4**, colonnes 3 à 5, les caractéristiques propres à chacun, en termes d'usage, de type et de fréquence.

Doc 4 Des documents et informations

1

2

3

4

5

Planning journalier - Semaine du 21 au 27 septembre

		Samedi 26 septembre															
		7:00	8:00	9:00	10:00	11:00	12:00	13:00	14:00	15:00	16:00	17:00	18:00	19:00			
Lison MOISSON		Administratif															
Olga CORREIA		Nettoyage salle															
Alexia LEGRAND		Accueil matin														Accueil soir	
Stagiaire		Accueil journée															
Patricia ROUSSELLE		Guide : promenade commentée "Palavas d'hier à aujourd'hui" - Groupe : 12 personnes															

Annexe 4 L'analyse des informations

N° du doc	Destinataires	Usage du document	Type de document	Fréquence de la mise à jour*
1	Tout client ou touriste	<input type="checkbox"/> Interne <input checked="" type="checkbox"/> Externe	<input checked="" type="checkbox"/> Commercial <input type="checkbox"/> Opérationnel	Q
2	Tout client ou touriste	<input type="checkbox"/> Interne <input checked="" type="checkbox"/> Externe	<input type="checkbox"/> Commercial <input checked="" type="checkbox"/> Opérationnel	E
3	Olga, membre du personnel	<input checked="" type="checkbox"/> Interne <input type="checkbox"/> Externe	<input type="checkbox"/> Commercial <input checked="" type="checkbox"/> Opérationnel	E
4	Tout client ou touriste (ainsi que le personnel de l'office de tourisme)	<input type="checkbox"/> Interne <input checked="" type="checkbox"/> Externe	<input checked="" type="checkbox"/> Commercial <input type="checkbox"/> Opérationnel	E
5	Le personnel de l'office de tourisme	<input checked="" type="checkbox"/> Interne <input type="checkbox"/> Externe	<input type="checkbox"/> Commercial <input checked="" type="checkbox"/> Opérationnel	R

* Quotidiennement : Q ; Régulièrement : R ; Exceptionnellement : E.

La contribution à la sécurité des personnes et des biens

TP Approfondissement → Vigilance renforcée

Vous venez d'être embauché en qualité d'apprenti à l'accueil du siège du **conseil régional de la région Aquitaine**, situé à Bordeaux (33), pour y effectuer votre année de première bac pro Accueil, relation clients et usagers auprès d'Émilie Roussel, votre maître d'apprentissage. Vous devez, avant de pouvoir accueillir et orienter les usagers, vous familiariser avec les procédures exceptionnelles d'accueil mises en œuvre dans le cadre du plan national de vigilance Vigipirate.



- 1 Identifiez l'objectif prioritaire porté par la mise en œuvre du plan Vigipirate sur le lieu de travail en le surlignant, **doc 1**.

Doc 1 Le plan Vigipirate

Le plan gouvernemental Vigipirate est un dispositif permanent qui vise à organiser la mobilisation de tous les acteurs pour la vigilance, la prévention et la protection face aux menaces terroristes.

Il poursuit trois grands objectifs :

- assurer en permanence une protection adaptée des citoyens, du territoire et des intérêts de la France contre la menace terroriste ;
- développer et maintenir une culture de vigilance de l'ensemble des acteurs de la Nation afin de prévenir ou de déceler le plus en amont possible toute menace d'action terroriste ;
- permettre une réaction rapide et coordonnée en cas de menace caractérisée ou d'action terroriste, afin de renforcer la protection, de faciliter l'intervention, d'assurer la continuité des activités d'importance vitale.

Instauré en 1995, ce plan a été plusieurs fois actualisé avant qu'apparaissent en 2014 les deux niveaux d'alerte « Vigilance » et « Alerte attentat ». Il s'applique sur le territoire national, dans toutes ses dimensions, terrestre, aérienne et maritime, ainsi que dans le cyberspace, et également à l'étranger, dans les pays où les ressortissants ou les intérêts français sont menacés, dans le respect de la souveraineté de chaque pays.

www.risques.gouv.fr



2 Différenciez, **doc 2**, vos missions liées à l'existence de ce plan de celles qui relèvent de l'agent de sécurité en complétant l'**annexe 1**.

Doc 2 Des mesures exceptionnelles



- Ouverture automatique des portes d'entrée activée
- Présence d'un agent de sécurité minimum par étage
- Inscription au registre des entrées des nom et heure d'arrivée de l'utilisateur, et du service concerné
- Information par téléphone au service de l'arrivée de l'utilisateur
- Orientation vers le service concerné
- Alerte de l'agent de sécurité en cas de situation particulière ou suspecte



- Ouverture manuelle des portes d'entrée
- Présence de deux agents de sécurité minimum dans le hall d'entrée et d'un agent minimum par étage
- Vigilance accrue dans tous les espaces de circulation (halls, couloirs) et de travail (bureaux, salles de réunion...)
- Orientation vers le portique de sécurité (passage obligatoire)
- Fouille systématique en cas de déclenchement du portique
- Vérification de l'identité de l'utilisateur puis inscription au registre des entrées de ses nom, type et numéro de pièce d'identité, de l'heure d'arrivée, du service concerné puis remise d'un badge visiteur
- Signature par l'utilisateur du registre
- Information téléphonique au service de l'arrivée de l'utilisateur
- Orientation de l'utilisateur vers la salle d'attente jusqu'à l'arrivée de l'agent de liaison du service qui conduira l'utilisateur vers son interlocuteur
- Alerte de l'agent de sécurité en cas de situation particulière ou suspecte

Direction logistique Région Aquitaine

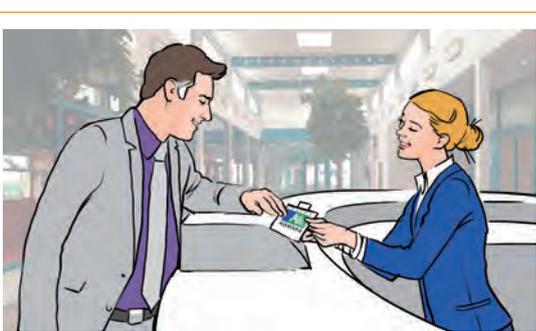
Annexe 1 Mes missions

Mission	Acteur	
	Agent de sécurité	Agent d'accueil
Ouverture des portes	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vigilance dans les espaces de circulation et de travail	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Orientation vers le portique de sécurité	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fouille de l'utilisateur	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Information du registre des entrées	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Information du service par téléphone	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Orientation vers le service	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Accompagnement de l'utilisateur dans les services	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Maintenant que vous vous êtes familiarisé avec les procédures, vous accueillez votre premier usager en période de plan Vigipirate au niveau Alerte attentat.

3 Rédigez, **annexe 2**, la phrase que vous allez formuler dans chacune des phases d'accueil.

Annexe 2 Un usager bien accueilli

Usager	Mon accueil
	<p>« Bonjour monsieur. J'aurais besoin d'une pièce d'identité s'il vous plaît. »</p>
	<p>« Je vous remercie. Je vais vous demander une petite signature ici. »</p>
	<p>« ... Il a rendez-vous avec Mme Leval au pôle agriculture. Il faudrait que l'agent de liaison vienne le chercher. »</p>
	<p>« Je vais vous demander de bien vouloir porter ce badge de manière à ce qu'il soit visible, et de me le remettre lors de votre départ. »</p>
	<p>« Je vous invite à patienter dans l'espace attente. Un agent va venir vous chercher. Au revoir M. Blaret. Bonne journée. »</p>

4 Déterminez les actions à entreprendre dans chacune des situations complexes de l'annexe 3.

Annexe 3 Ma gestion des situations particulières

Situation	Action	
		
Un visiteur se présente et vous annonce qu'il n'a pas sa pièce d'identité. Il a rendez-vous avec Mme Leval du pôle agriculture.	<p>Je le salue.</p> <p>J'inscris ses noms et heure d'arrivée au registre et informe le service concerné.</p> <p>Je l'oriente vers le service.</p>	<p>J'appelle Mme Leval pour lui demander de venir identifier la personne avant de renseigner le registre. Si elle ne le connaît pas, je refuse l'accès.</p>
Mme Tesson, proviseur de votre ancien lycée, se présente. Elle a rendez-vous avec le responsable du pôle Formations.	<p>Je la salue.</p> <p>J'inscris ses nom et heure d'arrivée au registre et informe le service concerné.</p> <p>Je l'oriente vers le service.</p>	<p>Je la salue.</p> <p>Je vérifie son identité avant de renseigner le registre (nom, n° de PI, heure d'arrivée et signature) et lui remets un badge. J'informe le service concerné et l'oriente vers la salle d'attente.</p>
Un visiteur ayant échappé à la vigilance des agents de sécurité se présente à vous sans être passé par le portique qu'il n'a visiblement pas vu.	<p>Je le salue.</p> <p>J'inscris ses nom et heure d'arrivée au registre et informe le service concerné.</p> <p>Je l'oriente vers le service.</p>	<p>Je le salue et le prie de bien vouloir passer par le portique de sécurité.</p> <p>J'alerte l'agent de sécurité.</p>
Monsieur le conseiller régional entre sans passer par le portique de sécurité et se dirige vers les ascenseurs.	<p>Je le salue.</p> <p>J'inscris ses noms et heure d'arrivée au registre.</p>	<p>Je le salue.</p> <p>J'inscris ses noms et heure d'arrivée au registre. Je lui rappelle néanmoins qu'il doit passer par le portail de sécurité, c'est obligatoire.</p>
Alors que plusieurs personnes devant lui attendent que vous soyez disponible, un visiteur s'énerve et sort de la file d'attente pour se diriger vers vous	<p>Je le salue.</p> <p>Je lui demande poliment de reprendre sa place dans la file d'attente.</p>	<p>J'alerte l'agent de sécurité et le laisse gérer la situation.</p>
Un visiteur installé en salle d'attente à proximité de l'accueil fait un malaise.	<p>Je m'avance vers lui pour lui prêter assistance.</p>	<p>J'alerte l'agent de sécurité et le laisse gérer la situation.</p>

La gestion et le suivi des flux

TP Approfondissement → Gestion des flux : SFR sait faire

Vous êtes nouvellement embauché en tant qu'agent d'accueil au sein du groupe SFR, où vous intégrez l'équipe de l'**Espace SFR** de Bordeaux (33), encadrée par Cathy La-ruelle. Vous êtes en charge de la gestion de l'attente des clients et vous devez les accueillir, les questionner sur leurs besoins et les orienter vers le bon interlocuteur au sein du point de vente.



Vous identifiez d'abord les flux de clients afin de repérer plus facilement l'intérêt et l'utilité de ce poste.

- 1 Retrouvez, **annexe 1**, en reportant le numéro correspondant, **doc 1**, les étapes de la circulation de la clientèle au sein de votre boutique.
- 2 Indiquez par une croix la situation de votre poste au sein de l'**annexe 1**.

Doc 1 Le suivi des flux

1. Les clients sélectionnent leur demande sur une borne à l'entrée et sont ensuite orientés vers le vendeur ou le technicien correspondant.
2. L'accueil peut également se faire via un agent d'accueil (ou *welcome manager*) équipé d'un dispositif mobile, comme par exemple une tablette connectée au réseau.
3. Durant l'attente, vos clients peuvent profiter de l'espace de vente et des services en boutique (wifi gratuit, accès à Internet sur tablette, vidéos de présentation des dernières innovations...).
4. Un visiteur qui n'a pas besoin de conseils d'un technicien ou d'un vendeur peut également librement profiter de l'espace de vente pour préparer ses futurs achats. Il ne sera donc pas enregistré dans le système.
5. Par le biais de leur mobile, les clients SFR sont prévenus par SMS de l'imminence de leur prise en charge par un employé SFR.
6. Les clients visualisent sur un écran d'affichage des prochains appels, en temps réel, les temps d'attente restants.
7. Grâce à l'enregistrement des attentes du client, le personnel SFR en est informé et peut y répondre plus précisément.
8. Une fois la vente faite, le passage en caisse est aussi facilité, sans bloquer le visiteur dans une file.



D'après <https://www.esii.com/fr/retail>

Annexe 1 Le plan de la boutique SFR



Vous souhaitez maintenant améliorer les conditions d'attente de vos clients.

- 3 Recensez les origines les plus fréquentes de l'attente de votre clientèle et mises en évidence par votre responsable, **doc 2, annexe 2.**

Doc 2 Les propos de Cathy Laruelle



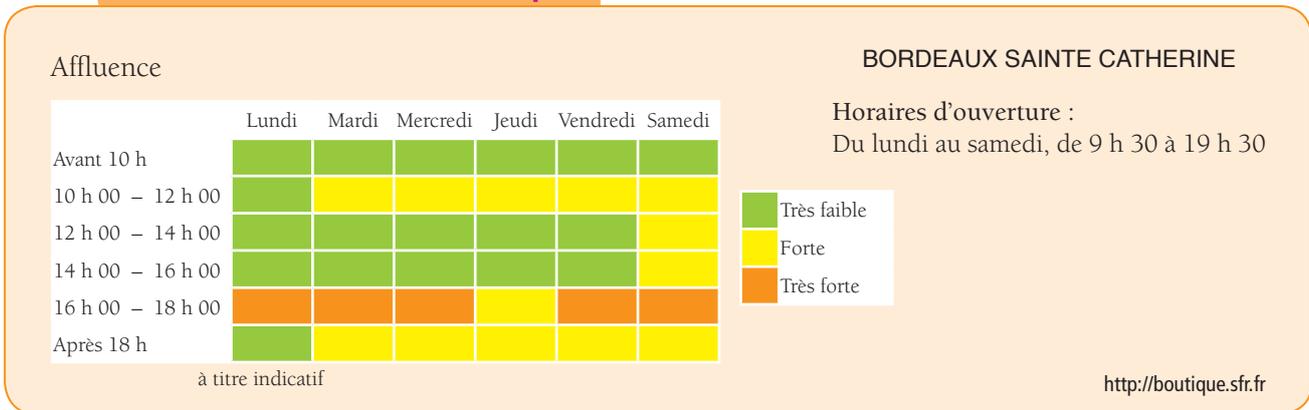
Dans notre agence, nous rencontrons plusieurs pics d'affluence au cours de l'année : comme tout magasin, les périodes de soldes et les fêtes de fin d'année mais nous avons aussi des pics d'activité lors de la sortie nationale de certains téléphones mobiles, comme celle de l'iPhone d'Apple. Par ailleurs, notre groupe SFR crée des animations en périodes creuses pour ramener des clients et contrer la concurrence en proposant des offres commerciales attractives. Tous ces événements entraînent une attente d'une bonne heure pour notre clientèle ; en moyenne, le temps d'attente est de douze minutes pour la gestion d'un dossier client par nos vendeurs et de seize minutes lorsqu'il s'agit d'une prise en charge par nos techniciens du SAV. Ce temps d'attente est doublé en cas de forte affluence et triplé dans les créneaux de très forte affluence.

Annexe 2 Des origines identifiées

Événements commerciaux	Événements calendaires	Événements exceptionnels
<ul style="list-style-type: none"> – Animations spécifiques SFR – Offres commerciales (abonnement, services supplémentaires...) attractifs et compétitifs 	<ul style="list-style-type: none"> – Périodes de soldes – Fêtes de fin d'année 	Sorties nationales de nouveaux téléphones mobiles

4 Relevez pour chaque situation, **annexe 3**, les personnes qui prendront en charge les clients et évaluez les temps moyens passés en agence, en fonction de l'affluence en boutique, **doc 3**.

Doc 3 L'affluence en boutique



Annexe 3 Du temps passé chez SFR

Jour et heure de visite du client	Motif	Personnel SFR concerné			Temps moyen (en heure et/ou minutes)		
		Agent d'accueil	Conseiller-vendeur	Technicien	D'attente	De prise en charge	Passé en agence
Lundi 14 h 00	Mme Correia a fait tomber son téléphone mobile et son écran est cassé. Elle souhaite le réparer.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	16	16	32
Mardi 10 h 45	M. Bousquet souhaite changer d'abonnement et passer sur une formule 4G, avec appels illimités à l'international.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	24	12	36
Mercredi 16 h 30	Mme Birindelli veut changer d'opérateur. Elle n'est plus satisfaite d'Orange qu'elle trouve trop cher.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	36	12	48
Jeudi 12 h 00	M. Galinier profite de sa pause repas pour acquérir le dernier iPhone d'Apple, sorti ce jour.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1 h	12	1 h 12
Samedi 16 h 30	M. Bourguignon, client fidèle, n'arrive pas à se connecter au réseau SFR en wifi avec son nouveau smartphone. Un problème technique est envisagé.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	48	16	1 h 04

Vous informez M. Bourguignon du temps qu'il devra attendre avant d'être pris en charge ; ce dernier montre son agacement. Cathy, votre responsable, intervient pour désamorcer le problème et suggère d'autres solutions à proposer aux clients qui ne peuvent ou ne souhaitent pas attendre.

5 Analysez la situation d'accueil, **doc 4**, en répondant aux questions posées en **annexe 4**.

Doc 4 Les attentes d'Anthony

Anthony: C'est que je ne sais pas pour le moment quelles sont mes disponibilités.

Cathy: Monsieur Bourguignon. Je crois que nous ne nous sommes jamais rencontrés. Je suis Cathy, la responsable de l'agence. Nous sommes samedi et comme vous pouvez le constater, il y a beaucoup de clients en attente à cette heure de la journée. Ce que je peux vous proposer, pour éviter d'attendre trop longtemps nos techniciens qui sont un peu débordés, c'est que nous fixions ensemble un rendez-vous un autre jour, à votre convenance, courant de la semaine prochaine. Cela vous conviendrait-il ?

Anthony: Je comprends tout à fait... Je vois à l'écran que vous faites partie de nos clients privilégiés Gold. Aussi, vous avez la possibilité d'accéder directement en ligne, depuis votre compte client, à notre espace de réservation exclusif. En quelques clics et seulement 24 heures avant, vous pouvez choisir le créneau de votre choix pour un prochain rendez-vous avec l'un de nos techniciens qui vous recevra en agence, sans aucune attente. Qu'en pensez-vous ?

Annexe 4 Une solution au mécontentement

Élément	Votre analyse
Problématique identifié	Le mécontentement du client concerne son attente (de 48 minutes) avant d'être pris en charge par un technicien.
Solution proposée par la responsable	Elle propose dans un premier temps la prise de rendez-vous par ses soins, puis à défaut, directement <i>via</i> le site internet.
Objectifs attendus	Satisfaire les désirs du client, en trouvant une solution à son mécontentement, mais aussi désengorger la file d'attente du SAV durant un créneau de très forte affluence.
Intérêts pour le client	Gagner du temps « perdu » et se sentir valorisé, privilégié.

L'analyse des activités liées à l'accueil

TP Approfondissement → Un forum post-bac décisif

Au sein du **Centre d'information et d'orientation** de Lens (62), où vous êtes hôte standardiste, vous participez avec votre tutrice, Audrey Delmotte, responsable du service accueil, au forum post-bac ouvert à tous les élèves des sections terminales, prévu les 10 et 11 mars prochains. Dans le cadre de la procédure d'admission post-bac (APB), votre tutrice désire effectuer des études statistiques sur les éventuelles poursuites d'études professionnelles en interrogeant un échantillon de lycéens.



- 1 Surlignez la définition du terme échantillon, **doc 1**.
- 2 Déterminez l'échantillon de lycéens professionnels que vous allez interroger pendant le forum. Vous expliquerez l'ensemble de vos calculs, **doc 1, annexe 1**.

Doc 1 La détermination de l'échantillon



Une entreprise ou une administration qui émet un questionnaire réfléchit d'abord à la constitution de son échantillon, c'est-à-dire la partie de la population qui va être interrogée. Sur ce salon sont attendus en moyenne 2 500 élèves de terminales, toutes sections confondues, provenant de 14 établissements. Par souci de temps et de coût, vous n'interrogez que les lycéens inscrits dans les établissements du secteur de Lens, ce qui représente 73 % de l'effectif total venant au forum. Les lycéens en bac professionnel représentent 39 % de ces effectifs. Enfin, vous envisagez une perte de 4 % des questionnaires pour réponses incomplètes ou fantaisistes.

Annexe 1 Le calcul de l'échantillon

Éléments de calcul	Explication du calcul	Résultat
Nombre de lycéens inscrits dans les établissements du secteur de Lens	$2\,500 \times 0,73$	1 825
Nombre d'élèves inscrits en bac professionnel	$1\,825 \times 0,39$	711,75
Nombre de questionnaires incomplets ou fantaisistes	$711,75 \times 0,04$	28,47
Détermination de l'échantillon*	$711,75 - 28,47$	683,28 Soit 683

NB : arrondir votre résultat à l'entier inférieur.

Le forum est terminé. Il vous faut maintenant dépouiller le questionnaire et traduire en pourcentage les réponses données en valeur absolue.

- 3 Calculez, en pourcentage (arrondi à deux décimales), la part de chaque réponse par rapport au nombre total de questionnaires, **annexe 2**.

Annexe 2 La présentation des résultats

Avant le forum, j'avais un projet de formation :

Réponses	Effectif	Part (en %)
Oui	331	48,46
Non	352	51,54
Total	683	100

Après le bac pro, je pense :

Réponses	Effectif	Part (en %)
Chercher du travail	22	3,22
Continuer mes études	646	94,58
Autres (police, armée...)	15	2,20
Total	683	100

Le diplôme qui m'intéresse après mon bac pro :

Réponses	Effectif	Part (en %)
BTS du secteur des services	440	66,56
BTS du secteur de la production	138	20,87
Autres (DUT, université)	83	12,15
Total	661	100

Je préfère poursuivre mes études en BTS :

Réponses	Effectif	Part (en %)
Sous statut scolaire	386	66,78
Par alternance	192	33,22
Total	578	100

Je vais postuler :

Réponses	Effectif	Part (en %)
Pour l'alternance uniquement	58	10,04
Pour le statut scolaire uniquement	376	65,05
Pour les deux	144	24,91
Total	578	100

Ma venue au forum m'a permis de :

Réponses	Effectif	Part (en %)
Conforter mes choix d'orientation	412	60,33
Élargir mes choix d'orientation	126	18,45
Découvrir d'autres formations	145	21,22
Total	683	100

Mon impression générale sur le forum est :

Réponses	Effectif	Part (en %)
Très satisfaisante	95	13,90
Satisfaisante	514	75,26
Insatisfaisante	74	10,84
Total	683	100

Je juge la qualité des informations transmises :

Réponses	Effectif	Part (en %)
Très satisfaisante	138	20,20
Satisfaisante	494	72,33
Insatisfaisante	51	7,47
Total	683	100

- 4 Présentez vos résultats sous la forme d'une note structurée indiquant les poursuites d'études envisagées d'une part, et les avis sur le forum d'autre part, **annexe 3**.

Annexe 3 L'analyse des résultats



De : *Vous (nom prénom)*

À : **Audrey Delmotte**

Objet : **Résultats du forum post-bac de mars 2016**

Introduction présentant les objectifs et le plan de la note

Dans cette note, je vous présente les résultats définitifs du forum post-bac qui s'est déroulé les 10 et 11 mars 2016. D'abord, je vous parlerai de la satisfaction globale des élèves relative au forum. Ensuite, je vous présenterai les orientations envisagées par ces derniers pour la prochaine rentrée.

Avis sur le forum

Le forum demeure un événement incontournable pour nos terminales professionnelles. 89 % déclarent en avoir une bonne impression. De plus, ils ont pu, pour 60 % d'entre eux, conforter leur choix d'orientation et pour 21 % découvrir de nouvelles filières. Nous avons donc un forum très formateur puisque seulement 48 % des visiteurs avaient un projet de formation à leur arrivée. Ceci est certainement dû à la qualité de l'information transmise sur les stands (92 % de satisfaits).

Poursuites d'études envisagées

Il ressort que près de 94 % de lycéens professionnels vont faire une demande de poursuite d'études, dont près de 81 % en BTS. Ce sont les secteurs du service (66 %) et de la production (21 %) qui restent les filières les plus demandées. La formation en alternance représenterait 1/3 des demandes pour la prochaine rentrée scolaire. Les futurs bacheliers demeurent prudents car même si 1/3 souhaite l'alternance, 25 % postuleront aussi en formation initiale sous statut scolaire.

Formule de politesse et signature

Cordialement.

Vos nom et prénom

Pour conclure, Mme Delmotte souhaite que vous complétiez votre enquête par une étude statistique portant sur les orientations post-bac à venir des baccalauréats professionnels.

- 5 Calculez les taux d'évolution pour les différentes périodes évoquées, **doc 2, annexe 4**.

- 6 Commentez vos résultats, **annexe 4**.

Doc 2 Les estimations des vœux

Formations envisagées	2016	2015	2014
BTS du secteur des services	440	309	261
BTS du secteur de la production	138	137	126
Autres formations supérieures	83	97	83
Total	661	543	470

D'après le CIO Lens

Annexe 4 Les données statistiques

Taux d'évolution (en %)	BTS secteur des services	BTS secteur de la production	Autres formations
Calcul 2016/2015	$\frac{(440 - 309)}{309} \times 100$	$\frac{(138 - 137)}{137} \times 100$	$\frac{(27 - 33)}{33} \times 100$
Résultat* 2016/2015	42,39	0,73	- 14,43
Résultat* 2015/2014	18,39	8,73	16,87
Commentaires	On constate une demande croissante de poursuite d'études en BTS du secteur des services (42,39 % en 2016). La demande pour les BTS du secteur de la production est stable (0,73 %). Les autres formations enregistrent une baisse constante depuis 2015 (- 14,43 %).		

* Arrondir à deux chiffres après la virgule.

La procédure de saisie des vœux sur admission post-bac est en cours. Mme Delmotte vous demande de lui fournir une première estimation statistique des vœux formulés par les élèves de bac pro.

7 Calculez en pourcentage la part de chacun des vœux, **doc 3, annexe 5**.

8 Commentez vos résultats, **annexe 5**.

Doc 3 Les premiers vœux bac pro

Origine élèves	Effectifs rentrée 2015	Sexe		Vœu envisagé par les bacheliers professionnels			
		G	F	BTS	DUT	Autres formations supérieures	Aucun vœu
Bac pro secteur des services	112	28	84	67	4	11	30
Bac pro secteur de la production	26	26	0	22	0	0	4
Total bac pro	138	54	84	99	4	11	34
Bac technologique	58	30	28	38	9	7	4
Bac général	132	52	80	18	13	95	6
Total général	328	136	192	145	26	113	44

D'après CIO Lens

Annexe 5 Une première estimation

Élément d'analyse	Part bac pro/ effectif total (en %)	Part des vœux des bac pro en BTS/demande totale en BTS (en %)	Part des bac pro en BTS/effectif total (en %)	Part des bac pro en autres formations/ total autres formations (en %)	Part bac pro n'ayant fait aucun vœu/ effectif total (en %)
Calcul	$(138 / 328) \times 100$	$(99 / 145) \times 100$	$(99 / 328) \times 100$	$(11 / 113) \times 100$	$(34 / 328) \times 100$
Résultat (en %)*	42,07	68,27	30,18	9,73	10,36
Commentaires	À la rentrée 2015, 42 % des élèves sont inscrits en bac pro. 68 % d'entre eux s'orienteront vers le BTS et représenteront alors 30 % de l'effectif total en enseignement supérieur hors universités. Près de 10 % choisiront une autre voie supérieure. Enfin, 10,36 % ne désirent pas poursuivre leurs études.				

* Arrondir à deux chiffres après la virgule.

La transmission et la réception des informations

TP Approfondissement → CLC campe au salon

Vous êtes embauché par **CLC Loisirs** à Valenciennes (59) en tant qu'hôte d'accueil pour seconder Éléonore Dupuis qui se met à temps partiel afin de s'occuper de ses enfants en bas âge. Dans un premier temps, vous travaillez en binôme pour être formé au métier, puis progressivement vous serez autonome sur le poste.

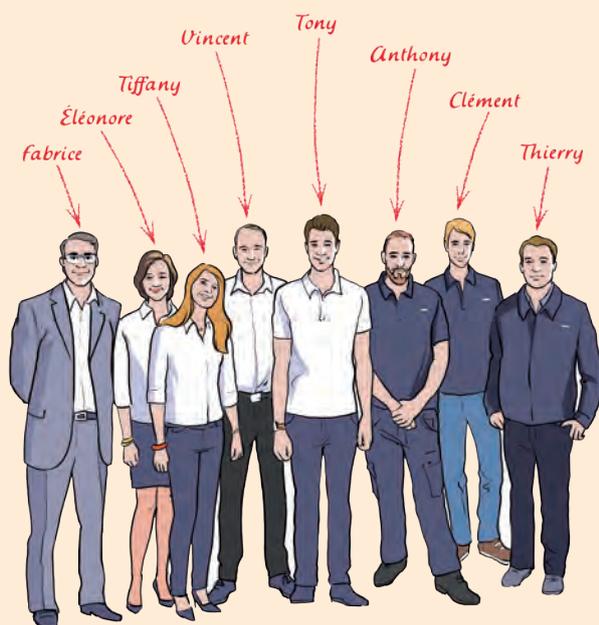


Au sein de l'entreprise, chaque collaborateur a un rôle précis, que vous devez connaître.

- 1 Associez à chaque métier la personne et la fonction qu'elle occupe, selon le service auquel elle appartient, **doc 1**, **annexe 1**.

Doc 1 La présentation de l'équipe

Sous la direction de Fabrice, l'équipe de CLC Loisirs vous propose :



La vente de camping-cars et caravanes

Vincent et Tony sont là pour vous conseiller au sein de notre parc d'exposition représentant des marques prestigieuses en camping-cars et caravanes. Que ce soit en neuf ou occasion, ils sauront être à votre écoute

pour déterminer avec vous le produit répondant à vos attentes.

Le service après-vente et carrosserie

Notre concession dispose d'un atelier spécialisé dans la réparation, l'entretien et la pose d'accessoires. Des professionnels à votre écoute vous proposent le juste diagnostic et une réelle expertise de votre véhicule. Fort de plusieurs années d'expérience dans le domaine du véhicule de loisir, Thierry est à votre service pour apporter le plus grand soin à votre camping-car ou votre caravane. Accompagnés d'Anthony et de Clément, ils feront tout le nécessaire pour que vous puissiez prendre la route en toute tranquillité.

L'accueil et le suivi administratif

Que ce soit pour un rendez-vous SAV, la planification de votre livraison, l'établissement de votre carte grise, Éléonore saura vous guider afin que votre passage chez nous vous apporte entière satisfaction.

Le magasin d'accessoires

Regroupés sous deux enseignes (CLC Accessoires et Narbonne Accessoires), vous avez accès dans notre magasin à un vaste choix de produits adaptés et aux meilleurs prix avec un conseil avisé de nos équipes. Tiffany est là pour vous présenter tous nos produits, du high-tech au matériel de camping. Elle vous apporte son expérience afin que vous trouviez le produit que vous recherchez. Notre service technique propose le montage des accessoires proposés en magasin.

D'après CLC Loisirs, www.clc-loisirs.com

Annexe 1 Les métiers et fonctions de chacun

Métier	Équipier	Fonction dans l'entreprise
Technicien carrosserie et mécanique	Anthony & Clément	<input type="checkbox"/> Direction <input checked="" type="checkbox"/> Production <input type="checkbox"/> Commercialisation
Assistante commerciale	Éléonore	<input type="checkbox"/> Direction <input type="checkbox"/> Production <input checked="" type="checkbox"/> Commercialisation
Responsable de concession	Fabrice	<input checked="" type="checkbox"/> Direction <input type="checkbox"/> Production <input type="checkbox"/> Commercialisation
Responsable atelier technique	Thierry	<input type="checkbox"/> Direction <input checked="" type="checkbox"/> Production <input type="checkbox"/> Commercialisation
Vendeur en accessoires	Tiffany	<input type="checkbox"/> Direction <input type="checkbox"/> Production <input checked="" type="checkbox"/> Commercialisation
Conseiller commercial	Vincent & Tony	<input type="checkbox"/> Direction <input type="checkbox"/> Production <input checked="" type="checkbox"/> Commercialisation

2 Repérez, pour chaque client ou visiteur, le ou les collaborateurs concernés, **doc 1**, **annexe 2**.

Annexe 2 À chaque situation, la bonne personne

Situation	Collaborateur(s) à contacter
M. Pernad est hospitalisé. Son épouse vous téléphone pour annuler son rendez-vous concernant la livraison de sa caravane Pilote qu'ils ont commandée le mois dernier.	Éléonore (ou moi)
Les époux Duchord souhaitent faire l'acquisition d'une parabole automatique pour recevoir la télévision par satellite. Ils veulent des renseignements sur le coût d'acquisition et d'installation de cet appareil.	Tiffany, Thierry
M. Rapond souhaite remplacer son vieux camping-car intégral par un camping-car avec capucine* plus récent. Il hésite à l'acheter neuf.	Vincent & Tony
Mme Viennal veut rencontrer un responsable. Elle n'est pas contente de l'état de saleté laissé la veille dans son camping-car par le personnel de l'atelier, suite à l'installation d'une nouvelle cabine de douche. Le service technique est fermé le samedi.	Fabrice
M. Pynel, commercial chez Mooveo, a adressé un e-mail pour présenter la nouvelle collection de camping-cars qui sera disponible à la vente dès le mois prochain.	Vincent & Tony
En manœuvrant avec son camping-car, Mme Locquas a accidentellement accroché la partie droite arrière et cassé le clignotant. Elle veut un devis précis de réparation et connaître le délai d'intervention. Le chef d'atelier est parti en congé durant 15 jours.	Anthony & Clément

* Capucine : zone d'accueil située au-dessus du poste de conduite, le plus souvent destinée au couchage via un lit intégré.

Éléonore vous indique que chaque collaborateur communique le plus souvent à l'aide d'un collecticiel.

3 Identifiez, en la soulignant directement dans le **doc 2**, la définition d'un collecticiel

Doc 2 Le collecticiel

Un collecticiel (ou *groupware* en anglais) est un logiciel qui permet à un groupe de personnes de partager des documents à distance pour favoriser le travail collaboratif. Il existe trois finalités :

- échanger des informations et communiquer, par exemple partager un calendrier, des listes de tâches à accomplir (avec possibilité de les déléguer) assorties de dates butoirs ;
- coordonner plusieurs personnes et organiser de façon simplifiée des réunions par consultation automatique des plages libres de chacun (avec réservation facilitée de la salle de réunion ou des salles de téléconférence) ;
- faire travailler de manière asynchrone* et sans les réunir ou sans qu'elles aient besoin de se connaître des personnes construisant collaborativement un même document (livre, scénario, cours universitaire, cahier des charges, plan, carte, etc.).

* Asynchrone : se dit d'événements ou d'actions qui ne se produisent pas au même rythme, en même temps.

4 Retrouvez, **annexe 3**, pour chaque situation décrite au **doc 4**, l'utilisation du collecticiel faite par les collaborateurs, **doc 3**.

5 Identifiez ensuite la finalité du collecticiel (communiquer, coordonner, collaborer), **annexe 3**.

Doc 3 Les types de collectif

On peut classer les collectifs selon les dimensions d'espace et de temps.

	Même moment	Moments différents
Même lieu	L'outil aide l'animateur de la réunion en face à face à rendre celle-ci vivante, à veiller à ce que tous les participants soient impliqués, à prendre des décisions par vote, etc. On retrouve dans cette catégorie des outils informatiques d'organisation de réunions : les tableaux blancs électroniques, les salles électroniques, les PC et projecteurs d'écran, les systèmes d'aide à la décision de groupe, etc.	Il s'agit d'un moyen d'accéder à l'information dans des bases de données partagées, ou les serveurs d'information en ligne, etc. Les personnes peuvent apporter leur contribution à des moments différents selon leur disponibilité, en s'appuyant sur les systèmes de gestion de documents (GED), les kiosques, les tableaux d'affichage ou des post-it électroniques, etc.
Lieux différents	Cette catégorie emploie de nombreuses technologies, surtout des outils de télécommunication (ex. : Skype) pour des réunions virtuelles : les téléconférences, les visioconférences, les liaisons satellites, les PC à écran partagé, etc.	On trouve dans cette classification des outils qui transportent de l'information, entre les différentes personnes (comme la messagerie électronique ou le routage des formulaires) afin d'obtenir une coordination permanente des personnes et de leur travail (ex. : Gmail ou Outlook).

Doc 4 Des situations au quotidien

1 Avec les autres magasins du groupe CLC, nous avons très régulièrement des formations ou des réunions à distance pour redéfinir les objectifs donnés par le siège.

2 Quand Fabrice anime une réunion de groupe, il présente à toute l'équipe les résultats obtenus et attendus, qu'il projette à l'écran et qu'il diffuse instantanément sur les tablettes et portables de chaque vendeur.

3 Lorsque je planifie des rendez-vous, pour l'atelier ou pour des livraisons, je complète un agenda électronique commun qui se met à jour automatiquement. Lorsque les vendeurs et les techniciens le consultent, ils sont alors au courant des activités à réaliser chaque jour, et moi je connais leurs congés et leurs disponibilités.

4 Toute l'équipe est mobilisée pour préparer notre stand au salon des Véhicules de loisirs. Chacun utilise la base de données des années antérieures qui est déposée sur le serveur central. On la consulte de n'importe où et à n'importe quel moment de la journée pour y apporter de nouvelles idées et planifier nos futures interventions au salon.

Annexe 3 Les caractéristiques du collectif

Situation	Utilisation temporelle du collectif		Utilisation géographique du collectif		Finalité
	Au même moment	À un moment différent	Dans un même lieu	Dans des lieux distants	
1	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Coordonner
2	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Communiquer
3	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Coordonner
4	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Collaborer

Votre société va participer au salon des Véhicules de loisirs du 24 octobre au 2 novembre prochain. Vous organisez les tâches préparatoires à cette manifestation, listées lors de la dernière réunion de travail, **doc 5**.

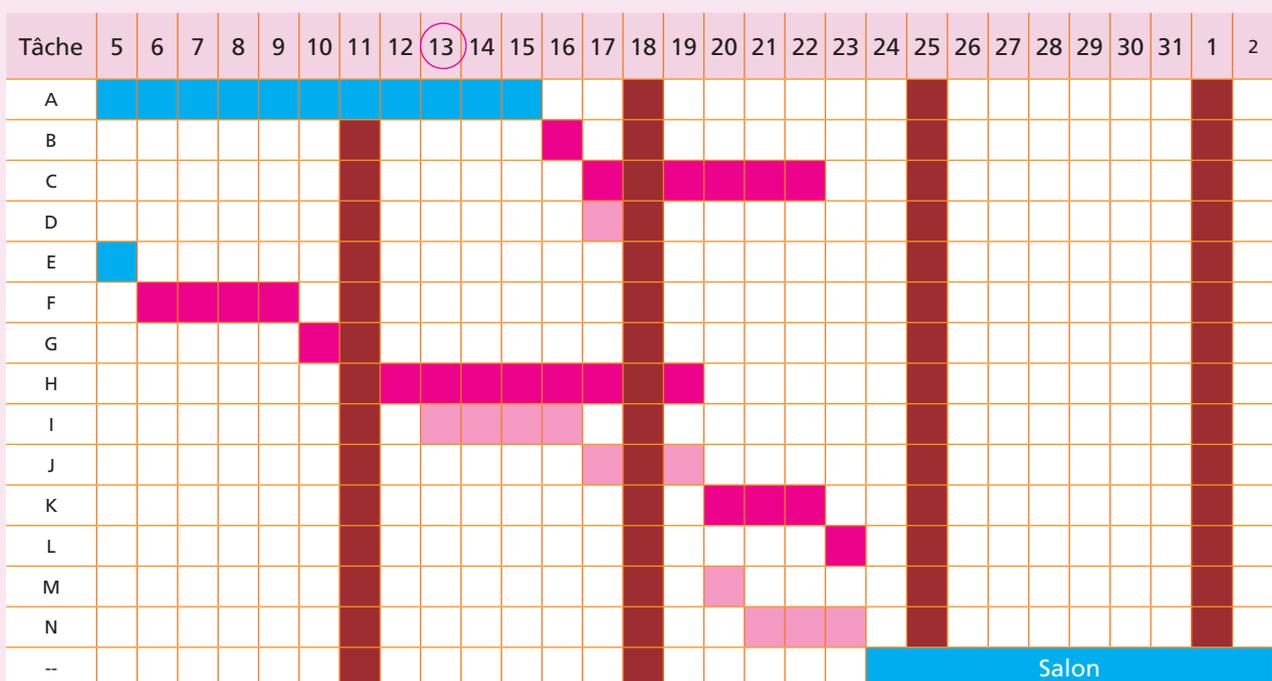
- 6 Déterminez la durée minimale de préparation de cette opération, en créant un diagramme de Gantt, **annexe 4**.
- 7 Entourez la date de début de votre mission au sein de cette action, **annexe 4**.

Doc 5 Les tâches préparatoires

Tâche	Description	Durée*	Tâche(s) antécédente(s)	Équipe
A	Recherche auprès de nos partenaires du matériel de démonstration (affiches, flyer	10	--	Vincent et Tony
B	Choix du fournisseur et commande du matériel	1	A	Fabrice
C	Livraison du matériel (affiches, flyers) à la concessi	5	B	--
D	Opération relative aux assurances	2	I	Éléonore et vous
E	Détermination du budget de l'opération	1	--	Fabrice
F	Recherche de fournisseurs du stand d'exposition	4	E	Tiffany
G	Choix du fournisseur et réservation du stand	1	F	Fabrice
H	Livraison du matériel d'exposition à la concession	7	G	--
I	Recrutement des hôtesse événementielles	4	E	Éléonore et vous
J	Formation des hôtesse	2	I et C	Éléonore et vous
K	Mise en place du stand à la salle Gayant Expo	3	H	Thierry avec Vincent ou Tony
L	Décoration et installation diverses sur le stand	1	C et K	Tiffany
M	Conception du publipostage clients avec deux invitations (entrées gratuites au salon)	1	J	Éléonore et vous
N	Envoi du courrier aux clients	3	M	Éléonore et vous

* Durée en jours ouvrables.

Annexe 4 Le diagramme de Gantt



La participation à la démarche qualité

TP Approfondissement → Une bonne impression...

Vous réalisez votre période de formation en entreprise chez Guillaume Héloir, propriétaire de la chambre d'hôtes **Impression indienne** à Raismes (59). Affilié au label « Clé Vacances », Guillaume Héloir vous demande de l'aider à améliorer sa démarche qualité.



- 1 Repérez quatre éléments prouvant que M. Héloir est engagé dans une démarche qualité, **doc 1**, **annexe 1**.

Doc 1 Une chambre d'hôtes originale

Installée dans les dépendances d'une maison typique de la région Nord, sur la grand-place de Raismes, Impression indienne est une chambre d'hôtes de charme et de très grand confort (3 clés au label Clé Vacances), de 35 m² avec un grand lit rond et un espace spa avec jacuzzi privatif de cinq places, totalement réservé aux hôtes. La chambre d'hôte met à disposition un équipement de grand standing, digne d'un hôtel de luxe : TV TNT, lecteur de DVD, hi-fi haut de gamme avec CD, plateau d'accueil (café et thé), jeux de société coquins et bandes dessinées érotiques, huiles de massage, bougies parfumées et encens...

Le prix comprend le petit déjeuner et il y a aussi de nombreux services pour rendre le séjour encore plus agréable et sans stress !

Le **service gourmand** : en partenariat avec l'Atelier 23, maître artisan boulanger, pâtissier et chocolatier à Raismes, propose de commander des desserts, servis directement dans la chambre.

Le **service romantique** : en partenariat avec Carole, artisan fleuriste d'Espace Floral à Raismes, propose un service de fleurs livrées dans la chambre.

Ouvert depuis quatre ans, la clientèle est fidèle et permet à cette chambre d'hôtes d'atteindre un taux d'occupation de 96 %.

Impression Indienne
Chambre d'hôte - Spa

Contactez Guillaume pour plus d'informations et pour réserver votre séjour !

	Nuit Romantique	Nuit de Folie
lundi	129 €	199 €
mardi	129 €	199 €
mercredi	129 €	199 €
jeudi	129 €	199 €
vendredi	149 €	219 €
samedi	149 €	219 €
dimanche	129 €	199 €

Week-end complet 289 € 2 nuits

Semaine complète 899 € 7 nuits

Tarif dégressif à partir de 3 nuits consécutives !
Les veilles de fête et les jours fériés sont au tarif du samedi.

Guillaume et Mogali Héloir, 42 Grand Place, 59590 Raismes, Nord, France
tel : 06 82 33 41 90 site : impression-indienne.fr mail : contact@impression-indienne.fr

Annexe 1 La démarche qualité

Élément	Justificatio
Fidélisation de la clientèle	Les clients reviennent, les réservations sont nombreuses, ceci témoigne d'une bonne qualité des services proposés.
Choix des fournisseurs	M. Héloir fait appel à des artisans locaux pour proposer des services de qualité.
Équipement de la chambre	M. Héloir propose un équipement varié et de qualité : spa, hi-fi haut de gamme...
Label Clé Vacances	La chambre d'hôtes dispose de « 3 clés » témoignant d'un établissement de très bon confort.

2. Surlignez en **jaune** les avantages et en **vert** les contraintes du label Clé Vacances, **doc 2**.

Doc 2 Le label Clé Vacances

Né en 1995, le label Clé Vacances a pour vocation de garantir et promouvoir des hébergements locatifs de qualité, partout en France.



Le label Clé Vacances repose sur une **charte qualitative exigeante**. Trois types de critères sont évalués :

- **l'aménagement intérieur** : confort, mobilier, décoration, équipements, distribution et définition des pièces ;
 - **l'environnement de la location** : mise en valeur extérieure de l'hébergement (bâtiment, abords, site...), calme, etc. ;
 - **l'accueil et l'assistance** : garantie d'un accueil personnalisé par le propriétaire.
- Pour entrer dans le label, chaque hébergement est soumis à une **visite de labellisation**. Un professionnel Clé Vacances agréé évalue la location au regard des critères de la charte de qualité du label. Par la suite, **une visite de contrôle intervient tous les trois ans**. L'hébergement peut alors gagner des clés... ou **en perdre, voire être radié**, si le propriétaire ne respecte pas les engagements de la charte. En adhérant à Clé Vacances, vous bénéficiez de nombreux outils et d'un accompagnement professionnel pour concrétiser votre projet, puis le pérenniser :
- le site national www.clevacances.com est le **plus court chemin vers la clientèle** : dès votre adhésion, votre bien est automatiquement référencé sur notre **plateforme de réservation**, avec une fiche descriptive détaillée, agrémentée de nombreuses photos ;
 - chaque antenne départementale ou régionale Clé Vacances édite un **catalogue annuel** présentant son parc d'hébergements. Ces supports sont diffusés en France et à l'étranger, **via** les offices de tourisme, les salons du tourisme, dans les maisons de pays, les comités d'entreprises...
 - tout nouvel adhérent reçoit **une information** sur les fondamentaux de l'activité de loueur et du label, pour démarrer du bon pied. Par la suite, **des formations spécifiques** permettent de faire le point sur des thématiques particulières (régime fiscal du loueur, pratique de l'anglais, utilisation de l'Internet, etc.).

Pour bénéficier de ces avantages, **un droit de 100 euros** par chambre est payable à l'adhésion, ensuite **une cotisation de 110 euros** par chambre est à verser tous les ans. Clé Vacances ne prélève pas de commission sur les ventes.

D'après www.clevacances.com/fr/

Les clés du confort

 Confort simple

 Bon confort

 Très bon confort

 Excellent niveau de confort et d'équipements

 Équipements et environnement exceptionnels

3 Élaborez un questionnaire permettant de relever les avis des clients, **doc 3**, **annexe 2**.

Doc 3 Les consignes de Guillaume



Les petits mots laissés sur le livre d'or font plaisir mais ne me sont pas d'une grande utilité. Si je veux améliorer la qualité de mon offre, je dois en savoir plus. J'aimerais que tu termines le questionnaire de satisfaction que j'ai commencé.
Attention, nos clients sont là pour se détendre, le questionnaire doit être facile et rapide à compléter. Il faudra aborder l'ensemble de mon offre : l'accueil, la chambre et le spa, les services, le petit déjeuner...
Tu pourras quand même finir par une question ouverte concernant les points à améliorer, de nouveaux services...

Annexe 2 Des questions utiles

QUESTIONNAIRE DE SATISFACTION



Chers hôtes,
Nous espérons que votre escapade dans notre chambre restera inoubliable pour vous. Pour nous aider à progresser nous aurions besoin de votre avis (1 = à revoir, 2 = moyen, 3 = bien, 4 = parfait).
Qu'avez-vous pensé de...

L'accueil	1	2	3	4	La chambre et le spa	1	2	3	4
Facile à trouver					Propreté				
Pot d'accueil					Confort				
Explications/spa					Équipement				
Informations/région					Décoration				
Les services	1	2	3	4	Le petit déjeuner	1	2	3	4
Disponibilité du personnel					Qualité des produits				
Choix proposé					Diversité des produits				
Service gourmand					Quantité proposée				
Service romantique					Amplitude horaire				

Dans l'hypothèse d'une prochaine visite, quels sont les points que nous devrions améliorer ou les nouveaux services que nous devrions proposer ?

Merci pour votre aide et à très bientôt

Plusieurs questionnaires ont été complétés par vos clients. Un des points à améliorer concerne le petit déjeuner. Une majorité de clients aimeraient se voir proposer plus de produits typiques du Nord-Pas-de-Calais.

4 Sélectionnez le label qui permettrait de répondre à la demande des clients, **annexe 3**.

Annexe 3 Le choix du label

Label				
Définitio	<p>Le concours « Élu produit de l'année » est organisé par la société Produits de l'Année France SAS.</p> <p>Le concept est simple : donner la parole aux consommateurs. Ceci a pour effet de créer un véritable lien entre les consommateurs, les marques et les produits innovants. Ce lien est dû en grande partie au référentiel consommateur : plus de 10 000 répondants votent chaque année pour élire Les Produits de l'année, selon plusieurs critères : innovation, attractivité, satisfaction.</p>	<p>Le Label rouge est un signe de qualité français qui atteste un niveau de qualité supérieure.</p> <p>Le produit Label rouge doit répondre aux exigences définies dans un cahier des charges homologué. Le respect des cahiers des charges par les opérateurs est contrôlé régulièrement tout au long de la production par des organismes certificateurs indépendants et impartiaux.</p>	<p>Saveurs en or est la marque collective qui valorise et recommande les produits alimentaires régionaux.</p> <p>Les critères d'adhésion sont :</p> <ul style="list-style-type: none"> – site de production ou de transformation situé en région Nord-Pas-de-Calais-Picardie ; – utilisation maximale d'ingrédients issus de la région ; – contrôles par un organisme indépendant tous les ans ; – validation par des dégustations d'un jury de consommateurs. 	<p>L'appellation d'origine contrôlée (AOC) est un label officiel français, de protection d'un produit lié à son origine géographique et à certaines caractéristiques de fabrication. Il garantit l'origine de produits alimentaires traditionnels, issus d'un terroir et d'un savoir-faire particulier.</p> <p>Les appellations d'origine sont des certifications officielles de provenance et de savoir-faire délivrées après contrôles par un organisme dépendant d'un ministère.</p>
Label, marque, concours, récompense, jeu...	Concours	Label	Marque	Label
Certification officielle (reconnue par l'État)	Non	Oui	Non	Oui
Contrôle par un organisme indépendant	Non	Oui	Oui	Non
Dégustation par un panel de consommateurs	Non	Non	Oui	Non
Garantie de l'origine régionale	Non	Non	Oui	Oui
Votre choix			X	
Justificatio	<p>Les produits identifiés Saveurs en or sont fabriqués dans la région Nord, ils ont été contrôlés par un organisme indépendant et ont été testés par des consommateurs. L'ensemble de ces critères permettent de garantir la qualité et l'origine des produits proposés au petit déjeuner.</p>			

La préparation de la vente

TP Approfondissement → Rugir de plaisir

Vous êtes embauché comme chargé d'accueil au sein du **parc animalier d'Amnéville**, en Moselle (57). Pierre Louis, votre responsable, vous explique qu'il est important de connaître votre entreprise et son marché, afin de mieux répondre aux interrogations des visiteurs sur le zoo, ses spectacles et animations.



1 Étudiez les caractéristiques du zoo d'Amnéville, **doc 1**. Complétez à cet effet l'**annexe 1**.

Doc 1 Un zoo atypique

Situé dans une région qui ne figure pas au rang des plus touristiques de France, le parc zoologique d'Amnéville réussit pourtant à attirer de nombreux visiteurs : près de 600 000 en 2013, ce qui en fait le troisième plus visité, après Beauval (900 000 visiteurs) et La Palmyre (700 000 visiteurs). [...] Le succès du parc, fondé en 1986 par Michel Louis et Jean-Marc Vichard, était pourtant loin d'être écrit à l'avance. Néo-phytes, les deux hommes ont eu l'idée de miser à fond sur les investissements [...]. Grâce à cette politique, de nouvelles animations voient le jour tous les deux ans maximum. [...] Mieux, cette Scop (Société coopérative et participative) peut même s'offrir le luxe de financer, à hauteur de 500 000 euros l'an dernier, près d'une vingtaine de programmes de conservation d'animaux dans leur milieu naturel à travers le monde. « *Cela nous tient à cœur* », affirme Hervé Santerre, pour qui le zoo d'Amnéville est avant tout un nid de passionnés engagés en faveur de la protection animalière. Ainsi, si le parc est bien une entreprise, son directeur assure que la pédagogie et la conservation des espèces sont ses raisons d'être. [...] Travaillant beaucoup avec les écoles de la région, le zoo y envoie même ses spécialistes pour sensibiliser les enfants à la protection des animaux et à l'impact de l'Homme sur la nature.

D'après France soir.fr, 27 octobre 2014



Florange et Gandrange, hauts lieux voisins de la sidérurgie en Lorraine, ne sauraient occulter le joyau qu'est le zoo d'Amnéville, [...] un site regroupant 2 000 animaux issus de 360 espèces différentes dans un écrin de verdure de 18 hectares où les spectacles et animations sont légions, à l'instar de Tigerworld.

Le zoo d'Amnéville, ce ne sont pas seulement les tigres mais aussi des otaries, des spectacles à cheval ou les traditionnels nourrissages d'animaux. Un lieu fleuri, propice à la promenade, où l'on se sent bien, qui ressemble plus à un parc d'attractions par son aspect bon enfant, joyeux, et particulièrement bien agencé avec ses trois kilomètres d'allées, ses toilettes et points d'eau, ses espaces détente, ses nombreux lieux de restauration, sa boutique de souvenirs. [...] Il faut dire que les visiteurs viennent de loin, de très loin même. Sur un chiffre d'affaires de près de 16 millions d'euros, Michel Louis en dépense plus de 15 % en communication (2,5 M€), d'où des publicités et des panneaux de 4 x 3 m dans tout l'Est de la France. [...] « *Dès lors qu'on veut se développer, il faut communiquer. Car nous sommes le seul grand zoo privé sans clientèle touristique* [...] », note Michel Louis [...]

D'après L'Alsace.fr, 20 juillet 2015

Annexe 1 Le zoo en quelques mots

Élément d'analyse	Information	
Chiffre d'affaires en valeur	16 millions d'euros.	
Nombre de visiteurs	600 000 personnes ont visité le zoo en 2013.	
Place sur le marché	Il figure à la troisième place des zoos derrière celui de Beauval, le leader avec 900 000 visiteurs et son challenger, La Palmyre avec 700 000 visiteurs.	
Positionnement	Le parc animalier ne se veut pas seulement un zoo. Il est aussi un lieu pédagogique, un lieu de protection et de conservation des différentes espèces animales.	
Politique de communication	<p>La publicité représente plus de 15 % du chiffre d'affaires annuel (2,5 millions d'euros) car le parc n'a pas réellement de clientèle touristique. Il doit absolument se faire connaître.</p> <p>Pour cela il choisit de communiquer par voie d'affichage dans l'Est de la France.</p>	
Cible principale	Il s'agit des scolaires. Le zoo veut sensibiliser les élèves à la protection des animaux et à l'impact que l'Homme peut avoir sur la nature.	
Autres cibles possibles	Le zoo vise aussi les familles, les clubs sportifs, les associations, les comités d'entreprise, les entreprises pour l'organisation de séminaires...	
Points forts	<ul style="list-style-type: none"> – 2 000 animaux provenant des 5 continents et issus de 360 espèces. – Nombreux spectacles et animations (otaries, nourrissage d'animaux, tigres...). – Plusieurs lieux de restauration et de détente, boutique de souvenirs, lieu fleuri et propice à la promenade avec ses trois kilomètres d'allées. – Participation engagée à la conservation des animaux dans leur milieu naturel. – Volonté de renouvellement des animations tous les deux ans. <p><i>Accepter toute réponse logique et cohérente.</i></p>	

Un nouveau projet consacré aux tigres, Tigerworld, a vu le jour récemment. Votre tuteur vous propose de découvrir cette nouvelle attraction afin d'en préparer l'argumentaire de vente.

- 2 Rédigez un argumentaire personnalisé autour des six mobiles d'achat SONCAS en respectant la méthode CAP, **doc 2**, **annexe 2**.

Doc 2 Le tigre comme moteur

Après deux ans de travaux et d'éducation de neuf tigres, le zoo d'Amnéville présente un spectacle de fauves absolument unique au monde, dans un univers fantastique de décors grandioses, de projections numériques et d'effets spéciaux. Un hommage à cet animal menacé de disparition.

Rémy Flachaire et Michel Louis ont uni leur passion et leurs compétences pour lancer et mener à bien cette fabuleuse aventure. [...] Ils ont dressé les tigres eux-mêmes, avec l'aide des deux grands maîtres de cette discipline que sont William Vos et Yann Gruss : un dressage tout en douceur, à la voix, sans jamais les contraindre. [...]

Le zoo répartit chaque année 110 000 € entre quatre programmes de conservation du tigre. Il est ainsi, parmi tous les zoos du monde, le premier soutien financier pour la sauvegarde de ce fauve mythique. [...] Une extraordinaire démonstration de dressage en douceur qui met en valeur l'animal, sa beauté, ses capacités physiques. Les exercices sont ponctués de séquences « tendresse » dont certaines ont rarement été tentées avec des tigres ; elles démontrent une confiance, une véritable complicité entre le dresseur et ses fauves. [...]

Avec 53 mètres de diamètre, la salle de spectacles compte 2 000 sièges à dossiers avec visibilité totale et apparaît comme une immense caverne abritant un temple khmer et s'ouvrant sous la montagne au cœur de la jungle. On y pénètre par une grotte préhistorique ornée de gravures rupestres, tandis que des cascades jaillissent d'une falaise haute de 16 m. [...] En dehors des spectacles*, les tigres disposent de vastes loges intérieures et de parcs extérieurs végétalisés couvrant 600 m² et comportant chacun une piscine [...] : l'animal vit en sécurité, reçoit une nourriture saine et abondante ; il est à l'abri des intempéries, vacciné, soigné s'il est malade : ainsi, il vit [...] plus longtemps que dans la nature. Mais il faut éviter qu'il s'ennuie par manque d'activité ; le dressage en complicité avec l'homme fournit à l'animal une véritable activité et une motivation, qui sont très bénéfique à son psychisme et à son bien-être.

Le zoo se veut écologique puisqu'il sensibilise le public à la sauvegarde du tigre, à la lutte contre le trafic d'animaux et la déforestation. La pédagogie est aussi omniprésente à Tigerworld : en avant-spectacle, un film en partie tourné au Cambodge est diffusé sur un écran de 43 mètres ; des espaces éducation de toute beauté sont consacrés à la biologie du tigre et à sa conservation ; un parcours aventures permet aux enfants de partir à la recherche du préhistorique tigre à dents de sabre ; un film explique les méthodes de dressage.

D'après l'Union.fr, 4 juin 2015

* Les tarifs incluent le zoo, tous les spectacles et animations y compris Tigerworld.

ZOO d'Amnéville
Un des plus beaux d'Europe !

TIGER WORLD
UN SPECTACLE ÉPOUSTOUFLANT

2000 animaux des 5 continents
Tél. : 03 87 70 25 60 - <http://www.zoo-amneville.com>
A4 - A31, entre Metz et Thionville

Annexe 2 Mon argumentaire Tigerworld

Mobiles d'achat	Mes arguments
Sécurité	Le zoo lutte activement pour la protection des grands prédateurs menacés de disparition. À cet effet, il participe à quatre programmes de conservation du tigre.
Orgueil	Venez rendre hommage aux tigres à travers un spectacle unique au monde, mêlant à la fois fantastique, effets spéciaux et neuf tigres en action, dressés par deux spécialistes du tigre et du cirque que sont messieurs Vos et Gruss.
Nouveauté	Venez découvrir cette attraction unique qui intègre pour la première fois démonstration de dressage, pédagogie et séquences tendresse entre un homme et ses tigres.
Confort	Vous serez totalement dépaysés car, tout en étant confortablement installés, vous aurez l'impression de vous retrouver en plein milieu d'une jungle cambodgienne face à l'un des animaux les plus dangereux de la planète.
Argent	Vous n'aurez aucun supplément à verser pour ce spectacle puisque nos tarifs comprennent la visite, les spectacles et animations, dont Tigerworld.
Sympathie	Cet époustouflant spectacle ravira petits et grands ; vous vous approcherez au plus près des tigres et partagerez avec eux un vrai moment de complicité.

Pierre Louis vous soumet deux objections fréquemment formulées par les visiteurs.

3 Prenez-en connaissance et proposez une réponse adaptée à chacune d'entre elles, **doc 2, annexe 3.**

Annexe 3 Des objections courantes

Les animaux ne sont plus en liberté et en plus vous leur faites faire un spectacle.

Sois sûr qu'un tigre vivant dans un zoo vit plus longtemps que dans la jungle. De plus, c'est un animal qui a besoin de bouger sinon il s'ennuie très vite. Participer à un spectacle le motive et contribue à sa santé.

Tigerworld est un spectacle comme un autre, qui a pour seul but de faire venir du monde.

Au contraire, Tigerworld a une vocation éducative et écologique. Il veut sensibiliser les visiteurs à la beauté du tigre, à sa sauvegarde et à la lutte contre le trafic. La pédagogie est aussi omniprésente avec des espaces éducation, un film sur les méthodes de dressage, un parcours aventures pour les enfants.

L'entretien de vente et la proposition d'un service

TP Entraînement → À chacun ses besoins

Vous êtes chargé d'accueil chez **Philae**, un spa thermal situé à Saujon (17), sous la responsabilité de Manuela Millot. Cet établissement propose un accès au centre aquatique (piscine, jacuzzi, sauna, hammam et douche sensorielle), une gamme de soins à base d'eau thermale, mais aussi différents massages réalisés par des kinésithérapeutes. Votre mission consiste à prendre en charge l'accueil téléphonique et proposer aux clients des prestations adaptées à leurs besoins.



Votre travail

- 1 Prenez connaissance du descriptif des soins à la carte, **doc 1**, puis complétez l'**annexe 1**.
- 2 Reformulez les demandes des clients, **annexe 2**.
- 3 Proposez un avantage puis un mobile d'achat pour chaque massage proposé à la carte, **annexe 3**.

Doc 1 Les prestations Philae

L'invitation au bien-être

Parce que le repos de l'esprit passe par celui du corps, prenez la destination de Philae, pour voyager dans un espace où la sérénité, la douceur et la lumière se sont invitées.

L'eau thermale de Saujon est une eau millénaire ; lent distillat du passé, elle est riche en lithium, magnésium et autres oligoéléments appropriés à l'équilibre du système neurovégétatif.

SPA THERMAL PHILAE

Comprenant un accès à durée illimitée à la piscine, aux hydrojets, au jacuzzi, au sauna, au hammam et aux séances d'aquagym.

ENTRÉE PHILAE	17,00 €
CARNET DE 10 ENTRÉES	150,00 €
FORFAIT 3 SEMAINES	150,00 €

DRAINAGE LYMPHATIQUE

Massage qui effectue des pressions manuelles douces et régulières afin de stimuler la circulation de la lymphe

Séance de 30 min.....	51,00 €
Séance de 60 min.....	71,00 €
Les 5 séances de 30 min.....	200,00 €

DO-IN, SÉANCE DE GROUPE

Technique de pressions effectuées soi-même avec les doigts et les mains

La séance de 60 min.....	8,00 €
Les 3 séances	22,00 €

■ MASSAGES & SOINS DE RELAXATION

Réalisés par des masseurs-kinésithérapeutes. Réservation obligatoire.

MASSAGE SOUS EAU 20 MIN	37,00 €
Sous une pluie fine de micro-gouttelettes, il permet un relâchement général	

MASSAGE À SEC AUX HUILES

À l'aide d'un baume décontractant de tout le corps, utilisant des techniques de glissées, de pressions, d'étirements et de mouvements respiratoires

Séance de 30 min.....	49,00 €
Séance de 60 min.....	65,00 €

MASSAGE JAMBES LOURDES

Ce massage va réactiver la circulation sanguine et délasser les membres fatigués. Vos jambes seront soulagées et plus légères.

Séance de 30 min.....	49,00 €
-----------------------	---------

MASSAGE CALIFORNIEN

Le massage californien est avant tout un massage de détente.

Ce massage vous apportera une meilleure irrigation des tissus, un retour à l'équilibre nerveux dû à l'effet d'apaisement provoqué par la stimulation de nombreuses terminaisons nerveuses.

Séance de 50 min.....	72,00 €
-----------------------	---------

MASSAGE ANTI-CELLULITE

Massage de type palper-rouler pour déstocker les cellules graisseuses, puis drainage

Séance de 30 min.....	50,00 €
Séance de 60 min.....	70,00 €
Les 6 séances de 30 min.....	260,00 €

SHIATSU

Du japonais "shi" qui signifie doigts et "atsu" qui signifie pression. Massage qui effectue des pressions sur des points des méridiens de l'acupuncture

Séance de 30 min.....	53,00 €
Séance 60 min.....	73,00 €

MASSAGE DES PIEDS

Massage à sec des pieds ou réflexologie plantaire

La séance de 20 min.....	42,00 €
Les 4 séances	155,00 €

MASSAGE DES MAINS

Massage à sec des mains

La séance de 20 min.....	42,00 €
--------------------------	---------

Annexe 1 Des besoins identifiés

Demande des clients		Votre questionnement
1	 <p>Je souhaite des informations sur la piscine.</p>	« Quels types d'informations souhaitez-vous ? Souhaitez-vous être informée sur les horaires d'ouverture, les prestations proposées ? »
2	 <p>Quels sont les tarifs ?</p>	« Quels tarifs souhaitez-vous ? Souhaitez-vous ceux de l'espace Philae ou des soins individuels ? »
3	 <p>Je voudrais prendre rendez-vous pour un massage</p>	« Quel type de massage souhaitez-vous réaliser ? Quelles sont vos disponibilités ? Quelle durée souhaitez-vous pour votre massage ? Vous souhaitez un massage traditionnel ou à base d'eau thermale ? »

Annexe 2 La reformulation

Client	Demande	Votre recherche des besoins
1	« Je vais choisir le massage sous eau »	« Si j'ai bien compris vous souhaitez un massage sous eau de 20 minutes ? »
2	« Allô, je voudrais un rendez-vous demain pour un massage des pieds. »	« Si j'entends bien, vous aimeriez prendre rendez-vous demain pour un massage des pieds de 20 minutes ? »
3	« Je souhaite juste une entrée de piscine. »	« Bien madame, une entrée pour l'espace Philae c'est bien cela ? »

Annexe 3 Un avantage pour un mobile d'achat

Prestations	Avantages	Mobiles
Massage sous eau	Permet un relâchement général et ne coûte que 37 €	Confort et Argent
Massage à sec aux huiles	Est réalisé avec un baume décontractant	Sécurité
Massage jambes lourdes	Réactive la circulation sanguine et délasse les membres fatigués	Sécurité, Confort
Massage californien	Permet de se détendre	Confort
Massage anti-cellulite	Contribue à l'élimination de la cellulite, massage destiné aux personnes soucieuses de leur apparence	Orgueil
Massage Shiatsu	Soulager les douleurs par des pressions sur les méridiens d'acupuncture	Sympathie
Massage des pieds	Détend les pieds	Confort
Massage des mains	Apporte une détente aux mains	Confort
Drainage lymphatique	Soulage les personnes souffrant des jambes lourdes et de problèmes de circulation	Sécurité
Do-in	Permet d'apprendre en groupe des techniques de pression du massage Shiatsu à effectuer soi-même	Argent, sympathie

L'entretien de vente et la proposition d'un service

TP Approfondissement → Tous accros au bien-être

Vous poursuivez votre PFMP chez **Philae** : Manuela Millot, votre responsable, vous charge d'accueillir les clients arrivant pour leurs soins. Vous en profitez pour leur suggérer de participer à l'une des séances de groupe de Do-in puis vous leur proposez la carte de fidélité. Vous traitez ensuite leurs éventuelles objections.



- 1 Formulez une proposition d'introduction à la vente additionnelle de la séance de Do-in, puis construisez un argumentaire de vente autour de ses principales caractéristiques, **doc 1**, **annexe 1**.

Doc 1 Le Do-in

Le Do-in est issu de la médecine traditionnelle chinoise et des pratiques Shiatsu. Cette séance de groupe a pour objectif d'apprendre l'automassage par des techniques de pression à effectuer soi-même avec les doigts et les mains. Elle est animée par un kinésithérapeute, dure 60 minutes et coûte 8 € par personne.



Annexe 1 Mon argumentaire personnalisé

Introduction

« Puisque vous appréciez tout particulièrement nos soins, je vous propose de vous inscrire à une séance de Do-in. »

Argumentaire

Caractéristique	Avantage
Séance de groupe	« Vous avez la possibilité de venir entre amis. »
Technique d'automassage	« Vous pourrez les mettre en application chez vous. »
Prix : 8 €	« Le prix est très attractif, seulement 8 €. »

Conclusion

« Alors, je vous inscris, vous et votre ami, à la séance de vendredi ? »

- 2 Répondez ensuite à la demande de Mme Glacet et proposez-lui une séance de Do-in comme vente additionnelle, **doc 2**, **annexe 2**.

Doc 2 Les soins de bien-être

Soins à la carte	
SOINS DE BIEN-ÊTRE	
BAIN D'HYDROMASSAGE	21,00 €
Selon sa programmation, il peut être tonique ou relaxant Décontracturant, il raffermi les tissus	
BAIN D'HYDROMASSAGE AUX HUILES ESSENTIELLES	23,00 €
Une sensation de plus grâce à l'huile essentielle qui peut être relaxante ou tonifiante	
PROCHAINEMENT BAIN D'HYDROMASSAGE ET SENSORIEL	29,00 €
Une sensation nouvelle tout en couleurs	
DOUCHE AU JET	10,00 €
Elle est tonifiante ou relaxante. Elle favorise l'élimination des toxines et de la cellulite par son activation de la circulation sanguine et lymphatique. Son effet de massage est recommandé dans les cas de contractures musculaires et de douleurs dorso-lombaires	
DOUCHE COLONNE	9,00 €
Ses nombreux jets réalisent une aspersion douce et en continu de la totalité du corps et installent une sensation de bien-être	
DOUCHE SOUS AFFUSION	13,00 €
LYDO	21,00 €
Expérience étonnante garantie grâce à l'effet d'apesanteur ressenti sur ce lit d'eau qui favorise une profonde relaxation corporelle et mentale	
ENVELOPPEMENT MINÉRAL SUR LYDO (30 MIN)	52,00 €
Effet reminéralisant, déstressant, relaxant, grain de peau affiné et qualité de peau retrouvée	
La séance	52,00 €
Les 4 séances	195,00 €

www.espace-philae.com

Annexe 2 Une réponse adaptée



Je viens aujourd'hui pour profiter de l'espace détente et de la piscine. Je suis Delphine Glacet et souhaite également prendre RDV pour un enveloppement minéral sur Lydo pour une de mes amies et moi-même, si possible vendredi après-midi. Pourriez-vous me préciser la durée et le prix de ce soin ?

La séance dure 30 minutes et coûte 52 € par personne.

Je consulte l'agenda pour ce vendredi...

Votre vente additionnelle :

Puisque vous venez avec une amie, je peux vous proposer également de vous inscrire à une séance de Do-in en groupe.

Un kinésithérapeute vous apprend à réaliser un automassage Shiatsu grâce à des techniques de pression à effectuer soi-même avec les doigts et les mains. La séance dure une heure et ne coûte que 8 €. Qu'en pensez-vous ?

3 Présentez également à Mme Glacet, en quelques phrases, les principaux avantages de la carte de fidélité, **doc 3**, **annexe 3**.

Doc 3 La carte de fidélité

AVANTAGES

À CHAQUE PALIER, 1 NOUVEAU CADEAU

1€ = 1 POINT

200 POINTS
= 1 entrée PHILAE
ou un chèque de 10€ à valoir dans notre centre

400 POINTS
= 1 bain aux huiles essentielles
ou un chèque de 20€ à valoir dans notre centre

800 POINTS
= 1 modelage des sens à la bougie
ou un chèque de 40€ à valoir dans notre centre

1 200 POINTS
= 1 Escale Détente
ou un chèque de 60€ à valoir dans notre centre

1 800 POINTS
= 1 évasion St-Barth à deux
ou un chèque de 90€ à valoir dans notre centre

L'Espace PHILAE vous offre :
30 points pour l'acquisition d'une carte
30 points le jour de votre anniversaire

Annexe 3 Mon argumentaire « Carte de fidélité »

Étapes	Vos propositions
Présentation brève de la carte et principe de cumul des avantages	« Je vous propose de souscrire à notre carte de fidélité qui est totalement gratuite et vous permettra de cumuler des points, afin d'obtenir une prestation gratuite ou un chèque cadeau. Le principe est simple : 1 € est égal à 1 point. »
Avantage à l'adhésion	« Nous vous offrons 30 points au moment de l'adhésion. »
Exemples de cadeaux en fonction des points cumulés	« Dès que vous obtenez 200 points, nous vous offrons une entrée à l'espace Philae ou un chèque cadeau de 10 € à valoir dans notre centre. Pour 400 points, vous bénéficiez d'un bain aux huiles essentielles ou d'un chèque de 20 € à valoir dans notre centre. Vous pouvez cumuler des avantages et atteindre les 1 800 points. Vous bénéficierez alors d'une évvasion St-Barth à 2 ou d'un chèque de 90 € à valoir dans notre centre. »
Avantage anniversaire	« Par ailleurs, nous vous offrons 30 points le jour de votre anniversaire. »
Conclusion	« Qu'en pensez-vous ? Je vous édite votre carte ? »

- 4 Achevez de compléter le bulletin d'adhésion de Mme Glacet, **annexes 2, 4 et 5**.

Annexe 4 L'adhésion à « Philae fidélité »

BULLETIN D'ADHÉSION

Merci de remplir ce bulletin et le déposer à l'accueil de l'Espace Philae

M. Mme Mlle

Nom **GLACET**

Prénom **Delphine**

Date de naissance 04/04/1973

Adresse **1 bis rue Carnot**

Code postal **17600**

Ville **SAUJON**

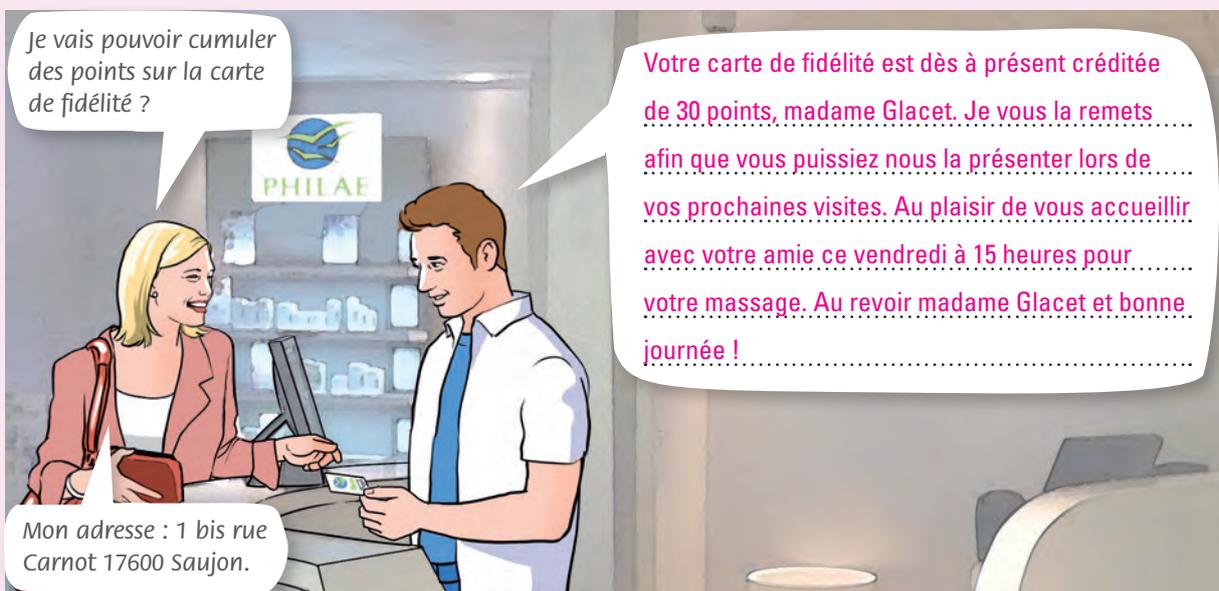
Tél. 05 46 23 23 23

Mobile 06 26 87 31 17

Mail **delphineglacet@yahoo.fr**

- 5 Terminez l'entretien de vente en face à face avec Mme Glacet qui a pris rendez-vous pour un enveloppement minéral sur Lydo vendredi, pour elle et son amie, **annexe 5**.

Annexe 5 Une cliente fidélisée



Les opérations liées à la vente de services ou de biens

TP Approfondissement ➔ Additionner les forces, multiplier les chances

Vous venez d'être embauché en tant que chargé d'accueil à la **Banque Populaire** située près d'Angers (49). Cet organisme bancaire est spécialisé dans l'accomplissement des projets de ses clients par l'octroi de différentes formules de crédits adaptés à chaque besoin. Vous êtes sous la responsabilité de Gulcihan Kocak, chargée d'accueil confiée, qui va vous guider et superviser votre travail. Vos principales missions seront de conseiller les choix de crédit, de simuler un financement et de proposer une solution adaptée à la demande.



- 1 Identifiez les différentes formules de crédit à la consommation puis distinguez leurs points forts et leurs points faibles, **doc 1**, **annexe 1**.

Doc 1 Les formules de financement

Le prêt personnel

Le prêt personnel fait partie du crédit à la consommation. Il n'est pas affecté à un projet précis, son utilisation se fait librement sans avoir à se justifier. Le montant du prêt personnel permet d'emprunter jusqu'à 21 500 € et le remboursement s'effectue par mensualités. Le prêt personnel n'est pas lié à un contrat d'achat ; en cas de litige (bien défectueux, non livré, etc.), l'emprunteur continue de rembourser ses mensualités.

Le crédit affecté

C'est un crédit à la consommation accordé pour l'achat d'un bien mobilier ou d'une prestation de services. En général, il est contracté directement sur le lieu de vente (meubles, électroménager, appareil informatique...). Le crédit affecté doit permettre de financer uniquement un bien ou un service précis. Le montant doit être inférieur à 21 500 € et son coût est plus élevé qu'un prêt classique. Si l'achat ne se fait pas ou si la livraison n'a pas lieu, le crédit affecté est annulé.

Le crédit renouvelable ou « revolving »

Ce crédit à la consommation est une réserve d'argent permanente mise à la disposition de l'emprunteur. La réserve d'argent peut être utilisée pour combler un découvert bancaire ou toute autre dépense. Elle se renouvelle au fur et à mesure que l'emprunteur effectue le remboursement de ses mensualités. Son coût est élevé.

Attention : depuis le 1^{er} septembre, suite à l'adoption de la loi Lagarde, la mention : « Un crédit vous engage et doit être remboursé. Vérifiez vos capacités de remboursement avant de vous engager » est obligatoire sur toute publicité pour le crédit.

Location avec option d'achat

Utilisée pour l'achat de véhicule ou d'un autre bien d'équipement, c'est également un crédit à la consommation. Il permet à un consommateur de disposer d'un bien, en payant chaque mois un loyer, qu'il pourra, s'il le souhaite à la fin du contrat, acheter pour une valeur résiduelle. Il n'y a aucune obligation de disposer d'un apport personnel. En cas de vol ou de destruction du bien loué, une pénalité est appliquée.

www.service-public.fr



Annexe 1 Le crédit en détail

Types de crédit	Points forts	Points faibles
Prêt personnel	<ul style="list-style-type: none"> – Aucune justification pour son utilisation – Taux nominal assez faible 	Ce prêt n'est pas lié à un contrat d'achat, donc en cas de litige, les mensualités sont à payer
Crédit affecté	En cas de litige (bien non livré, achat annulé), le crédit est annulé, aucune mensualité n'est à payer	<ul style="list-style-type: none"> – Coût plus élevé – Financement uniquement d'un bien précis et rien d'autre
Crédit renouvelable	<ul style="list-style-type: none"> – Réserve d'argent permanente, disponible – Renouvellement systématique à chaque mensualité payée 	Coût élevé
Location avec option d'achat	Pas d'apport personnel	Pénalités en cas de vol ou de destruction du bien

- 2 Proposez pour chacune des situations exposées un choix de financement et justifiez-le, **doc 1**, **annexe 2**.

Annexe 2 À chacun son financemen

Situation	Proposition d'un choix de crédit	Justificatio
Mme et M. Souliyavong veulent emprunter un montant de 10 000 € pour faire de gros travaux de rénovation de leur résidence secondaire.	Prêt personnel	Il sert à financer un besoin, un projet. Le montant demandé par ce couple est sous le seuil à ne pas dépasser.
Mme et M. Samy souhaitent acquérir une nouvelle cuisine équipée chez Cuisin'App d'un montant de 12 300 €.	Crédit affecté	Le crédit affecté est destiné au financement d'un bien précis. Le montant ne dépasse pas la limite.
M. Legrand, commercial en parfumerie, vend ses produits dans toute la France. Il a besoin de changer régulièrement de voiture (tous les deux ans) et souhaite donc avoir cette souplesse lui permettant de le faire.	Location avec option d'achat	Crédit qui permet de louer un bien d'équipement moyennant un loyer mensuel.
Mlle Georges souhaite avoir une petite réserve d'argent pour combler un découvert bancaire.	Crédit renouvelable	Réserve d'argent que l'emprunteur peut utiliser et dépenser librement.
M. Marcilles prépare le financement de son mariage. Le coût estimé de celui-ci s'élèverait à 20 500 €. Il souhaite contracter un prêt au moindre coût.	Crédit personnel	Le montant emprunté entre dans les conditions, il finance un projet.

- 3 Répondez aux interrogations de votre cliente Mlle Legrand, en tenant compte des consignes laissées par votre tutrice, **doc 2, annexe 3**.

Doc 2 Quelques notes

Lorsqu'un client souhaite un prêt à la consommation, il faut lui demander les documents suivants : une pièce d'identité, les justificatifs de ses revenus (salaires ou retraites), le dernier avis d'imposition, un RIB, un justificatif de domicile.

Une fois ces pièces réunies, nous pourrions examiner sa situation et sa capacité d'emprunt. L'emprunteur ne doit pas dépasser un taux d'endettement de 33 % et pour le calculer, c'est simple, il te suffit d'appliquer cette formule : **(Charges / Ressources) × 100**.

Si le taux d'endettement est dépassé, le financement sera refusé. Si le client est intéressé, tu prendras un rendez-vous avec lui et nous verrons ensemble pour monter le dossier final.



Annexe 3 Des interrogations légitimes

Demande de Mlle Legrand	Solution apportée
« J'aimerais contracter un crédit à la consommation pour m'acheter une voiture. Quels sont les documents à apporter ? »	Il faudra des justificatifs concernant votre situation, notamment une pièce d'identité, vos justificatifs de revenus, le dernier avis d'imposition, un RIB et un justificatif de domicile.
« Comment connaître le montant que je pourrai emprunter ? »	Nous étudierons votre dossier une fois toutes les pièces réunies en calculant votre capacité d'emprunt. Vous ne devez pas dépasser un taux d'endettement de 33 %.
« Je suis intéressée... »	Nous pouvons prendre un rendez-vous afin de vous recevoir et d'étudier votre demande de financement.

- 4 Calculez pour chaque situation proposée le taux d'endettement et précisez votre avis sur la suite à donner pour chacune d'elles, **doc 3, annexe 4**.

Doc 3 Les recommandations de Mme Kocak

Le taux d'endettement prend en compte la totalité des charges mensuelles : loyers, crédit en cours, etc. Il faut donc toutes les additionner. Le principe est le même pour la prise en compte des ressources dont il faut comptabiliser toutes les formes : salaires, retraites, pensions, rentes, allocations familiales, etc.

Lorsque vous émettez un avis concernant le financement d'un crédit pour un client, notamment dans le cas d'un refus, il faut toujours expliquer le motif de ce refus et s'appuyer sur des chiffres et des données précises. Il faut être le plus clair possible et se mettre à la place du client qui reçoit un avis négatif.

Dans un premier temps, tu établiras d'abord un avis : si le taux d'endettement calculé est inférieur à 33 %, tu mettras un préavis positif pour poursuivre avec une proposition de rendez-vous en agence ; si au contraire le taux d'endettement d'une situation est supérieur au maximum possible, tu mettras la mention suivante : « Avis négatif sur ce dossier, une étude plus approfondie est nécessaire ».

Annexe 4 Un dossier, un avis

Situation financier	Calcul du taux d'endettement	Avis justifi
<p>Pauline, 35 ans, et Marc, 37 ans, sont mariés. Ils ont deux enfants à charge, ils ont donc droit à une allocation familiale de 120 € qu'ils perçoivent chaque mois.</p> <p>Ils sont tous les deux en CDI dans la même entreprise artisanale de pâtisserie. Pauline, vendeuse, gagne 1 150 € par mois et Marc, pâtissier qualifié, touche 1 350 €. Ils ont un crédit qu'ils continuent à rembourser jusqu'en novembre 2017, et qui s'élève chaque mois à 135 €.</p> <p>Ils ont un loyer de 850 € et veulent emprunter 5 000 € pour faire des travaux dans leur maison.</p>	<p>Charges : 850 € + 135 € = 985 €</p> <p>Ressources : 120 € + 1 150 € + 1 350 € = 2 620 €</p> <p>Taux d'endettement : $985 / 2 620 \times 100 = 37,59 \%$</p>	<p>Le taux d'endettement est supérieur à 33 % avec 37,59 %.</p> <p>Avis négatif sur ce dossier ; étude plus approfondie nécessaire.</p>
<p>Patricia, 25 ans, hôtesse d'accueil au camping L'île de beauté, gagne 1 480 € net par mois. Célibataire et sans enfant, sa principale charge est son loyer qui lui coûte 480 € mensuel. Elle souhaite s'acheter une voiture d'un montant de 6 500 €.</p>	<p>Charges : 480 €</p> <p>Ressources : 1 480 €</p> <p>Taux d'endettement : $480 / 1 480 \times 100 = 32,43 \%$</p>	<p>Préavis positif, taux d'endettement à 32,43 %.</p> <p>Proposer un rendez-vous en agence.</p>
<p>Paul vit dans une maison au loyer de 800 €. Il a un crédit en cours de 190 € qu'il paie chaque mois, il se terminera en janvier 2018. Il est cadre supérieur et gagne 3 100 € net par mois. Il a hérité d'une rente liée au patrimoine de ses parents et perçoit chaque mois 260 €.</p> <p>Il souhaite réaménager sa maison et les devis qu'il a obtenus les chiffrent à 8 900 €.</p>	<p>Charges : 800 € + 190 € = 990 €</p> <p>Ressources : 3 100 € + 260 € = 3 360 €</p> <p>Taux d'endettement : $990 / 3 360 \times 100 = 29,46 \%$</p>	<p>Préavis positif, taux d'endettement à 29,46 %.</p> <p>Proposer un rendez-vous en agence.</p>
<p>Rayan et Julie, déjà parents de 2 enfants, en attendent un troisième ; ils touchent une allocation familiale de 120 €. Julie ne travaille pas et Rayan, commercial, gagne 1 600 € par mois. Ils ont un loyer de 650 €.</p> <p>Ils souhaitent se constituer une petite trésorerie pour l'arrivée du nouveau bébé.</p>	<p>Charges : 650 €</p> <p>Ressources : 1 600 € + 120 € = 1 720 €</p> <p>Taux d'endettement : $650 / 1 720 \times 100 = 37,79 \%$</p>	<p>Le taux d'endettement est supérieur avec 37,79 %.</p> <p>Avis négatif sur ce dossier ; étude plus approfondie nécessaire.</p>

Excel TP Informatique → Des outils de crédit

Vous connaissez à présent l'ensemble des crédits à la consommation proposés par la **Banque Populaire**. Pour mieux vous former, Gulcihan Kocak vous demande de remplir un formulaire et d'effectuer l'analyse d'une simulation de financement d'un couple souhaitant réaliser des travaux pour leur maison.



Vos activités

- 1 Complétez le fichier [10_demande-credit.xlsx](#) en consultant le [doc 1](#).
- 2 Mentionnez le coût total du crédit en effectuant les calculs de prêt à l'aide du simulateur de calcul de prêt [10_calcul-pre.t.exe](#), [annexe 1](#).
- 3 Analysez la simulation de financement, [doc 2](#), [annexe 2](#).

Doc 1 Le couple concerné

Mme Patricia Chenai, née le 30/11/1975, secrétaire médicale dans un cabinet dentaire, 1 350 € par mois, adresse mël patricia.chenai@yahoo.fr, tél. : 06 58 96 32 14.

M. Claude Chenai, né le 06/02/1974, agent de sécurité, 1 450 € par mois, adresse mël claude.chenai@yahoo.fr, tél. : 06 98 74 56 23.

Mariés, 2 enfants, allocations familiales perçues : 120 €.

Loyer : 620 € ; crédit trésorerie : 2 500 € contracté en novembre 2014 pour une durée de 36 mois, mensualité par mois : 105 €. Le capital restant dû est de 1 050 €.

Annexe 1 Les calculs de prêts

Situation	Montant emprunté (en €)	Nombre de mois	Taux annuel (en €)	Assurance mensuelle (en €)	Date début/date fin remboursement	Coût total du crédit (en €)
Situation 1	5 500	48	5,90	19,60	19-01-2016/19-12-2019	1 628,96
Situation 2	12 300	36	4,60	10,5	05-03-2016/05-02-2019	1 269,84
Situation 3	4 200	24	3,25	9	02-08-2016/02-07-2018	359,76
Situation 4	1 500	12	2,90	7,50	15-05-2016/15-04-2017	113,64

Doc 2 Une première simulation

The screenshot shows a web interface for a credit simulation. At the top, there are navigation tabs: GÉRER AU QUOTIDIEN, ÉPARGNER, EMPRUNTER, and ASSURER. Below these, there are three buttons: Simulateur Prêt Auto, Simulateur Prêt Travaux (highlighted in green), and Simulateur Prêt Personnel. The main content area is titled 'Prêt personnel travaux' and includes a sub-section 'TRAVAUX IMMEDIAT WEB'. The simulation parameters are as follows:

- Montant emprunté: 10000 €
- Durée: 46 mois
- Mensualité: 247,1 €
- Montant total dû: 11 426,60 €
- TAEG fixe: 7,26 %
- Frais de dossier: 60 €

On the right side, a summary box shows:

- Mensualité: 247.1 €
- Montant emprunté: 10000 €
- Durée: 46 mois
- TAEG fixe: 7.26 %
- Montant total dû: 11426.6 €

Below the simulation, there is a checkbox 'Je souhaite poursuivre sur la base de cette simulation *' and a red button 'Demande en ligne'. At the bottom, a warning states: 'Un crédit vous engage et doit être remboursé. Vérifiez vos capacités de remboursement avant de vous engager.'

Annexe 2 Tout en détail

Critère d'octroi	Simulation détaillée
Type d'emprunt attribué	C'est un prêt pour travaux.
Montant octroyé	10 000 €
Durée	46 mois
Mensualité	247,11 €
Montant total dû	11 426,60 €
Explication du calcul de ce montant	Ce montant est la somme totale remboursée à la fin du prêt en incluant le taux effectif global, c'est-à-dire la somme empruntée et le montant des intérêts.
Coût total du crédit	Le coût total du crédit s'élèvera à 1 426,60 € (11 426,6 – 10 000).
Préavis justifi	Oui, ils auront la possibilité d'emprunter car leur taux d'endettement est de 24,82 %, en dessous du seuil de 33 % d'endettement. Le projet est envisageable.

Le traitement et le suivi des réclamations

TP Approfondissement

Satisfaire le client avant tout

Vous travaillez au sein du service accueil du magasin **Cora Flers** de Villeneuve-d'Ascq (59). Ce magasin dispose également d'un service drive. Votre responsable, Élodie Verlet, vous charge de traiter un certain nombre de réclamations des clients recueillies sur le site du drive ou en direct.



 **Les étapes de vos courses en ligne sur coradrive.fr (0'32).** <http://tinyurl.com/CoraDrive>



- 1 Identifiez, dans chacune des situations, l'objet de la réclamation, **doc 2, annexe 1**, colonne 2.
- 2 Retrouvez quel engagement de Coradrive est mis en cause dans chaque demande, **docs 1 et 2, annexe 1**, colonne 3.
- 3 Appréciez si la demande du client est justifiée, **docs 1, 2 et 3, annexe 1**, colonnes 4 à 6.
- 4 Formulez une solution à donner au client, **annexe 1**, colonne 7.

Doc 1 Les engagements Coradrive

Le service est gratuit

coradrive.fr 



Vos courses sont chargées en 5 minutes

Présentez-vous à l'accueil de votre Coradrive à la date et pendant la plage horaire de retrait indiquées lors de votre commande. Afin d'être livré rapidement, il est préférable de respecter la date et l'heure de votre rendez-vous. Si vous vous présentez trop tôt, il est possible que votre commande ne soit pas prête, et si vous venez plus tard, vous risquez d'arriver à un moment où le point de retrait est saturé et de perdre du temps.

Vous disposez des mêmes prix au drive qu'en magasin

Un hypermarché Cora pratique des prix identiques en magasin et sur son site internet Coradrive, sauf pour

certaines produits figurant en prospectus. Les produits en promotion sur le site internet sont facilement repérables par un picto « Promo » et sont également regroupés dans la rubrique « Promo et offres ».

Nos produits frais sont stockés en chambre froide entre 0 et 4 °C, et nos produits surgelés sont conservés dans une chambre froide à - 18 °C

Les produits sont préparés dans leur lieu de stockage respectif et y sont stockés jusqu'à leur retrait. Nous nous engageons à mettre à votre disposition le jour du retrait de votre commande des produits dont la date limite de consommation sera au minimum de :

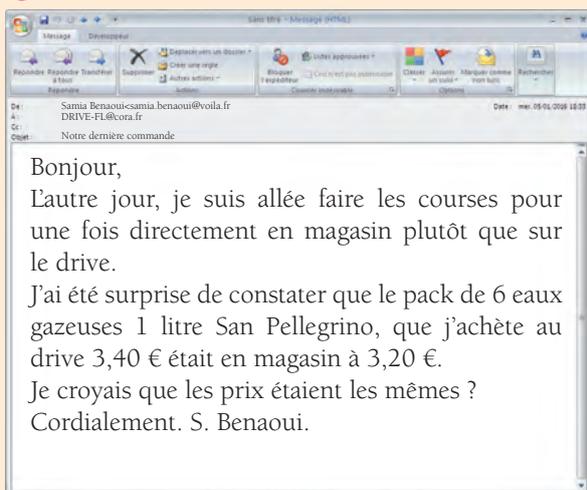
- 15 jours pour l'épicerie (à l'exception des cas particuliers ci-dessous), le lait UHT et les surgelés ;
- 6 jours pour les fromages, les crèmes fraîches et les beurres, les yaourts, la pâtisserie industrielle et les pains de mie industriels, la charcuterie ;
- 4 jours pour la saurisserie ;
- 3 jours pour le traiteur ;
- 2 jours pour les sandwiches et les salades en sachet, la poissonnerie, la viande, et la volaille.

La pâtisserie traditionnelle (pain et viennoiseries) sera du jour.

Les paiements en ligne sont sécurisés et garantis par notre prestataire Paybox.

Doc 2 Les réclamations à traiter

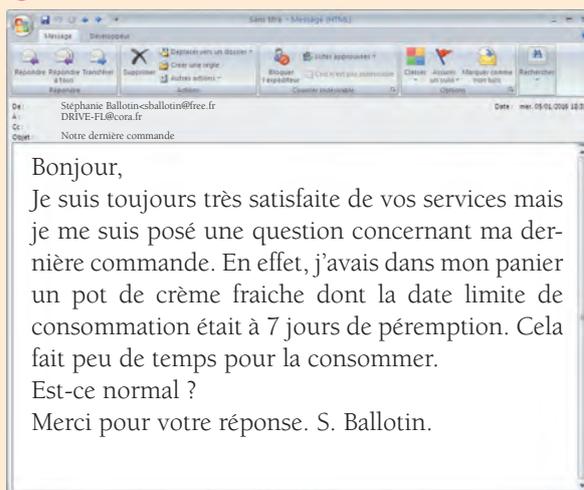
1



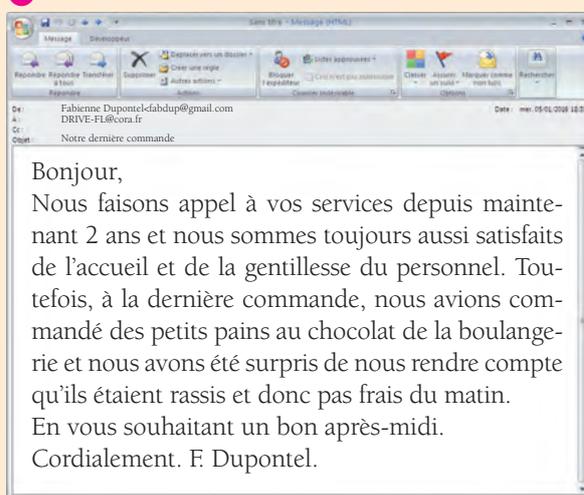
2

Une cliente arrive au drive pour sa commande qu'elle a prévue pour 11 h 30. Il est 11 h 10 et sa commande n'est pas prête. Elle n'est pas contente car elle va devoir revenir. Elle ne peut en effet pas attendre.

3



4



Doc 3 Les conseils du manager



* Eurocora : euros cumulés sur la carte Cora et à déduire du montant des achats en magasin lors du passage en caisse.

Annexe 1 L'analyse des réclamations

Cas	Objet de la réclamation	Engagement Cora mis en cause	Demande justifiée		Justificatio	Solution à apporter
			Oui	Non		
1	Prix différents entre le magasin et le drive	Les courses au même prix qu'en magasin	x		Les prix sont obligatoirement les mêmes car les modifications de prix en magasin se font automatiquement pour le drive	Envoyer un mail à la cliente pour lui expliquer que le produit bénéficie d'une promotion depuis peu et qu'elle peut donc bénéficier du même prix en ce moment sur le drive
2	Date limite de consommation du pot de crème fraîche à 7 jours	Engagement sur les DLC pratiquées chez Cora		x	L'engagement du magasin sur les DLC ne va pas au-delà de 6 jours pour ce type de produits	Confirmer l'engagement de Cora sur la fraîcheur mais signaler que Cora s'engage à une DLC qui est égale au minimum à 6 jours pour ces produits
3	Viennoiserie pas fraîche du jour	Engagement sur la fraîcheur des produits en pâtisserie traditionnelle	x		Cora s'engage à ce que la pâtisserie traditionnelle (pains et viennoiserie) soit du jour	Proposer des eurocora en dédommagement au client qu'il pourra réutiliser lors de sa prochaine commande
4	La commande de la cliente n'est pas prête 20 minutes avant l'heure prévue	La livraison de la commande à la date et à l'horaire prévus		x	La cliente arrive 20 minutes à l'avance par rapport à l'heure prévue quand elle a commandé	S'excuser et rappeler que la commande était prévue pour 11 h 30. Lui conseiller de téléphoner une prochaine fois pour que cela n'arrive plus

Vous décidez de gérer plus particulièrement la réclamation n° 3. Après renseignements pris en magasin, il semble en effet qu'il y ait eu une erreur et que cette marchandise n'aurait pas dû être vendue. Vous décidez d'envoyer un mail à la cliente, afin de vous excuser et de lui proposer une geste commercial, en lui offrant 10 eurocora, crédités sur sa carte.

5 Vérifiez si la cliente est porteuse de la carte Cora, en entourant l'information sur le fichier clients du drive, **annexe 2**.

6 Rédigez le mail destiné à votre cliente, Mme Dupontel, **annexe 3**.

Annexe 2 Le fichier clients (extraits)

	A	B	C	D	E	F
	N° client	NOM	Prénom	✉	📞	Carte Cora
1	22 56 89	DESREUMAUX	Julie	jdes@live.fr	06 49 56 84 23	
2	25 36 23	CABAYE	Gisèle	gisele.cabaye@gmail.com	06 23 26 59 83	x
3	22 58 41	CAPRIOLI	Lydia	lcaprioli@laposte.net	06 59 40 23 56	x
4	26 59 42	LESTUDEZ	François	franclestud@gmail.com	06 12 12 34 89	
5	22 56 48	DUPONTEL	Fabienne	fabdup@gmail.com	06 53 48 95 62	x
6	22 59 84	LAURENT	Anais	anaislaurent@outlook.fr	06 02 25 69 52	x
7	22 40 03	EL ALLAQUI	Farida	felallaoui@hotmail.fr	06 20 14 89 20	
8	22 23 15	PAGET	Axelle	apaget@free.fr	06 23 59 81 61	x
9	25 52 32	COQUET	Adeline	coquetadel@outlook.fr	06 52 13 08 43	x

Annexe 3 Un mail rassurant

Message Insertion Options Format du texte Développeur

Objet : **Votre dernière commande**

Bonjour Madame Dupontel,
Nous avons bien pris connaissance de votre réclamation concernant votre dernière commande.
Renseignements pris auprès du rayon Boulangerie, il semblerait que vous ayez reçu une marchandise
qui ne respectait pas l'engagement fraîcheur de Cora, puisque tous les produits de pâtisserie
traditionnelle fournis au drive doivent être du jour.
Nous vous prions de nous excuser pour ce désagrément et proposons de vous offrir 10 eurocora
en dédommagement, à valoir sur votre prochaine commande au drive ou lors de votre prochain
passage en magasin.
Nous restons à votre entière disposition. Cordialement. Votre service client Coradrive.

coradrive.fr

Publisher • Word

TP Informatique → Une cliente à fidéliser

Vous arrivez le matin du 17 décembre au service accueil du magasin **Cora Flers** de Villeneuve d'Ascq (59). Une cliente mécontente a écrit un courrier au magasin et menace de ne plus utiliser le service. Votre responsable, Élodie Verlet, vous demande de lui répondre dans la journée, afin de l'inciter à revenir au drive. Elle propose pour cela un geste commercial, à savoir 20 % de réduction sur sa prochaine commande (validité de six mois).



Vos activités

- 1 Analysez la réclamation de la cliente, **doc 1**, **annexe**.
- 2 Déterminez les différentes parties à développer dans votre lettre, **doc 2**, **annexe**.
- 3 Réalisez la lettre à envoyer à la cliente, **docs 2 et 3** et **annexe**, fichier **11_reclamation.docx**.
- 4 Établissez le bon de réduction à joindre au courrier, fiche **11_bon-réduction**.

Doc 1 Une cliente insatisfaite

Mme Élodie BERTON
26 rue de la Paix
59650 Villeneuve-d'Ascq

Magasin Cora Flers
18 rue Jules-Guesde
59650 Villeneuve-d'Ascq

Villeneuve-d'Ascq, le 15 décembre

Objet : réclamation

Madame, Monsieur,

Je me permets de vous écrire pour vous signaler un certain nombre de désagréments qui me sont arrivés en faisant appel aux services drive de votre magasin.

Tout d'abord, à deux reprises, j'ai constaté des produits manquants dans ma commande, que j'avais payés et qui ne m'ont pas été livrés. J'ai donc dû réclamer le remboursement, ce qui est assez désagréable sans compter le fait que je n'avais pas mes produits. Par ailleurs, j'ai eu lors d'une de mes commandes la mauvaise surprise de découvrir une salade toute flétrie et pour ainsi dire immangeable.

Enfin, l'autre jour, c'est mon mari qui était venu chercher la commande et quand il est revenu, je me suis aperçue qu'il manquait la moitié de mes produits. Je me suis rendue au drive et là, ils se sont rendu compte que la moitié de la commande avait été oubliée dans un coin.

Je trouve que ça commence à faire beaucoup et souhaitais vous faire part de l'ensemble de ces problèmes afin que vous puissiez améliorer votre service.

En ce qui me concerne, je me demande aujourd'hui si je vais encore y faire appel.

Je vous prie de croire en l'expression de mes sincères salutations.

Élodie BERTON

Si vous recevez un courrier de réclamation d'un client estimant n'avoir pas eu satisfaction quant à une commande ou un service, vous devez d'une part d'identifier la source du problème, d'autre part de répondre rapidement au courrier ou au mail qu'il vous a adressé, en des termes soigneusement choisis. [...] Ne lui adressez pas une réponse toute faite, qui « fonctionnerait » en tout type de circonstances. [...] S'il s'agit d'un problème totalement interne à votre entreprise, trouvez-en également la source, et imaginez un dédommagement proportionné. Dans tous les cas, une fois la source identifiée, écrivez un courrier à votre client. [...]

Cher [Madame, Monsieur],
Nous avons bien pris en compte votre courrier (mail) du [date] concernant votre commande du [date], qui ne vous a pas apporté toute satisfaction. Nous vous présentons tout d'abord nos excuses pour ce désagrément et vous assurons de toute notre compréhension face à votre mécontentement. [...]

S'il s'agit d'un problème interne

Nous vous assurons de tous nos efforts pour répondre au mieux à nos clients et vous proposons une remise de sur votre prochaine commande, à titre de dédommagement.

En espérant que ce problème ponctuel n'entamera pas l'intérêt que vous portez à nos produits, et en restant à votre disposition pour toute question ou demande de précision, nous vous prions d'agréer, Madame, Monsieur, l'assurance de notre considération. Signature (responsable du service qualité ou cadre de l'entreprise.)

Dominique Perez, *L'express-L'entreprise*,
mis à jour 8 janvier 2015

Doc 3 Les coordonnées du magasin

coradrive.fr 

Horaires d'ouverture

Votre magasin cora Flers-Villeneuve-d'Ascq vous accueille :

du lundi au samedi : de 8 h 30 à 21 h 00

CORA Flers

18 rue Jules-Guesde

59650 Villeneuve-d'Ascq

[Horaires d'ouverture coradrive](#)

Nous trouver

18 rue Jules-Guesde

59650 Villeneuve-d'Ascq Cedex

Coordonnées GPS :

Lat. 50.6354013735 / Lon. 3.1210605132

Nous contacter

Email : fl@cora.fr

Tél. : 03 20 64 44 44

Fax : 03 20 64 44 45

Le service après-vente

Email : sav-fl@cora.fr

Horaires du SAV

du lundi au samedi

de 8 h 30 à 20 h 00

Annexe Un traitement adapté

Coordonnées de la cliente

NOM : **BERTON**

Prénom : **Élodie**

Adresse : **26 rue de la Paix, 59650 Villeneuve-d'Ascq**

Objet de la réclamation

Plusieurs sources de mécontentement : commandes incomplètes, produits défectueux

Contenu du message

Accepter la demande

S'excuser

Rassurer la cliente sur le service

Proposer un dédommagement = 20 % de remise à valoir sur la prochaine commande

Le suivi de la relation et la participation à la fidélisation

TP Approfondissement → Artes à l'écoute de ses clients

Vous effectuez votre PFMP dans le village vacances **Artes – Le cap d'Opale** d'Ambleteuse (62). Idéalement situé, ce village 3 étoiles propose 93 logements et dispose d'un parc de 5,5 hectares, d'une salle polyvalente, d'un espace aquatique couvert et chauffé avec spa, hamman et sauna, et d'un club enfant. Aux côtés d'Olivier Malfoy, le responsable du site, vous êtes chargé de l'accueil des clients comme premier représentant de l'image de l'association.



Votre travail

Olivier souhaite établir un questionnaire destiné à évaluer la satisfaction de tous les vacanciers à l'issue de leur séjour.

- 1 Choisissez le ou les modes d'administration possibles pour votre questionnaire et justifiez votre ou vos choix, **annexe 1**.

Annexe 1 Vos choix pour administrer le questionnaire

Mode d'administration	Votre choix	Vos justification
En face à face : l'enquêteur administre le questionnaire à un interviewé qui est en face de lui	<input type="checkbox"/> Oui <input checked="" type="checkbox"/> Non	Influence de l'enquêteur sur les réponses de l'interviewé.
Autoadministré : c'est l'enquêté qui remplit lui-même son questionnaire	<input checked="" type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non	Liberté des réponses pour l'interviewé. Taux de retour très élevé. Coût très faible. À compléter lors du départ du village.
Par téléphone : l'enquêteur administre le questionnaire à l'interviewé par téléphone	<input type="checkbox"/> Oui <input checked="" type="checkbox"/> Non	Risque de refus de répondre (« ras-le-bol » des enquêtes par téléphone). Traitement des réponses plus long.
Par Internet : l'interviewé reçoit un lien vers un questionnaire à remplir en ligne	<input checked="" type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non	Liberté des réponses pour l'interviewé. Traitement des questionnaires instantané. Taux de retour cependant plus faible que pour les enquêtes auto-administrées en fin de séjour.
Par voie postale : l'interviewé reçoit un questionnaire par courrier, qu'il remplit et renvoie également par courrier	<input type="checkbox"/> Oui <input checked="" type="checkbox"/> Non	Taux de retour très faible. Délai de réponse important. Coût de l'enquête élevé.

- 2 Identifiez, en les surlignant, les différentes parties d'un questionnaire bien structuré, **doc 1**.

Doc 1 Les contenus incontournables

Mieux vaut commencer par une **introduction** où vous exposez les objectifs de l'enquête et où vous remerciez vos clients de leur participation. Il est ensuite nécessaire de structurer le questionnaire en utilisant la « technique de l'entonnoir », qui consiste :

- dans un premier temps à poser des questions d'ordre général, la **première portant sur l'évaluation globale de la satisfaction** (afin d'obtenir un sentiment général) ;
- peu à peu, à aborder des **questions plus précises**, en utilisant des questions fermées, ou à échelle, pour faciliter le traitement ultérieur du questionnaire ;
- à proposer à la suite une **question ouverte** pour laisser les clients s'exprimer librement sur un point que vous n'avez pas abordé ;
- à garder les **questions personnelles** (âge, sexe, situation familiale, coordonnées du client) pour la fin du questionnaire ;
- à terminer en **remerciant vos clients**.

N'oubliez pas d'inclure le nom de votre entreprise, votre logo et de respecter votre charte graphique : vos clients doivent pouvoir vous identifier pour remplir le questionnaire en toute confiance !

- 3 Composez un « squelette » de votre enquête en reportant les différentes parties du questionnaire dans chaque cadre, **doc 1**, **annexe 2**.

Annexe 2 Le squelette du questionnaire

Introduction



Question sur l'évaluation globale de la satisfaction

Questions plus précises : fermées ou à échelle

Question ouverte

Questions personnelles

Remerciements

4 Repérez en les surlignant les éléments qui feront l'objet des questions à poser, **doc 2**.

Doc 2 Les attentes d'Olivier



J'ai besoin de connaître les coordonnées de chaque famille : nom, adresse mail, ville et pays d'origine.
 J'aimerais savoir s'ils séjournaient pour la première fois dans une résidence Artes et, si non, combien de séjours ils ont déjà effectué dans une de nos résidences (de 1 à 5, de 6 à 10 ou plus de 10).
 Je souhaite aussi connaître le numéro du logement dans lequel la famille a séjourné.
 Pour déterminer leur satisfaction, j'aimerais d'abord évaluer leur satisfaction globale sur leur séjour. Ensuite, j'aimerais savoir plus précisément ce qu'ils ont pensé de notre accueil, de la propreté du logement, de la résidence, des équipements à leur disposition dans les logements et des animations proposées sur le site.
 Recueille aussi leurs remarques diverses.

5 Associez maintenant chacun de ces éléments au type de question le mieux adapté, **doc 2, annexe 3**.

Annexe 3 Les bonnes questions

Type d'interrogation	Attentes d'Olivier																																												
<p>Question fermée à choix unique Exemples : – Quel âge avez-vous ? – Buvez-vous des sodas ?</p>	Première fois dans une résidence Artes ?																																												
<p>Question fermée à choix multiple Exemple : Comment avez-vous connu le site de l'APCE ? <input type="checkbox"/> par un moteur de recherche <input type="checkbox"/> par un organisme de conseils & d'accompagnement <input type="checkbox"/> par la presse</p>	<p>Combien de séjours dans une résidence Artes ?</p> <input type="checkbox"/> 1 à 5 <input type="checkbox"/> 6 à 10 <input type="checkbox"/> plus de 10																																												
<p>Question ouverte Elle laisse la libre parole à l'interviewé. Exemple : Que pensez-vous de l'installation d'une supérette dans le quartier ?</p>	<p>Coordonnées Remarques diverses</p>																																												
<p>Échelles Elles mesurent, à l'aide d'un rapport de grandeur, l'avis ou l'attente du sondé sur certains points précis de la satisfaction d'un service ou produit. Exemple : Dans quelle mesure êtes-vous satisfait :</p> <table border="1"> <tr> <td></td> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> <td>6</td> <td>7</td> <td>8</td> <td>9</td> <td>10</td> </tr> <tr> <td>Du choix</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>Des prix</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>De...</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> </table> <p>Ou sous la forme de smileys :</p> <p> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> </p>		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Du choix											Des prix											De...											<p>Satisfaction globale Accueil Propreté du logement Propreté de la résidence Équipements à disposition dans les logements Animations proposées</p>
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10																																			
Du choix																																													
Des prix																																													
De...																																													

6 Rédigez maintenant votre questionnaire, **annexe 2**, **doc 3**, **annexe 4**.

Annexe 4 Votre questionnaire

Chère cliente, cher client,
Afin de toujours améliorer votre satisfaction,
nous vous proposons de répondre à ces quelques
questions.



Notez vos vacances sur 20 points : /20

Évaluez :

				
L'accueil				
La propreté de votre logement				
La propreté de la résidence				
Les équipements à votre disposition dans le logement				
Les animations proposées				

Est-ce votre 1^{er} séjour chez Artes ? Oui Non

Si votre réponse est Non, combien de séjours avez-vous déjà effectués ?

1 à 5 6 à 10 plus de 10

Vos observations, suggestions :

Votre nom : _____ Le numéro du logement dans lequel vous avez séjourné :

Votre adresse électronique : _____ @ _____

Votre ville : _____ Votre pays : _____

Nous vous remercions de votre collaboration et espérons vous revoir bientôt dans une de nos résidences Goélia.

Excel • Outlook

TP Informatique → La fin des vacances

Après une PFMP réussie à la résidence de vacances **Artes – Le Cap d'Opale** d'Ambleuse (62), Olivier Malfoy vous a proposé un emploi saisonnier de réceptionniste à ses côtés. Cet été, vous êtes chargé d'accueillir vos clients, de faciliter leur séjour et de gérer leurs départs.



Vos travail

Olivier vous a chargé de traiter les questionnaires reçus des clients qui viennent de quitter votre résidence au 17 juillet 2015.

- 1 Ouvrez le fichier **12_enquete-artes.xls** et complétez chaque onglet à partir des données des **docs 1** et **2**.
- 2 Indiquez un titre sur chaque feuille et la date dans les cellules prévues à cet effet.
- 3 Calculez sur la feuille « Taux de retour » la part des questionnaires reçus. Vous saisissez pour cela la formule de calcul.
- 4 Calculez sur la feuille « Nombre de séjours » la part des réponses à chaque question.
- 5 Représentez par un graphique en secteurs les résultats du tableau 3, en vous aidant de la méthodologie **12_methodo-graphique.pdf** si besoin. Donnez un titre à votre graphique.
- 6 Calculez sur la feuille « Avis des clients » la part de réponses à chaque question. Vous vous aidez des formules de calcul de la première ligne du tableau.
- 7 Établissez dans la feuille « Avis des clients » l'histogramme sur l'avis des clients en faisant apparaître les « critères » en abscisse et les réponses des clients en ordonnée. Donnez un titre à votre graphique.
- 8 Mettez en page vos trois feuilles de calcul avec les tableaux et graphiques, puis imprimez-les.
- 9 Rédigez, sous la forme d'un mail à Olivier, un compte rendu des résultats de l'enquête, **annexe**.

Doc 1 Le retour des questionnaires

Départs du : 18/07/2015	Nombre
Nombre de départs	25
Nombre de questionnaires reçus	23

Fréquentation	Nombre
Ont effectué leur 1 ^{er} séjour chez Artes	11
1 à 5 séjours chez Artes	10
Ont déjà effectué 6 à 10 séjours chez Artes	2
Ont effectué plus de 10 séjours	0

Doc 2 L'évaluation des clients

Avis des clients	Nombre de « Très bien »	Nombre de « Bien »	Nombre de « Moyen »	Nombre de « Mauvais »
Accueil	23	0	0	0
Propreté logement	10	9	4	0
Propreté résidence	12	11	0	0
Équipement	10	10	2	1
Animations	12	8	2	1

Annexe Le mail à Olivier

Sans titre - Message (HTML)

Message Insertion Options Format du texte Développeur

Coller Presse-pa... Texte simple

Carnet d'adresses Vérifier les noms Joindre un fichier Joindre l'élément Carte de visite Calendrier Signature Assurer un suivi Options Orthographe Vérification

À... olivier.malfoy@artes.fr

CC...

Objet : **Analyse des questionnaires de satisfaction au 18 juillet 2015**

Olivier,

Je vous communique les résultats du traitement des questionnaires des clients qui ont quitté la résidence le 18 juillet :

- le taux de retour est très élevé : 92 % ;
- tous les clients ont jugé l'accueil très satisfaisant ;
- la propreté du logement est jugée satisfaisante pour 39 % et très satisfaisante pour 43 %. 17 % la jugent moyenne (soit 4 familles) : il faudrait peut-être refaire un briefing avec les équipes d'entretien des logements ;
- les clients ont été satisfaits de la propreté de la résidence (très bien pour 52 % ou bien pour 48 %) ;
- l'équipement proposé est lui aussi apprécié des clients (pour 86 %) ;
- la quasi-totalité des clients a été satisfaite des animations (seuls 9 % ont apprécié moyennement et 4 % pas du tout).

La moitié des clients de cette semaine venaient dans une résidence Artes pour la première fois. Parmi les 48 % ayant déjà fréquenté une de nos résidences, 83 % sont venus 1 à 5 fois.

Bien cordialement.

Prénom Nom élève

Le traitement des courriers prédéfinis

TP Approfondissement → À fond le troc

DECATHLON

Vous réalisez votre période de formation en entreprise chez **Decathlon** à Saint-Martin-Boulogne (62). Comme chaque année le magasin organise le « Trocathlon » qui permet aux clients de troquer leur ancien matériel. William Marcotte, directeur du magasin, vous demande de l'aider à mettre en place cet événement.

- 1 Repérez deux avantages du Trocathlon pour le magasin et pour les clients, **doc 1**, **annexe 1**.

Doc 1 Le Trocathlon

Si vous vendez

Votre matériel est pris en charge par nos spécialistes ; ensemble, vous fixez son prix de vente et signez un contrat. Nos vendeurs s'occupent de tout et Decathlon ne prend aucune commission. Si votre matériel est vendu, vous repartez avec des bons d'achat d'un montant équivalent au prix de vente, valables 6 mois et utilisables en une ou plusieurs fois dans n'importe quel magasin Decathlon.

Si vous achetez

Faites de très bonnes affaires au Trocathlon, vous trouverez un large choix de matériel d'occasion actuel, vérifié par nos vendeurs, en bon état et pour tous les sports : cycle, fitness, montagne, mer...
– 20 % le dernier jour des ventes.

www.trocathlon.fr

3 Proposez une correction pour chaque erreur relevée dans la lettre, **annexe 3**.

Annexe 3 Les corrections

Erreur constatée	Proposition de correction
Marges de la lettre	Il faut laisser au minimum une marge de 2 cm en haut, en bas, à gauche et à droite.
Cadre émetteur/récepteur	L'émetteur de la lettre (Decathlon) doit être positionné en haut à gauche. Le destinataire en haut à droite en dessous du lieu et de la date.
Lieu et date	Le lieu et la date de rédaction doivent être situés en haut à droite de la lettre : <i>Saint-Martin-Boulogne, le 9 octobre...</i>
Objet	L'objet représente le « pourquoi » on écrit la lettre : <i>Objet : invitation au Trocathlon</i>
Titre de civilité	Dans le cadre d'une lettre type personnalisée, le titre de civilité est important, il permet en effet de personnaliser le courrier : <i>Monsieur le président ou Madame la présidente.</i>
Formule de politesse	Le titre de civilité doit être repris dans la formule de politesse : <i>Je vous adresse, Monsieur le Président ou Madame la Présidente...</i>
Orthographe	Il faut se relire pour éliminer les fautes d'orthographe : <i>... mes sincères salutations</i>
Signature	Pour personnaliser la lettre, la fonction ne suffit pas. Il faut aussi indiquer le prénom et le nom de la personne qui écrit : <i>Le directeur – William Marcotte</i>

4 Rédigez votre projet de lettre en tenant compte des travaux réalisés précédemment et des consignes de votre responsable, **docs 1 et 2, annexe 4**.

Doc 2 Les consignes de William



L'objectif de ce courrier est d'inviter les présidents de club au Trocathlon. Même si nombre d'entre eux connaissent l'événement, il est bon de leur rappeler les principes de cette opération, les dates, lieu... Il y a toutes les informations sur notre site.

L'information que nous voulons faire passer est que tous les membres de clubs sont les bienvenus au Trocathlon. Ils pourront vendre leur ancien matériel et en profiter pour se rééquiper à neuf.

Le message doit être efficace. Fais des phrases courtes et va à l'essentiel, la lecture de cette lettre doit être rapide.

Annexe 4 La lettre

DECATHLON

Saint-Martin-Boulogne, le 9 octobre 2015

Monsieur le Président
Association Courir en Côte d'Opale
La Digue de Mer
62930 Wimereux

Objet : invitation au Trocathlon

Monsieur le Président,

Comme chaque année nous vous invitons au Trocathlon qui aura lieu dans notre magasin de Saint-Martin-Boulogne, du 16 au 24 octobre. N'hésitez pas à le faire savoir à tous vos adhérents.

Venez nous déposer votre ancien matériel et repartez avec du neuf ! Le pré-dépôt est possible sur le site trocathlon.fr à partir du 1^{er} octobre et le dépôt en magasin à partir du vendredi 16 octobre. Les ventes commenceront à partir du samedi 17 octobre. Si votre matériel est vendu, vous repartirez alors avec des bons d'achat d'un montant équivalent au prix de vente.Retrouvez-nous sur notre site www.trocathlon.fr pour obtenir toutes les réponses à vos questions.

Je vous donne rendez-vous très bientôt dans notre magasin et je vous adresse, Monsieur le Président, mes sincères salutations.

Le directeur,

William Marcotte

ZAC de Mont-Joie
62280 Saint-Martin-Boulogne
Tél. : 03 21 10 39 00 – Fax : 03 21 10 39 01
<http://www.decathlon.fr> – E-mail : StMartinBoulogne@decathlon.com

Excel · Word

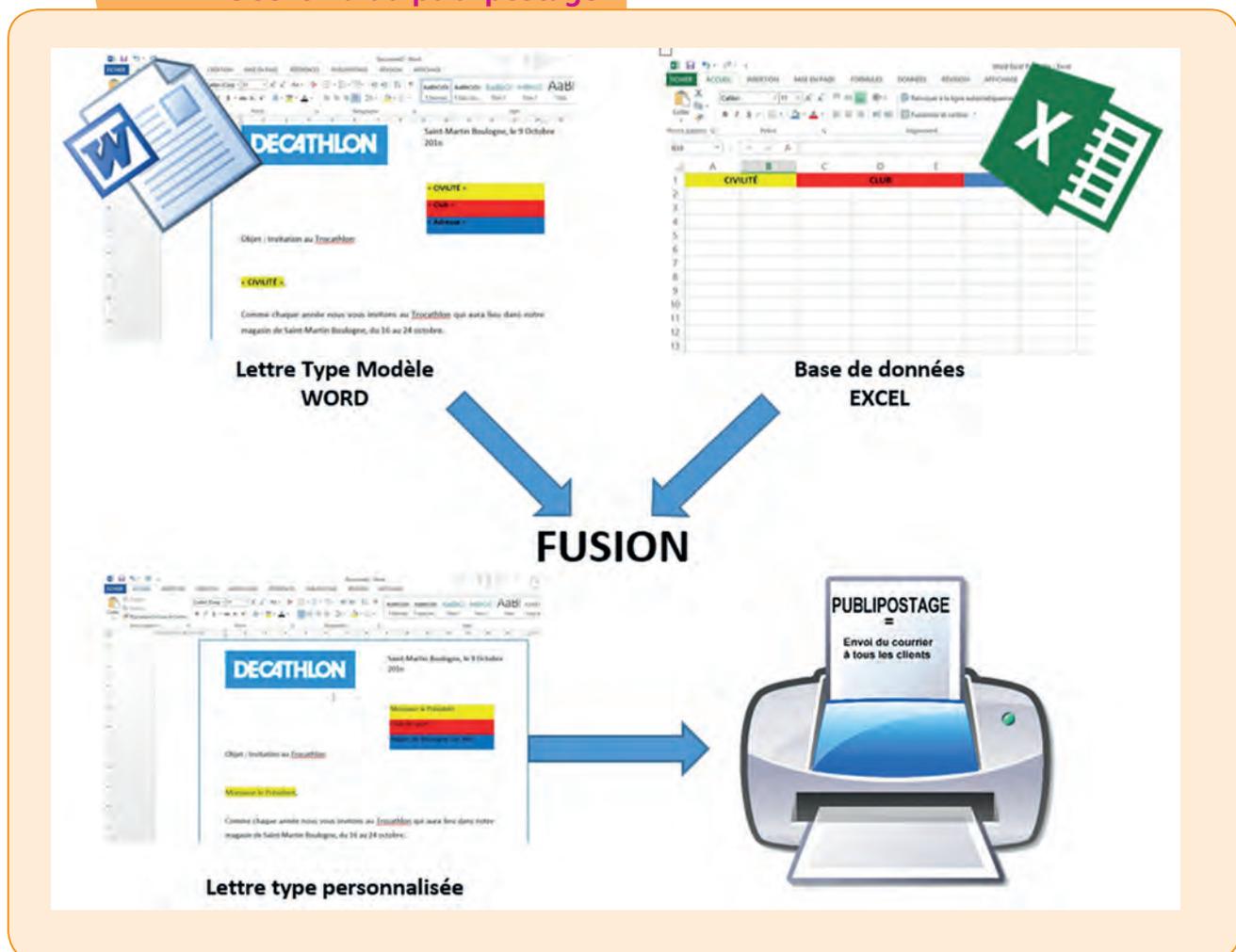
TP Informatique → Fusionné, c'est envoyé !

Toujours dans le cadre du Trocathlon, William Marcotte, directeur du magasin **Decathlon** de Saint-Martin-Boulogne (62), vous demande de réaliser un publipostage à destination d'une partie de ses clients.

Vos activités

- 1 Repérez deux avantages procurés par le recours aux logiciels Word et Excel dans la création d'un publipostage, **doc 1**, **annexe 1**.
- 2 Sélectionnez les informations essentielles pour personnaliser la lettre type qui sera envoyée à vos clients, **doc 2**, **annexe 2**.
- 3 Réalisez le publipostage à l'aide des fichiers **13_lettre-type_modele.docx** et **13_fichier-client.xlsx** grâce aux conseils dispensés dans le tutoriel **13_tuto-publipostage.pdf**.
- 4 Enregistrez votre travail sous le nom **13_lettre-trocathlon.docx** et imprimez la première page.

Doc 1 Le schéma du publipostage



Doc 2 Les consignes de William



J'ai sélectionné dans notre fichier clients des familles qui pourraient être intéressées par le Trocathlon. Toutes les informations sont disponibles dans un fichier Excel. Ces familles ont acheté un vélo il y a au moins 5 ans, elles sont titulaires de notre carte de fidélité et nous confient leur vélo de temps en temps pour une révision. Je pense que l'opération Trocathlon est faite pour eux. Les bons d'achat pour un nouveau matériel seront susceptibles de les intéresser.

La lettre type est déjà prête, tu peux donc passer au publipostage. L'ensemble des fichiers est disponible dans ton environnement numérique de travail ainsi qu'un tutoriel pour t'aider.

Annexe 1 Les avantages du publipostage

Avantages	Justificatio
Gain de temps	Inutile de recopier les noms et adresses une par une dans la lettre type. Ils sont recopiés automatiquement dans le document Word à partir des données récupérées dans le document Excel.
Personnalisation	Chaque courrier peut-être personnalisé (nom, adresse...) même si le corps de la lettre reste le même.

Annexe 2 Les informations essentielles

Information	Choix	Information	Choix	Information	Choix
Nom des clients	✓	N° de carte de fidélit	✓	Modèle du vélo acheté	✓
Âge des clients		Date et lieu du Trocathlon		Couleur du vélo	
Coordonnées du magasin		Adresse des clients	✓	Date d'achat du vélo	✓
Date du dernier achat		Fonctionnement du Trocathlon		Date de la dernière révision	
Fréquence d'achat		Nombre d'enfants		Site internet du Trocathlon	

La réception, le tri et l'enregistrement du courrier entrant

TP Approfondissement → Vous avez un message

Vous travaillez sous la responsabilité de Brigitte Serret en tant qu'hôte d'accueil à la **mairie de Tétéghem** (59), où vous êtes chargé de la réception et du tri des courriers entrants. Comme dans toute commune, vous avez affaire aussi bien à du personnel de mairie qu'à des élus et devez gérer des courriers ainsi que des colis ou des recommandés. Vous arrivez le matin du mardi 11 octobre 2016 et vous vous chargez de la réception des courriers.



1 Répertoriez, en les enregistrant, les courriers entrants de la matinée, docs 1, 2 et 3, annexe 1.

Doc 1 Le listing des codes courrier

Code attribué aux courriers

1	Maire	11	Adjointe principale	21	Service accueil
2	Première adjointe	12	Bibliothécaire	22	Service enseignement
3	Adjoint à la sécurité	13	Attachée (service personnel)	23	Service à l'enfance
4	Adjointe aux affaires sociales	14	Service urbanisme	24	Service sécurité
5	Adjointe à l'enseignement	15	Service état civil	25	Service technique
6	Adjoint aux finances et travail	16	Service logement	26	Service espaces verts
7	Adjoint aux sports	17	Service socioculturel	27	Service technique fêtes
8	Adjoint délégué	18	Service des fêtes	28	Directrice centre social
9	Directeur général des services	19	Service comptabilité	29	Service social à l'emploi
10	Directeur général adjoint	20	Police municipale	30	Service à la personne

Doc 2 Le courrier de la matinée

Sté LECOCQ SARL
Rte de Furnes
59100 Dunkerque
SIREN 256 318 963

Mairie de Tétéghem
Grand-Place
59229 Tétéghem

FACTURE N° 5686 du 02/10/2016

Détail

Désignation	PU (en €)	TVA (20 %)	Qté	Total
Ramettes papier A3	2,1	0,42	10	25,2
Ramettes papier A4	2,5	0,5	5	15
Total facture en €				40,2
N° TVA FR12256318963				

Nivelle Bernadette
23 rue du Chêne
06160 Juan-les-Pins

À l'attention de la mairie de Tétéghem

Juan-les-Pins, le 25 septembre 2016

Madame, Monsieur,
J'ai besoin d'une copie intégrale de mon acte de naissance.

Serait-il possible de me l'envoyer à mon domicile car j'habite loin aujourd'hui ?

D'avance merci.

Cordialement.

B. Nivelle

Doc 3 De nouveaux courriers

Permis d'aménager Enregistrer
comportant ou non des constructions et/ou des démolitions Réinitialiser
Permis de construire cerfa
comportant ou non des démolitions N° 13408*04

Vous pouvez utiliser un formulaire si :

- Vous réalisez un aménagement (lotissement, camping, aire de stationnement, parc d'attraction, terrain de sports ou loisirs...)
- Vous réalisez une nouvelle construction
- Vous effectuez des travaux sur une construction existante
- Votre projet d'aménagement ou de construction comprend des démolitions
- Votre projet nécessite une autorisation d'exploitation commerciale

1 - Identité du demandeur
Le demandeur indiqué dans le cadre ci-dessous sera le titulaire de la future autorisation et le redevable des taxes d'urbanisme. Dans le cas de demandeurs multiples, chacun des demandeurs, à partir du 2^{ème} doit remplir la fiche correspondante ci-dessous. Les décisions prises par l'administration seront notifiées au demandeur indiqué ci-dessous. Une copie sera adressée aux autres demandeurs, qui seront co-titulaires de l'autorisation et solidairement responsables du paiement des taxes.

Vous êtes un particulier Madame Monsieur

Nom : **DUBOIS** Prénom : **GABRIEL**

Date et lieu de naissance
Date : **1.2.05.19.7.2** Commune : **DUNKERQUE**

Département : _____ Pays : **FRANCE**

2 - Coordonnées du demandeur
Adresse / Numéro : **12** Ville : **RUE DU HAUT CHEMIN**

Localité : **TETEGHEM**

Code postal : **59229** / BP : _____ Cedex : _____

Téléphone : _____



Mairie de Tétégthem
Grand-Place
59229 Tétégthem

FACTURE N° b-2341-v du 04/10/2016

Désignation	PU (en €)	TVA (20 %)	Qté	Total
Pagnotte bagel 20 p.	20,79	4,16	3	74,85
Pagnotte wraps 30 p.	17,46	3,49	3	62,85
Pagnotte mixte 60 p.	24,96	4,99	2	59,90
Miniéclairs 21 p.	10,79	2,16	3	38,85
Minicannelés 49 p.	16,62	3,33	2	39,90
Chouquettes 16 p.	6,62	1,33	3	23,5
Total facture (en €)				300,20

Siège social Immeuble Pericentre
59650 Villeneuve-d'Ascq
SIREN 320 772 510
N° TVA FR 23 320 772 510

* Pagnotte : panier de présentation.

Annexe 1 L'enregistrement des courriers

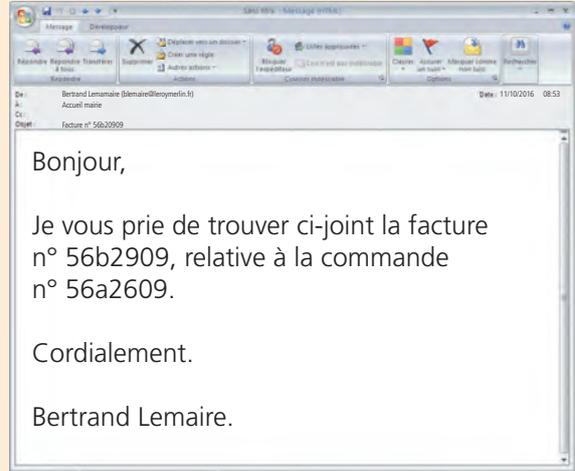
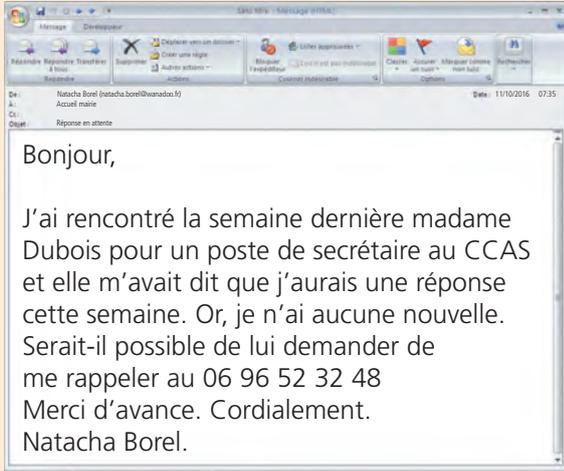
COURRIER2015 - Microsoft Excel

	A	B	C	D	E	F	G
1							
2	BH	COURRIER DU 27/09/201n					
3							
4	19	LES CHATEAUX GONFLABLES	FACT. 700 €				
5	1	ASSOCIATION BELAIR	DEMANDE DE PORTE A PORTE				
6	6	LEGRAND	DEMANDE DE RAMASSAGE				
7	13	ASSURANCE MALADIE	GRELOT VINCENT				
8	19	GROUPAMA	SINSITRE DU 12 AOUT				
9	19	VILLE DE GRANDE SYNTHE	AR20D2015				
10	19	LE GEANT	FACT. 256,98 €				
11	19	ETS DUNAND	FACT. 568,56 €				
12							
13	BH	COURRIER DU 11/10/2016					
14	19	STE LECOQC	FACT. 40,20 €				
15	19	FLUNCH TRAITEUR	FACT. 300,20 €				
16	14	M. DUBOIS GABRIEL	PERMIS DE CONSTRUIRE				
17	15	MME NIVELLE BERNADETTE	DEMANDE D'ACTE DE NAISSANCE				
18							
19							

Vous consultez dans un second temps les autres courriers reçus (mêls et recommandés), afin de les transmettre aux services concernés.

2 Reliez chaque courrier entrant à la bannette à laquelle il se rapporte, **doc 4**, **annexe 2**.

Doc 4 D'autres arrivées



Annexe 2 À chacun son courrier

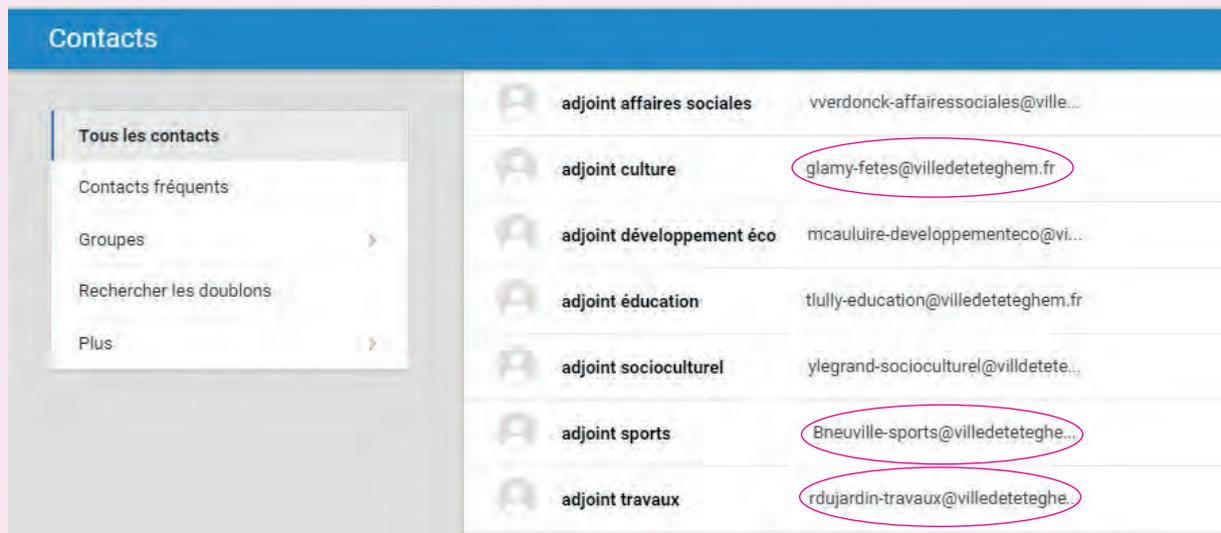
- 1
- 2
- 3



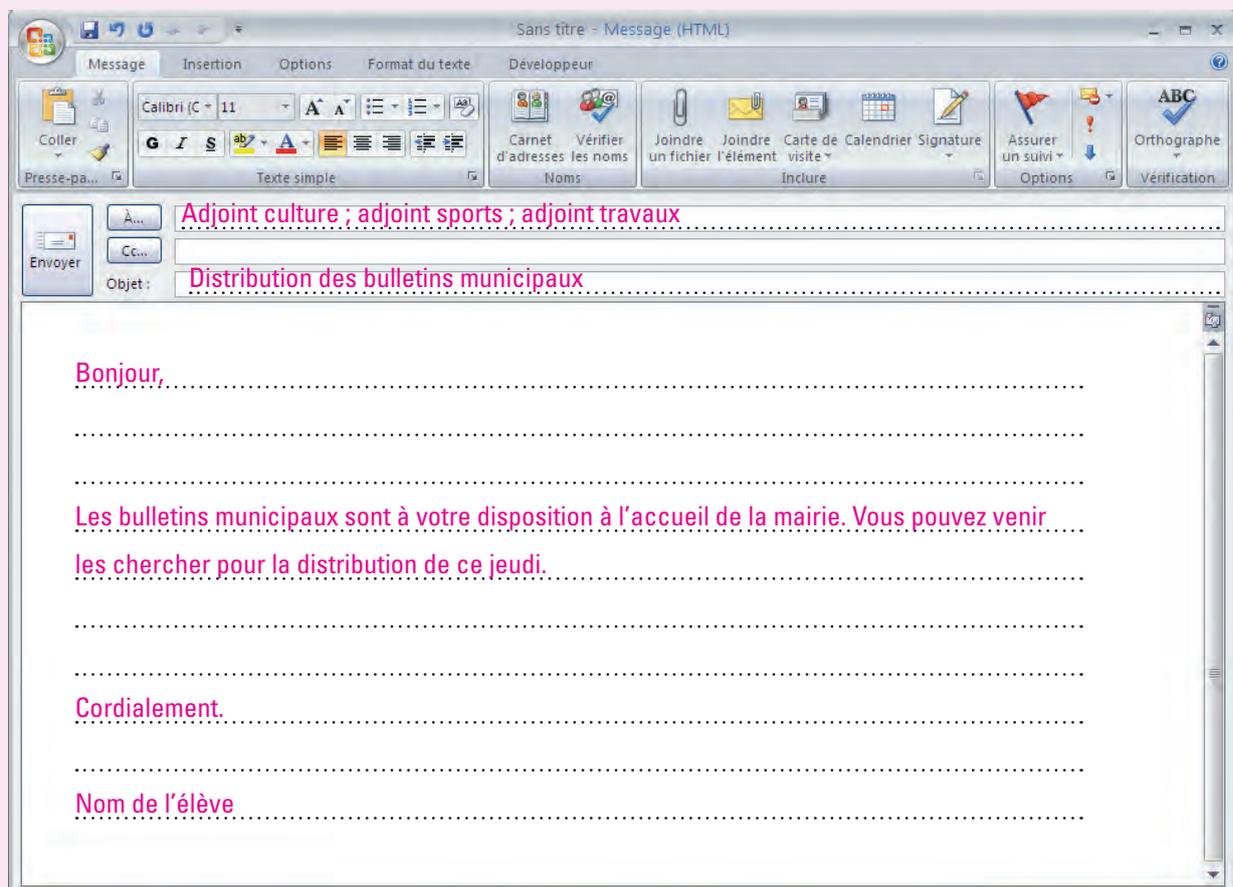
Vous venez de recevoir par colis les bulletins municipaux (journal de la commune). Ce mois-ci, ils doivent être distribués aux habitants par les adjoints aux sports, aux travaux et à la culture. Vous les prévenez par mél de venir les chercher dans les deux jours car la distribution doit s'effectuer jeudi.

- 3 Sélectionnez dans votre liste de contacts les différentes adresses mél auxquelles vous devez envoyer le message, en les entourant, **annexe 3**.
- 4 Rédigez le mél à envoyer, **annexe 4**.

Annexe 3 Les adjoints référencés



Annexe 4 Un mél important



Le traitement et le suivi du courrier au départ

TP Approfondissement → Théâtralement vôtre

Vous travaillez pour la compagnie de théâtre **Tous azimuts** de Roubaix (59), présidée par Patrick Leroy. La compagnie propose tout au long de l'année des ateliers pour tous les âges ainsi que des spectacles. Vous êtes chargé de l'accueil des usagers (spectateurs, élèves des ateliers...) et de la gestion administrative des courriers. Ce vendredi 2 septembre 2016, vous vous occupez du courrier à envoyer, notamment un publipostage d'annonce de la saison théâtrale.



- 1 Calculez le coût des deux solutions évoquées dans le mail du président de la compagnie, Patrick Leroy, docs 1 et 2, annexe 1.
- 2 Déterminez la solution la plus économique, ainsi que les contraintes à respecter pour la mettre en œuvre, annexe 1.

Doc 1 Les tarifs de La Poste

Relation d'affaires

1 Lettre verte

L'offre de distribution standard du courrier

La Lettre verte, pour un envoi distribué en 48 h*, plus économique et plus respectueuse de l'environnement. Cette offre participe à la politique ambitieuse de La Poste de réduction des émissions de CO₂.

* Délai indicatif

- Offre disponible pour les envois à destination de la France (y compris l'Outre-Mer), d'Andorre et de Monaco.

• Lettre verte égrenée

Délai indicatif : J+2.

- Pour l'envoi de documents et petites marchandises dans la limite de 3 cm d'épaisseur.

Poids jusqu'à	Tarifs nets unitaires
20 g	0,67 €
50 g	1,11 €
100 g	1,63 €
250 g	2,72 €
500 g	3,71 €
1 000 g	4,80 €
2 000 g	6,14 €
3 000 g	6,77 €

• Lettre verte en nombre

Délai indicatif : J+2.

- Offre sous contrat.

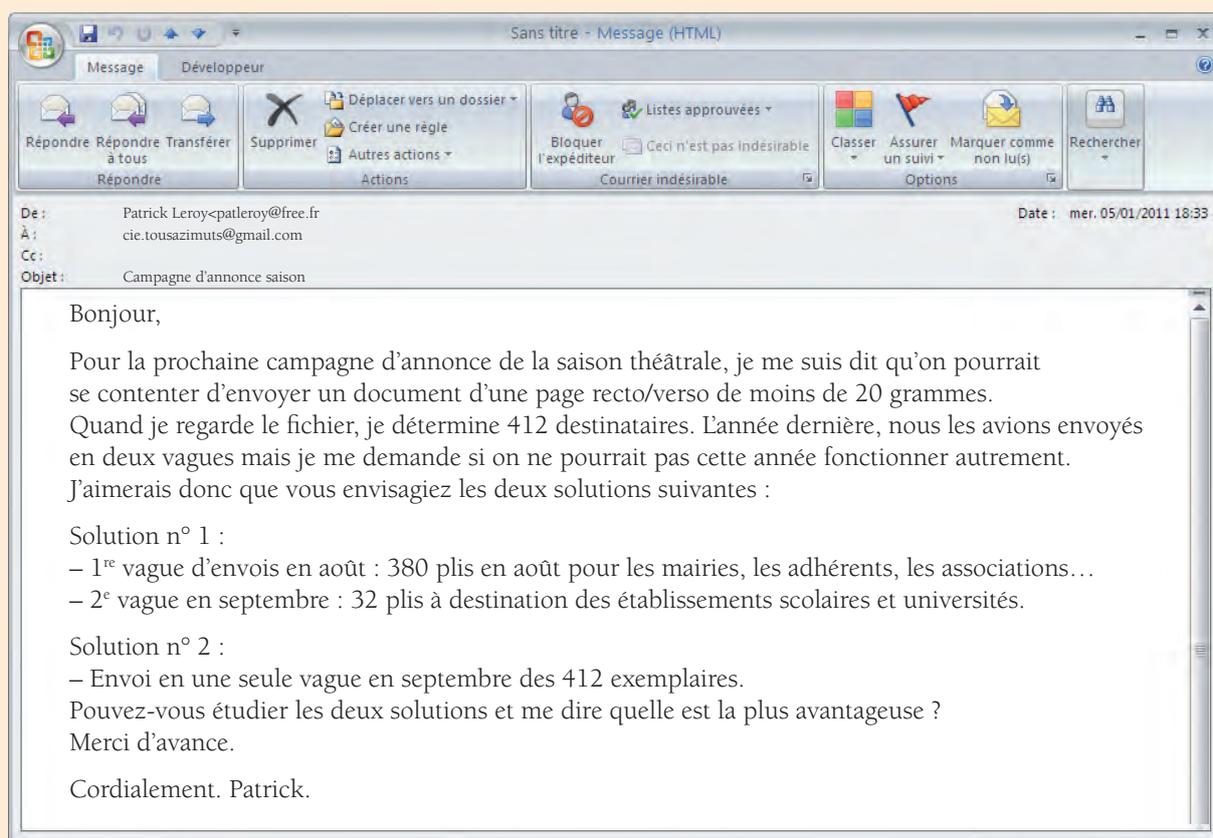
- Accessible dès 400 plis (diffusion intra-départementale) ou 1 000 plis (diffusion nationale).

Poids jusqu'à	Tarifs nets unitaires
35 g	0,58 €
250 g	0,52 € / objet + 8,48 € au kg

Communication commerciale

Gestion des retours

Doc 2 Les consignes de Patrick



Annexe 1 L'étude des coûts

Critère d'analyse	Calcul	Résultat	Commentaires
Première solution	$(380 + 32) \times 0,65 \text{ €}$	267,8	L'envoi en nombre ne peut se faire qu'à partir de 400 envois en une seule fois. On ne peut donc pas en bénéficier dans ce cas de figure.
Deuxième solution	$412 \times 0,56$	230,72	On arrive à plus de 400 plis, seuil minimal à atteindre pour bénéficier de l'envoi en nombre.
Solution à retenir	La solution numéro 2 (412 envois en une seule fois) est la plus avantageuse. On gagne 37,08 €.		
Contrainte de mise en œuvre	Il faut signer un contrat avec La Poste.		

Dans le cadre d'un projet européen auquel participe le théâtre, vous devez envoyer une déclaration de créance, contrôlée par un comptable, à l'adresse suivante : Projet du théâtre européen, BP 897, rue de la Loi 200, 1049 Bruxelles, Belgique. Il s'agit d'un papier important que vous désirez envoyer en lettre suivie.

- 3 Déterminez de quelle manière fonctionne la lettre suivie, **doc 3, annexe 2**.
- 4 Préparez la lettre suivie à envoyer, en renseignant l'adresse, **doc 3, annexe 3**.
- 5 Enregistrez les courriers du jour dans le registre de courrier sortant, en respectant la codification, **doc 4, annexe 4**.

Doc 3 La lettre suivie de La Poste



1



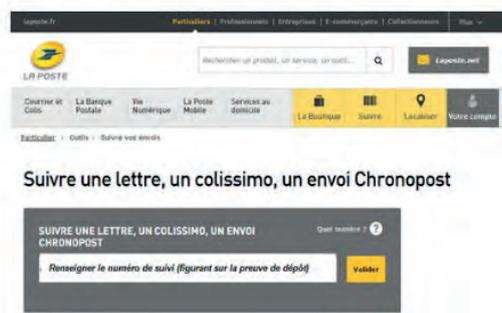
1 Une vignette courrier "Lettre Suivie" qui va servir à affranchir l'objet expédié.

2



2 Une vignette devant être apposée sur l'objet expédié et comportant un code-barres avec son numéro de suivi associé à 13 caractères.

3



3 Un ticket de suivi qui reprend les mêmes éléments que ceux présents sur la vignette citée ci-dessus, à conserver par l'expéditeur, et qui va permettre les opérations de suivi.

Annexe 2 Le fonctionnement de la lettre suivie

Élément	Objectif	Utilisation
Vignette courrier	Affranchir le courrier.	À coller sur l'enveloppe comme un timbre en haut à droite.
Vignette code-barres	Référencer le courrier pour en assurer le suivi.	À coller sur l'enveloppe.
Ticket de suivi	Conserver une trace du courrier expédié avec sa référence pour l'utiliser si besoin.	À conserver jusqu'à la confirmation de la bonne réception du courrier.
Fonctionnement du suivi	Il faut aller sur le site de La Poste et rentrer le numéro de suivi à 13 caractères qui se trouve sur le ticket de suivi.	

Annexe 3 La préparation de la lettre suivie



Doc 4 La codification du courrier sortant

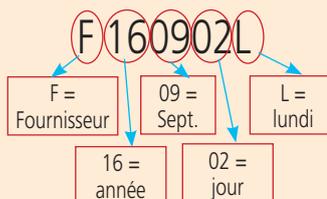
Tous les courriers sont codifiés et répertoriés dans un registre, de la manière suivante :

- Une ou 2 lettres pour le type de courrier
- Les deux derniers chiffres de l'année,
- Le mois
- Le jour
- Une ou deux lettres correspondant à l'initiale du jour

Les codes

Code	Intitulé	Code	Intitulé
AD	Administration	P	Projet
A	Ateliers	C	Concours
PP	Publipostage	DC	Documents comptables

Ex. :



Préciser le type d'envoi : lettre prioritaire, verte, écopli, en nombre, colis, lettre suivie, lettre recommandée...

Annexe 4 L'enregistrement du courrier

registre courrier départ						
K12						
	A	B	C	D	E	F
1	Courrier du 01/09/2016					
2	code	destinataire	objet	type d'envoi		
3	AD160901J	mairie Roubaix	demande subvention	courrier simple		
4	AD160901J	collège Rimbaud	facture atelier	courrier simple		
5	C160901J	Joséphine SOLIS	lot récompense concours d'écriture	colis		
6	Courrier du 02/09/2016					
7	code	destinataire	objet	type d'envoi		
8	P160902V	adhérents, mairies, écoles, associations	annonce de la saison théâtrale	envoi en nombre		
9	P160902V	projet théâtre euro	déclaration de créance	lettre suivie		
10						

La gestion des affectations de salles et du prêt de matériel

TP Approfondissement → Une salle pour un mariage

En immersion professionnelle au service Gestion des salles de l'**hôtel de ville de Seclin** (59), vous travaillez aux côtés de Malika Benmouffok, votre tutrice, responsable administrative du service. La ville de Seclin dispose de cinq salles qu'elle propose aux particuliers, aux associations ou qu'elle utilise pour des activités municipales.



Vous êtes chargé de gérer les demandes de location de salles.

- 1 Réalisez votre liste de contrôle des tâches pour mener à bien toute réservation à partir des consignes de votre tutrice, **doc 1**, **annexe 1**.

Doc 1 Les consignes de Malika



Quand nous recevons une demande écrite d'un usager, nous consultons le planning de réservation des salles. Si une salle est disponible et qu'elle correspond à la demande de l'usager, nous rédigeons une confirmation écrite de location de salle que nous mettons à la signature du maire. La confirmation écrite de location de salle est ensuite envoyée à l'usager accompagnée du règlement de location des salles municipales et du contrat de location. Nous transmettons également une copie du contrat de location au Trésor public qui déclenche un avis des sommes à payer envoyé au locataire. Nous réservons la salle pour l'usager en mettant à jour le planning de location. Nous vérifions que le locataire nous a bien retourné ses documents signés et si ce n'est pas le cas, nous lui rappelons de le faire en lui envoyant un courrier de relance.

Annexe 1 Votre check-list

Ordre	Tâche à réaliser
1	Étudier la faisabilité du projet.
2	Rédiger une confirmation écrite de la location.
3	Mettre à la signature du maire la confirmation écrite de la location.
4	Envoyer à l'usager : la confirmation écrite de location signée du maire, le contrat de location et le règlement de location des salles municipales.
5	Envoyer la copie du contrat de location au Trésor public.
6	Mettre à jour le planning de location.
7	Vérifier que le locataire a bien retourné ses documents signés et le relancer par mail s'il ne l'a pas fait.

- 2 Identifiez les besoins formulés par un usager sur le site de la mairie de Seclin, **doc 2, annexe 2**.

Doc 2 Le formulaire rempli en ligne

Nom	Morel	Prénom	José
Courriel	j.morel@orange.fr	Sujet	Demande de location de salle
Message			
<p>Bonjour,</p> <p>J'organise le vin d'honneur du mariage de ma fille le samedi 25 mai 2016. J'ai besoin de louer une salle pour 200 personnes. Avez-vous une salle disponible à cette date ? À quel tarif ? Louez-vous également les flûtes à champagne et à quel tarif ? Pouvez-vous me communiquer le formulaire de réservation de salle ?</p> <p>Cordialement.</p> <p>José Morel</p>			

Annexe 2 La demande de M. Morel

Rubrique	Besoin
Nature de l'événement	Vin d'honneur de mariage
Nombre de personnes attendues	200
Date(s) souhaitée(s)	Le 25 mai 2016
Vaisselle demandée	200 flûtes à champagne
Autres demandes	Tarifs location salle et vaisselle (200 flûtes). Demande de formulaire de réservation de salle.

- 3 Vérifiez la disponibilité des salles afin de choisir la mieux adaptée aux attentes de M. Morel, **docs 3 et 4, annexe 3**.

Doc 3 Le planning des réservations (extrait)

Mai 2016	Léon-Carlier	Salle des fêtes	Dédulle	Ronny-Coutteure	Dutoit
Lundi 20	17 h-22 h Ateliers enfants	Réservée Semaine de la musique et des arts	15 h 15-16 h 30 NAP* 18 h 45 Handball		Réservée pour la restauration scolaire
Mardi 21	17 h-22 h Ateliers enfants		15 h 15-16 h 30 NAP	13 h 30-17 h 30 Guinguette des aînés	
Mercredi 22	17 h-22 h Ateliers enfants		15 h 15-16 h 30 NAP	18 h-21 h Danse à deux	
Jeudi 23	18 h 30-20 h Danse		15 h 15-16 h 30 NAP	13 h 30-17 h 30 Guinguette des aînés 17 h 30- 19 h Danse enfants	
Vendredi 24			8 h 30-16 h 30 École de musique	9 h 30-12 h 30 Atelier estime de soi	
Samedi 25	Mariage Despret			Loto Amis de la Cité des jardins	
Dimanche 26					

* NAP : nouvelles activités périscolaires.

Doc 4 Les salles disponibles à Seclin

Restaurant scolaire Dutoit, rue de Wattiesart

Capacité d'accueil	200 personnes
Tarif vin d'honneur (demi-journée)	270 euros
Tarif journée complète (+ le lendemain pour le nettoyage)	350 euros

Salle Ronny-Coutteure, espace communal Mouchonnière, avenue Jude-Blanckaert

Capacité d'accueil	300 personnes
Tarif vin d'honneur (demi-journée)	270 euros
Tarif journée complète (+ le lendemain pour le nettoyage)	350 euros

Salle Dédulle, rue de la Commune-de-Paris

Capacité d'accueil	100 personnes
Tarif vin d'honneur (demi-journée)	115 euros
Tarif journée complète (+ le lendemain pour le nettoyage)	165 euros

Salle des fêtes

Salle disponible aux particuliers exclusivement pour les vins d'honneur en juillet et août

Capacité d'accueil	300 personnes
Tarif vin d'honneur (demi-journée)	270 euros

Salle Léon-Carlier, espace communal Burgault, 83 bis rue de Burgault

Capacité d'accueil	80 personnes
Tarif vin d'honneur (demi-journée)	170 euros
Tarif journée complète (+ le lendemain pour le nettoyage)	215 euros

Annexe 3 Une solution pour M. Morel

Salle	Choix	Justificatio
Salle Léon-Carlier	<input type="checkbox"/> Oui <input checked="" type="checkbox"/> Non	La capacité d'accueil n'est pas suffisante et la salle est déjà réservée.
Salle des fêtes	<input type="checkbox"/> Oui <input checked="" type="checkbox"/> Non	La salle n'est disponible à la location pour les vins d'honneur qu'en juillet et août et elle est déjà réservée toute la semaine.
Salle Dédulle	<input type="checkbox"/> Oui <input checked="" type="checkbox"/> Non	La capacité d'accueil n'est pas suffisante.
Salle Ronny-Coutteure	<input type="checkbox"/> Oui <input checked="" type="checkbox"/> Non	La salle est déjà réservée.
Restaurant scolaire Dutoit	<input checked="" type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non	La salle a une capacité d'accueil suffisante et elle est disponible le samedi 25 mai.

4 Rédigez le contrat de location à envoyer à M. Morel, **doc 2** et **annexe 3**, **annexe 4**.

Annexe 4 Le contrat de location



Hôtel de ville
Service Gestion des salles
89 rue Roger-Bouvry
59113 Seclin
Tél. : 03 20 62 91 35

CONTRAT DE LOCATION DE SALLE ET DE VAISSELLE

Salle mise en location :	Restaurant scolaire Dutoit
Date de la location :	25 mai 2016
Nombre de personnes attendues :	200
Nom du demandeur :	MOREL José
Adresse :	
Mail :	j.morel@orange.fr
Téléphone :	

Vaisselle louée

Vaisselle	Quantité demandée	Tarif unitaire	TOTAL
Flûtes à champagne	200	0,20 €	40 €
Verres à eau		0,20 €	
Verres à vin		0,20 €	
Assiettes plates		0,20 €	
Assiettes à dessert		0,20 €	
Fourchettes		0,10 €	
Couteaux		0,10 €	
Cuillères à café		0,10 €	
Montant total de la vaisselle louée			40 €

Règlement de votre location

Prix de la location de la salle :	270 €
Prix de la location de la vaisselle :	40 €

Règlement à effectuer auprès du Trésor public de Seclin, 12 rue des Comtesses-de-Flandre à Seclin dès réception du courrier de confirmation du service gestion des salles, avec présentation du présent contrat signé.

Je déclare avoir pris connaissance du règlement de location des salles et m'engage à le respecter ainsi qu'à réparer les dégâts/pertes qui pourraient être causés durant l'utilisation de la salle.

Fait à Seclin, le

Signature du locataire

La gestion des affectations de salles et du prêt de matériel

Excel • Word

TP**Informatique****Un planning pour tout gérer**

Vous êtes de nouveau aux côtés de Malika Benmouffok au service Gestion des salles de l'**hôtel de ville de Seclin** (59). La tenue des plannings d'occupation des salles nécessite une mise à jour régulière pour répondre aux demandes des usagers mais aussi pour en assurer le suivi.

**Votre travail**

Malika vous demande aujourd'hui, le 27 janvier 2016, de mettre à jour le planning du restaurant scolaire Dutoit.

- 1 Ouvrez le fichier **16_planning-dutoit.xls** pour le mettre à jour des modifications communiquées par votre tutrice, **doc 1**.

Vous êtes ensuite chargé de réaliser le publipostage de relance pour les locataires du mois de février n'ayant pas retourné leur contrat de location.

- 2 Établissez une liste des locataires retardataires, fichier **16_planning-dutoit.xls** précédemment complété, **annexe**.
- 3 Rédigez sous Word la lettre de publipostage destinée à relancer les locataires. Enregistrez-la en la nommant **16_courrier-relance.docx**, **doc 2**.
- 4 Achevez votre publipostage, **doc 3**.

Doc 1 Les consignes de Malika

Voici les modifications à apporter au planning de location de la salle Dutoit :

- M. Zen nous a retourné son contrat de location pour le 7 février ;
- l'association de judo reporte son assemblée générale du 21 février au 13 mars (toujours 80 personnes attendues) ;
- Mme Michalski nous a retourné son contrat de location pour le 26 mars. Elle attend tout compte fait 150 personnes et réserve 150 flûtes à champagne ;
- M. Lebacq Florent, 26/7 avenue Jude-Blanckaert à Seclin a réservé la salle le dimanche 20 mars pour une fête de famille. 70 personnes attendues. Il réserve 70 flûtes à champagne.

Doc 2 Le courrier de relance

Hôtel de Ville
Service Gestion des salles
89 rue Roger-Bouvry
59113 Seclin
Tél. : 03 20 62 91 35



[civilité] [Prénom] [Nom]
[nom entreprise ou association]
[Adresse]
[Code Postal] [VILLE]

Seclin, le insérer la date

Objet : relance contrat de location

[civilité],

Vous avez réservé la salle du restaurant scolaire Dutoit pour le [jour] et vous deviez nous renvoyer le contrat de location complété et signé.

Sauf erreur ou omission de notre part, le contrat ne nous est toujours pas parvenu.

Nous vous demandons donc de nous le retourner dans les meilleurs délais.

Dans cette attente, nous vous prions d'agréer, [civilité], nos salutations distinguées.

Malika Benmouffok
Responsable administrative
Service Gestion des salles

Doc 3 Le mode opératoire de votre publipostage

Pour démarrer la fusion de votre courrier avec le fichier 16_planning-dutoit.xls, utiliser l'onglet « Publipostage » de Word :

- Sélectionner les destinataires du courrier en utilisant la « liste existante » et sélectionner le fichier 16_planning-dutoit.xls, puis le tableau « Février 2016 ».
- Dans le courrier, insérer les champs de fusion pour les coordonnées des destinataires, leur civilité et la date de location.
- Modifier la liste des destinataires pour n'envoyer le courrier qu'aux usagers à relancer.
- Terminer et fusionner en modifiant les documents individuels.

Annexe Les usagers à relancer

Nom	Prénom	Date de réservation
Dumont	Pierrette	6 février
Assami	Ahmid	20 février
Lukaski	Paul	27 février

La gestion des prestations de services externes

TP Entraînement → C'est parti pour un tour...

Vous réalisez votre période de formation en entreprise chez **Fare Miti**, village vacances situé sur l'île de Moorea en Polynésie française (987). Vous aidez le gérant, Laurent Riem, à l'accueil des vacanciers et à l'organisation de leur séjour.



Votre travail

- 1 Mettez à jour la fiche de votre client suite à sa demande, **docs 1 et 2**, **annexe 1**.
- 2 Envoyez un courriel à votre prestataire pour l'informer de la demande de votre client, **docs 1 et 2**, **annexe 2**.

Doc 1 Le Moorea Fare Miti

Moorea Fare Miti est un village de vacances qui propose des bungalows de style polynésien entièrement équipés. Cette pension est installée dans un jardin tropical au bord du magnifique lagon de Moorea. Au programme pour les vacanciers : farniente, plage de sable blanc et des superbes couchers de soleil. Ils pourront aussi profiter de leur séjour pour visiter l'île. Des prestataires extérieurs choisis par la pension peuvent leur proposer la location de voitures ou de scooters, le tour du lagon en bateau, une plongée sous-marine, un mariage polynésien... Toutes les demandes sont étudiées.



Doc 2 La demande des clients

<p>Votre nom et Prénom (obligatoire)</p> <p>François Dumoulin</p>	<p>Moorea Fare Miti PK 27,5 Côte Mer Haapiti MOOREA - French Polynesia</p> <p>(+689) 87 21 65 59</p> <p>info@mooreafaremiti.com</p> <p>www.mooreafaremiti.com</p>
<p>Votre email (obligatoire)</p> <p>francois.dumoulin62@mail.fr</p>	
<p>Sujet</p> <p>Réservation d'une excursion</p>	
<p>Votre message</p> <p>Bonjour Laurent,</p> <p>Nous avons réservé un de vos bungalows du 18 au 21 décembre. Nous aimerions à l'occasion de notre venue pouvoir visiter votre île. Parmi les solutions que vous proposez, la promenade en bateau sur le lagon avec pique-nique sur une plage privée nous intéresse. Nous serons 4, 2 adultes et 2 enfants. Pourriez-vous nous envoyer un devis pour cette prestation ?</p> <p>Merci d'avance. Cordialement.</p>	

Annexe 1 Une mise à jour est nécessaire

FICHE CLIENT



Famille :	DUMOULIN François	Nombre de personnes :	4				
COORDONNÉES							
Adresse :	6 rue Neuve - 62126 Wimille	Pays :	France				
Téléphone :	+ 033 658 989 623	Mail :	françois.dumoulin62@mail.fr				
SÉJOUR							
Date :	Du 18 au 21 décembre						
Bungalow :	Fare n° 4						
PRESTATION EXTÉRIEURE							
Location voiture	Location scooter	Excursion bateau	Plongée sous-marine	Moorea Dolphin Center	Ski nautique jet ski	Spa	Autre demande
		X					

Annexe 2 Le courriel au prestataire

Sans titre - Message (HTML)

Message Insertion Options Format du texte Développeur

Coller Presse-pa... Texte simple

Carnet d'adresses Vérifier les noms Joindre un fichier Joindre l'élément Carte de visite Calendrier Signature Assurer un suivi Orthographe Vérification

À... mooreaboattour@mail.pf

Cc... info@mooreafaremiti.com

Objet : Réservation et devis

Bonjour,

.....

.....

La famille Dumoulin, qui résidera dans notre pension au mois de décembre, désirerait faire une excursion en bateau avec pique-nique sur une plage privée. Ils seront présents à Moorea du 18 au 21 décembre. Pourriez-vous me donner vos disponibilités à cette période ainsi que vos tarifs ?

.....

Les Dumoulin sont une famille de 4 personnes : 2 adultes et 2 enfants.

Merci par avance de votre réponse.

Cordialement.

.....

Laurent

La gestion des prestations de services externes

TP Approfondissement → Choisir le bon prestataire

Vous êtes toujours en formation chez Laurent Riem, propriétaire du village vacances **Fare Miti**, situé sur l'île de Moorea en Polynésie française (987). Des clients aimeraient réaliser une excursion en 4 x 4, aussi vous aidez votre responsable à sélectionner un prestataire.



1 Recherchez à partir de réactions d'anciens clients les critères à prendre en compte pour sélectionner un prestataire de services externes, **annexe 1**.

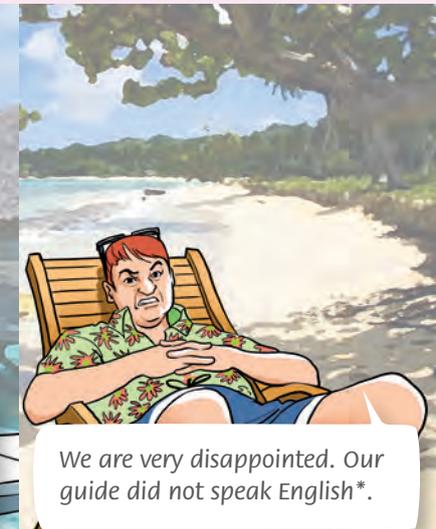
Annexe 1 Les avis des clients



Le critère : **le prix**



Le critère : **la proximité**



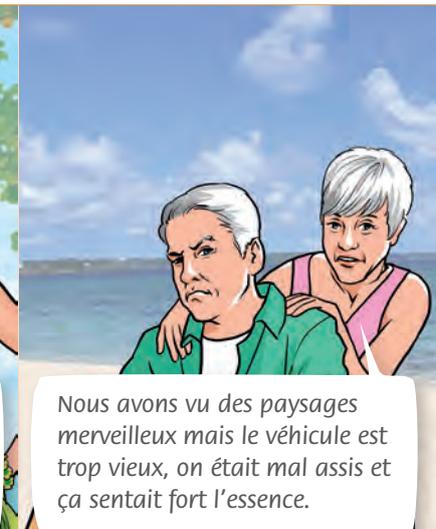
Le critère : **les langues parlées**



Le critère : **la qualité du repas**



Le critère : **la qualité du guide**



Le critère : **le confort**

* Nous sommes très déçus. Notre guide ne parlait pas anglais.

- 2 Sélectionnez le prestataire de services externes en fonction des critères vus précédemment, **doc 1**, **annexe 2**.

Doc 2 Les plaquettes publicitaires



Moorea Safari

☎ 689 87 654 23

44 € / pers.

Durée : 4 heures

Heures de départ
8h30 et 13h00

Accompagné d'un guide polynésien expérimenté, vous effectuerez un circuit loin des sentiers battus. Vous vous aventurerez en 4x4 au cœur de Moorea pour admirer de nombreux sites d'intérêt (plantation d'ananas, "Marae", lycée agricole, belvédère de l'île...). D'une durée de 4 heures, ce tour vous fera découvrir durant une demi-journée tous les plus beaux endroits de l'île et ses plus beaux panoramas. Moorea n'aura plus aucun secret pour vous !

Les guides parlent français, anglais, italien et allemand.

Lieu de départ : Ramassage aux hôtels suivants : Sofitel, Pearl, Hilton, InterContinental, Legends, Les Tipaniers, Hibiscus, Fare Vai Moana, Bali Hai, Kaveka, Fenua Mata'oa, Te Nunoa, Green Lodge, Fare Vaihere, Motu Iti, Tapu Lodge, Linareva.



MOOREA DISCOVER

Au départ de votre hôtel ou pension, vous pourrez découvrir l'histoire, la flore et toutes les merveilles de l'île de Moorea. Nous voulons partager avec vous notre passion pour cette île, au cours d'un voyage plein de belles vues, d'histoires et d'informations dans un cadre détendu et souriant. Pendant quatre heures, nous allons visiter la baie de Cook et la baie d'Opunohu. Nous nous arrêterons pour des dégustations de confitures faites maison à l'école d'agriculture, une excursion dans les champs d'ananas, une dégustation de quelques liqueurs élaborées dans la distillerie située dans la baie de Cook, et enfin un arrêt au Belvédère et aux "Marae" qui sont les temples anciens de Tahiti.

Vous avez aussi la possibilité de réserver pour la journée entière, un repas typique polynésien vous sera alors servi.

Tarifs	Tour - Demi-journée	40 €	Par adulte (minimum de 2 personnes) - demi-tarif pour les moins de 12 ans - Gratuit pour les moins de 5 ans
	Tour - Journée + repas	110 €	Par adulte (minimum de 2 personnes) - demi-tarif pour les moins de 12 ans - Gratuit pour les moins de 5 ans

Réervations au +689 87 658 45 - infomooreadiscover@mail.pf

Nos guides parlent 



ANANAS TOUR

Durée : 4 heures

Prix : Adulte 40 €

Enfant (-12 ans) 20 €

Découvrez notre belle île volcanique, sa flore tropicale et sa faune lors d'un tour en 4x4. Votre guide vous conduit aux champs d'ananas, bosquets de bambous, plantations d'oranges, pamplemousses, papayes et vanille. Profitez de la vue saisissante depuis le point de vue du Belvédère et visitez les sites archéologiques et les temples de la Polynésie d'avant les Européens. Sur le chemin, histoires et légendes d'antan vous seront racontées. Notre arrêt à l'usine de jus de fruit et à la distillerie est l'occasion de goûter jus de fruits et alcools locaux. Une courte escale à l'une des boutiques de perles est également incluse.

Ramassage et retour à tous les hôtels et pensions de l'île (disponible uniquement le matin)

Min : 4 pers. / Max : 32 pers.

Réservation au +689 87 765 027

Annexe 2 Le choix du prestataire

Critères	Moorea Safari	Moorea Discover	Ananas Tour
Prix	44 € personne	40 € : adulte 20 € : – de 12 ans Gratuit : – de 5 ans	40 € : adulte 20 € : – de 12 ans
Proximité	Ne passe pas à la pension Fare Miti	Passe à la pension Fare Miti	Passe à la pension Fare Miti uniquement le matin
Langue parlée	Français, anglais, italien, allemand	Français, anglais, espagnol	Inconnu
Repas	Pas d'excursion à la journée	Excursion à la journée avec repas polynésien (110 €)	Pas d'excursion à la journée
Guide	Guide polynésien expérimenté	Récits d'histoires et informations	Récits d'histoires et légendes
Confort	Inconnu	Inconnu	Inconnu
Votre choix		X	
Justificatio	<p>Moorea Discover est le seul prestataire qui propose une excursion à la journée avec repas. Il propose des tarifs intéressants pour les familles avec enfants.</p> <p>Il organise le ramassage des touristes directement à la pension.</p> <p>Les guides parlent l'anglais et l'espagnol, ce qui est intéressant pour une clientèle internationale.</p>		

- 3 Proposez deux avantages et deux inconvénients aux solutions offertes pour tester le prestataire choisi, **doc 1, annexe 3.**

Annexe 3 Un prestataire à tester

Solution	Avantage	Inconvénient
Relever les avis de consommateurs sur les sites spécialisés (tripadvisor, booking.com...)	<ul style="list-style-type: none"> – Permet d'avoir un avis rapide et gratuit sur un prestataire. – Permet d'avoir un avis avant de faire la proposition au client. 	<ul style="list-style-type: none"> – Ce sont souvent les clients mécontents qui donnent un avis. – L'avis est souvent général ; il ne permet pas d'avoir une opinion sur un point précis de la prestation (qualité du guide, confort...).
Faire tester l'excursion par le responsable de la pension	<ul style="list-style-type: none"> – Le responsable se fait sa propre opinion sans passer par un intermédiaire. – Permet d'avoir un avis avant de faire la proposition au client. 	<ul style="list-style-type: none"> – Le responsable de la pension doit prendre sur son temps et payer le prix de l'excursion. – Le responsable de la pension aura un avis de professionnel qui connaît déjà son île.
Faire compléter une enquête de satisfaction par les clients	<ul style="list-style-type: none"> – C'est la façon la plus objective d'avoir une opinion sur la qualité de l'excursion, notamment sur les critères comme la qualité du guide et le confort des véhicules. – Cela permet d'avoir une information fiable et toujours actualisée. 	<ul style="list-style-type: none"> – Il faut attendre les avis des premiers clients pour se faire une idée sur la qualité de la prestation. – Il faut demander au client de prendre du temps pour compléter un questionnaire.

- 4 Élaborez un questionnaire de satisfaction à remettre à vos clients après une excursion avec votre nouveau prestataire, **doc 2**, **annexe 4**.

Doc 2 Les conseils de Laurent



Comme tu me l'as conseillé, j'ai choisi Moorea Discover pour les excursions en 4 × 4. Pour être certain que cette prestation sera à la hauteur, j'aimerais demander l'avis de nos clients à leur retour d'excursion. Dès que je le peux, je discute avec eux mais je ne suis pas toujours disponible. J'aimerais donc que tu élabores un questionnaire qu'ils pourront compléter tranquillement dans leur bungalow.

Attention, nos clients sont en vacances, ils sont ici pour se reposer et profiter de la vie. Le questionnaire devra être très rapide à compléter. Il serait intéressant d'avoir leur opinion sur l'excursion en général mais aussi sur le guide, le prix, le véhicule... à toi de voir !

Annexe 4 Le questionnaire de satisfaction



Enquête de satisfaction

Chers clients,

Vous avez visité notre île avec Moorea Discover. Soucieux de proposer des services de qualité, nous avons besoin de votre avis sur cette excursion. Nous vous remercions du temps que vous prendrez pour compléter ce questionnaire.

1. Êtes-vous satisfait de votre excursion ?

- Très satisfait Satisfait Assez satisfait Pas satisfait

2. Êtes-vous satisfait du confort du véhicule ?

- Très satisfait Satisfait Assez satisfait Pas satisfait

3. Êtes-vous satisfait de votre guide ?

- Très satisfait Satisfait Assez satisfait Pas satisfait

4. Êtes-vous satisfait du rapport qualité/prix ?

- Très satisfait Satisfait Assez satisfait Pas satisfait

5. Recommanderiez-vous cette excursion à l'un de vos proches ?

- Oui Non

6. Comment pourrait-on améliorer cette prestation de services ?

Mauruuruoroa (Merci beaucoup)

Le suivi des commandes

TP Approfondissement → Un cocktail clé en main

Vous effectuez votre période de formation en milieu professionnel en qualité d'hôte d'accueil de la concession **Citroën** de La Rochelle (17). Son directeur, Hervé Vyks, souhaite organiser en marge des journées « Portes Ouvertes » une soirée privilège à destination de clients ciblés pour promouvoir la C4 Cactus. Il vous charge de l'organisation de cette manifestation, et notamment de la gestion des commandes des petits fours pour le cocktail dînatoire.



- 1 Déterminez les quantités de mignardises à commander pour satisfaire aux exigences de M. Vyks, docs 1 et 2, annexe 1.

Doc 1 Les soirées privilège



Nous organisons des soirées privilège plusieurs fois par an pour nos nouveaux clients et nos clients les plus fidèles, ils adorent ça ! On leur présente l'ensemble de l'équipe, on fait la visite des showrooms et des ateliers et puis on termine la soirée autour d'un apéritif dînatoire, c'est très convivial. À chaque fois, nous recevons au moins une trentaine de clients qui viennent avec leur conjoint, et il y a aussi une vingtaine de collaborateurs présents. On commande toujours chez La Rochelle Traiteur, le chef est un bon client ! On peut commander sur Internet, il nous livre gratuitement et ses mignardises sucrées et salées sont un vrai régal ! Si tu le souhaites, tu pourras venir jeudi prochain !

Annexe 1 Pour tous les goûts

Estimations	Quantité
Personnes attendues	80
Mignardises par personne	7
Total de mignardises	560
Mignardises salées	280
Mignardises sucrées	280

Doc 2 Les cocktail-box



Pour organiser un apéritif dînatoire, nous vous recommandons de prévoir 6 à 7 pièces par personne. En revanche pour un cocktail dînatoire, il faut compter 20 pièces par personne. En général, il faut prévoir autant de salé que de sucré en quantité pour satisfaire l'ensemble de vos convives. La livraison est offerte sur La Rochelle pour une commande à partir de 100 euros HT. La commande est à effectuer au plus tard 72 heures avant pour une livraison assurée avant 17 heures.

LA COCKTAIL-BOX « SALÉE-SUCRÉE »

125,12 € HT/132,00 € TTC

40 canapés salés
10 verrines salées
50 canapés sucrés

LA COCKTAIL-BOX « SALÉE » TAILLE S

31,28 € HT/33,00 € TTC pour 26 pièces

20 canapés salés
6 verrines

LA COCKTAIL-BOX « SALÉE » TAILLE M

67,30 € HT/71,00 € TTC pour 56 pièces

44 canapés salés
12 verrines

LA COCKTAIL-BOX « SALÉE » TAILLE XL

134,60 € HT/142,00 € TTC pour 112 pièces

88 canapés salés
24 verrines

LA COCKTAIL-BOX « SUCRÉE » TAILLE S

29,38 € HT/31,00 € TTC pour 26 pièces

26 canapés sucrés

LA COCKTAIL-BOX « SUCRÉE » TAILLE M

59,72 € HT/63,00 € TTC

56 canapés sucrés

LA COCKTAIL-BOX « SUCRÉE » TAILLE XL

103,32 € HT/109,00 € TTC

112 canapés sucrés



LA PYRAMIDE DE MACARONS

- 1 pyramide de 24 macarons à 38,88 € HT
- 1 pyramide de 48 macarons à 77,76 € HT

www.larochelletraiteur.com

2 Sélectionnez parmi l'offre du traiteur, doc 2, les produits que vous allez commander, annexe 2.

Annexe 2 Les bonnes quantités

Désignation	Quantité	Mignardises salées	Mignardises sucrées
Cocktail-box salée-sucrée	5	250	250
Cocktail-box salée S			
Cocktail-box salée M	1	56	
Cocktail-box salée XL			
Cocktail-box sucrée S			
Cocktail-box sucrée M	1		56
Cocktail-box sucrée XL			
Pyramide de macarons			
Total	7	306	306

Après avoir validé votre proposition de commande, M. Vyks vous invite à finaliser la commande en sollicitant le traiteur afin de recevoir le bon qu'il faudra compléter.

- 3 Renseignez le formulaire de l'onglet contact du site internet afin de recevoir le bon de commande, annexe 3.

Annexe 3 Votre message

[Accueil](#) / [Contact](#)

CONTACT



■ Vous souhaitez recevoir nos nouveautés

En cochant cette case, vous serez informé en exclusivité des offres et actualités Grégory Coutanceau. Conformément à la loi informatique et libertés, vous disposez d'un droit d'accès, de rectification ou d'opposition des informations collectées vous concernant en écrivant à : Grégory Coutanceau Développement. Pour toutes demandes particulières ou demande RDV, merci de bien vouloir prendre contact par téléphone, ou en utilisant le formulaire de contact ci-dessous.

Civilité :	<input type="text" value="M. ou Mme"/>
Nom* :	<input type="text" value="NOM du stagiaire"/>
Prénom	<input type="text" value="Prénom du stagiaire"/>
Société	<input type="text" value="Concession Citroën"/>
Adresse	<input type="text"/>
Code postal	<input type="text"/>
Ville	<input type="text" value="La Rochelle"/>
Téléphone	<input type="text"/>
Email*:	<input type="text" value="Email du ou de la stagiaire"/>

Votre message:

Objet * :

Message* :

Organisation d'un cocktail
 Bonjour,
 Nous souhaitons passer commande pour un cocktail.
 Pourriez-vous nous envoyer un bon de commande ? Merci.
 Cordialement.
 Prénom, NOM,
 Hôte d'accueil
 Citroën La Rochelle

* : Champs obligatoires

4 Complétez maintenant le bon de commande reçu par retour de mail, **annexe 4**.

Annexe 4 Ma commande



BON DE COMMANDE N° 173

Date : **du jour**

Grégory Coutanceau Traiteur
1 rue de la Chaîne
17000 La Rochelle
Tél. 05 464190 79
Fax 05 46 41 90 80

Adresse de facturation

Concession Citroën La Rochelle
163 avenue Jean-Paul-Sartre
17000 La Rochelle

Adresse de livraison (si différente)

Date et heure de livraison
jeudi /, 17 h

Quantité	Description	PU HT	Montant HT
5	Cocktail-box salée sucrée	125,12	625,60
1	Cocktail-box salée M	67,30	67,30
1	Cocktail-box sucrée M	59,72	59,72
Sous-total			752,62 €
Taux de TVA applicable			5,50 %
TVA			41,39 €
Frais de port			- €
Total			794,01 €

Signature du client

Date

La référence de la commande doit figurer sur toutes les factures et correspondances

Excel TP Informatique → Livraison garantie

Toujours à l'accueil de la concession **Citroën** de La Rochelle (17), vous êtes chargé par Hervé Vyks, le directeur, du suivi de la commande que vous avez réalisée auprès de La Rochelle Traiteur pour l'apéritif dînatoire qui s'est déroulé hier.



Vos travail

- 1 Vérifiez, à partir des bons de commande et de livraison, **18_BC-traiteur.xlsx**, **doc**, la facture reçue par mail, **18_LRtraiteur_facture-46g.xlsx**, puis corrigez les éventuelles erreurs constatées.
- 2 Informez par mail le service comptabilité des anomalies constatées et précisez les démarches que vous allez entreprendre afin d'obtenir une nouvelle facture, **annexe**.

Doc 1 Le bon de livraison du traiteur



Grégory Coutanceau Traiteur
1 rue de la Chaîne
17000 La Rochelle
Tél. 05 464190 79
Fax 05 46 41 90 80

BON DE LIVRAISON

N° 173

Date : Jeudi JJ / MM / AA

Adresse de Livraison

Concession Citroën La Rochelle
163 avenue Jean-Paul-Sartre
17000 La Rochelle

Quantité	Description
5	Cocktail-box salée sucrée
2	Cocktail-box salée M
1	Cocktail-box sucrée M

Mise en place du buffet assurée par

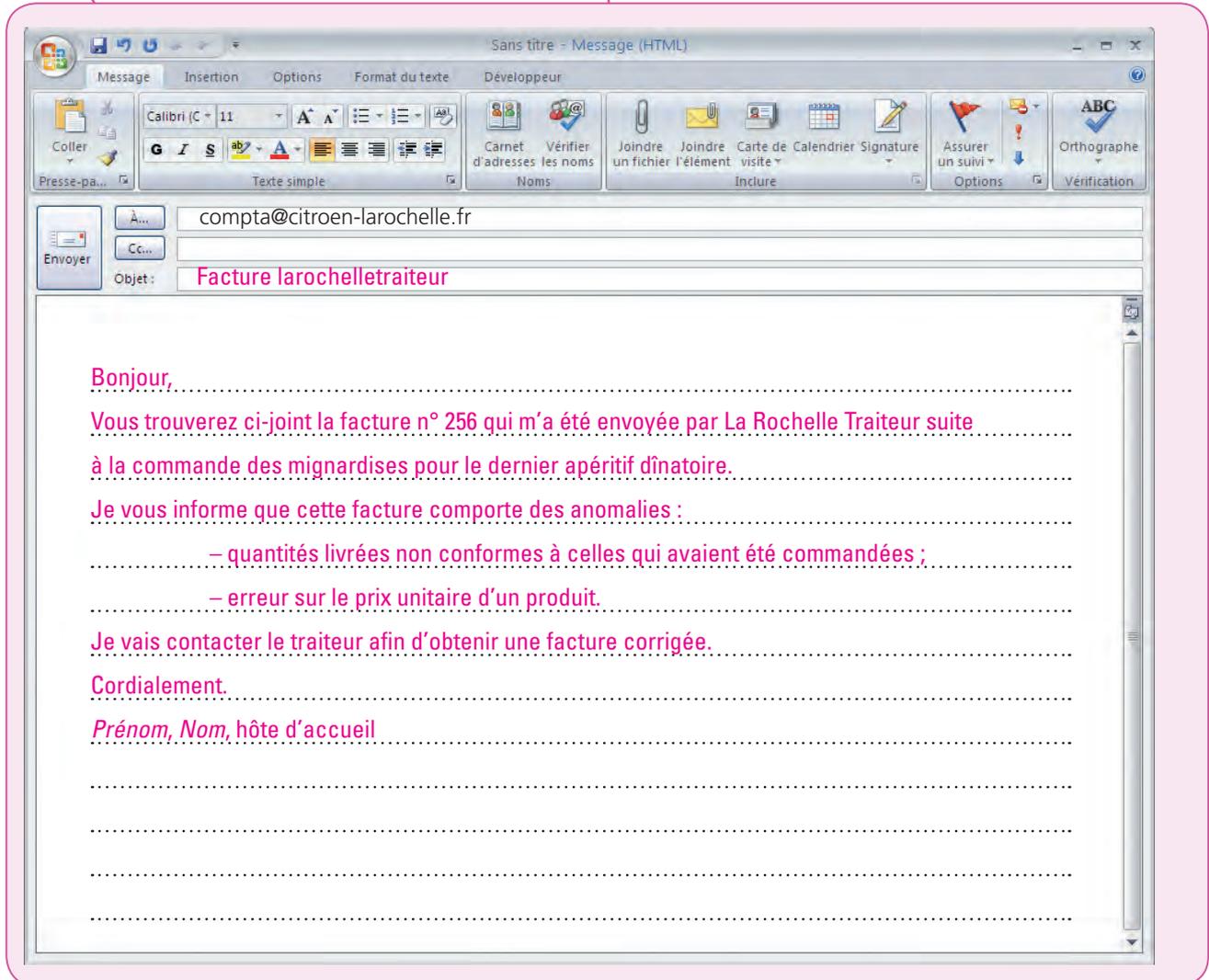
Ludovic

Signature

Signature du client

Date
jeudi JJ / MM / AA

Annexe Votre proposition de mail



La réception de la livraison

TP Approfondissement → Le compte est-il bon ?

Vous réalisez votre période de formation en milieu professionnel au pôle accueil de l'école d'équitation **Le Gros Chêne** de Bousbecque (59). Olivier Delsarte, le directeur, vous confie certaines tâches administratives, notamment la gestion des fournitures de bureau et du petit matériel équestre. Ce 17 septembre 2016, vous recevez la commande de votre fournisseur Equip'Horse et procédez à sa réception.



- 1 Effectuez le contrôle quantitatif des produits livrés aujourd'hui, puis émettez les éventuelles réserves nécessaires, **docs 1** et **2**, **annexe 1**.

Doc 1 Le bon de commande n° 153



59 rue de Linselles
59166 Bousbecque
Tél. : 03 20 23 52 99
Fax : 03 20 23 52 97
N° client : 25698P
Contact : M. Delsarte
E-mail : o.delsarte@free.fr

EQUIP'HORSE
ZI RN
43 rue Jules-Ferry
62930 Courcelles-lès-Lens
Tél. : 03 21 77 95 95
Fax : 03 21 77 95 97

COMMANDE
N° 153 du 14/09/2016

Produit	Libellé	Réf.	Unité	Prix HT unitaire (en €)	Qté	Total HT (en €)
	Cure-pied antidérapant	756F04999SS	La pièce	3,26	5	16,30
	Éponge de mer naturelle	768F01NATSS	La pièce	5,33	5	26,65
	Minibarres vitaminées	783F1112	Pot 3 kg	3,25	4	13,00
	Gant de pansage blanc	767F01999WH	La pièce	3,66	9	32,94
	Peigne coupe-crinère	761F07	La pièce	1,50	9	13,50
	Plaque marquage ration	280F01999SS	La pièce	2,16	9	19,44
	Cravache de dressage	902F02999SS	La pièce	4,75	8	38,00
TOTAL HT (en €)						159,83
Livraison (en €) : franco de port						0,00
Montant de la TVA (20 %)						31,97
TOTAL TTC (en €)						191,80

Doc 2 Extrait des conditions générales de vente

Article 5.1 Délais de livraison

Le colis est expédié après confirmation de la commande et réception du paiement du client. Les délais de livraison des produits sont donnés à titre indicatif, sauf engagement exprès et écrit de Equip'Horse sur des dates et heures fermes.

Néanmoins, à défaut d'exécution au plus tard dans les 30 jours de la conclusion du contrat, le client pourra mettre en demeure Equip'Horse, par lettre recommandée avec accusé de réception, d'exécuter la vente. À défaut, le client pourra rompre le contrat par lettre recommandée avec accusé de réception. Le contrat sera considéré comme résolu à la réception par Equip'Horse de cette lettre, sauf s'il s'est exécuté entretemps ; les sommes versées par le client lui seraient alors remboursées sans intérêt ni indemnité au plus tard dans les 14

jours suivant la date à laquelle le contrat a été dénoncé. En tout état de cause, Equip'Horse ne pourra pas être tenu responsable pour tout retard ou défaut de réception dû à un cas de force majeure.

Article 5.2 Modalités de livraison/réception

Il appartient au client de vérifier l'état des produits au jour de leur réception. Tous dommages apparents (manquants, erreurs de référence ou autres) constatés sur les marchandises livrées doivent être stipulés sur le bon de livraison dans la rubrique « Réserves ». Toutes anomalies ou retours doivent ensuite être signalés à Equip'Horse par lettre recommandée avec accusé de réception dans les 48 heures suivant la réception des produits.

D'après CGV Equip'Horse

Annexe 1 Le bon de livraison n° 262



ZI RN
43 rue Jules-Ferry
62930 Courcelles-lès-Lens
Tél. : 03 21 77 95 95
Fax : 03 21 77 95 97
Contact : M. Cousty Denis
E-mail : dc@orange.fr

Bon de livraison n° 262
Du 17/09/2016
Commande n° 153 du
14/09/2016
Livraison franco de port
Nb de colis : 5
Mode d'expédition : route

Destinataire
Le Gros Chêne
59 rue de Linselles
59166 Bousbecque
03 20 23 52 99
Client n° 25698P

Référence	Libellé	Unité	Quantité livrée
761F07	Peigne coupe-crinrière	La pièce	9
768F01NATSS	Éponge de mer naturelle	La pièce	5
756F04999SS	Cure-pied antidérapant	La pièce	4
954F03654SS	Cravache de concours	La pièce	8
767F01999WH	Gant de pansage blanc	La pièce	9
280F01999SS	Plaque marquage ration	La pièce	7
783F1112	Minibarres vitaminées	Pot 3 kg	4

Réserves :

- Référence 756F04999SS – Cure-pied antidérapant – 1 manquant (4 livrés au lieu des 5 commandés)
- Erreur de référence : référence 954F03654SS – Cravache de concours – livrée au lieu de la référence 902F02999SS Cravache de dressage commandée
- Référence 280F01999SS – plaque de marquage ration – 2 manquants (7 plaques livrées au lieu de 9 commandées)

Date : 17/09/2016	Signature transporteur 	Signature destinataire Nom et prénom de l'élève
-------------------	---	--

Alerté sur les erreurs de livraison, votre tuteur vous demande de préparer un courrier stipulant au fournisseur de livrer la commande exacte et l'informant que vous lui retournez la référence non commandée.

2 Rédigez le courrier à destination de votre fournisseur, **doc 2**, **annexe 2**.

Annexe 2 Le courrier au fournisseur



EQUIP'HORSE
ZI RN
43 rue Jules-Ferry
62930 Courcelles-lès-Lens

Bousbecque, le 17 septembre 2016

Objet : V/livraison n° 262 du 17/09/2016

Lettre recommandée avec accusé de réception

Monsieur Cousty,

Nous accusons réception de la livraison n° 262 de ce jour relative à notre commande n° 153 du 14 septembre dernier.

Après vérification, nous avons constaté les anomalies suivantes :

- référence 756F04999SS (cure-pied antidérapant) : 1 manquant (4 livrés au lieu de 5 commandés) ;
- référence 280F01999SS (plaque de marquage ration) : 2 manquants (7 livrées au lieu de 9 commandées) ;
- référence 954F03654SS (cravache de concours) : livrée au lieu de la référence 902F02999SS (cravache de dressage) commandée.

Conformément à vos conditions générales de vente, nous vous retournons la référence 954F03654SS et vous demandons de bien vouloir nous livrer la référence 954F03654SS initialement commandée, ainsi que les quantités manquantes des références 756F04999SS et 280F01999SS.

Dans l'attente, nous vous prions de recevoir, Monsieur Cousty, nos salutations.

Olivier Delsarte
Directeur

59 rue de Linselles – 59166 BOUSBECQUE
Tél. : 03 20 23 52 99/Fax : 03 20 23 52 97
E-mail : o.delsarte@free.fr

À l'issue de cette tâche, Olivier vous demande de saisir les entrées en stock de ces produits.

- 3 Mettez à jour la fiche de stock de votre fournisseur Equip'Horse en saisissant les références que vous avez réellement reçues, puis calculez la valeur totale de votre stock, **annexe 3**.

Annexe 3 Le stock valorisé



Fiche de stock

Date de saisie : 17/09/2016

Fournisseur : EQUIP'HORSE

Référence	Libellé	Stock précédent (en quantité)	Entrées réelles (quantité)	Total stock (quantité)	PA HT unitaire (en €)	Montant HT* (en €)
756F04999SS	Cure-pied antidérapant	5	4	9	3,26	29,34
768F01NATSS	Éponge de mer naturelle	3	5	8	5,33	42,64
783F1112	Minibarres vitaminées	4	4	8	3,25	26,00
767F01999WH	Gant de pansage blanc	3	9	12	3,60	43,2
761F07	Peigne coupe-crinière	2	9	11	1,5	16,5
280F01999SS	Plaque marquage ration	2	7	9	2,16	19,44
902F02999SS	Cravache de dressage	1	0	1	4,75	4,75
Valeur totale HT du stock						181,87

* Arrondir vos calculs à deux décimales.

Pour terminer cette opération, votre tuteur vous demande d'observer et de mettre à jour le planning des réceptions, sachant que vous n'avez réceptionné aucune autre livraison aujourd'hui.

- 4 Observez et mettez à jour le planning des réceptions, **annexe 4**.

Annexe 4 Le planning mis à jour

Date consultation : 17-sept 2016							
Fournisseur	N° de commande	Date commande	Date livraison prévue	Date livraison effectuée	Date 1 ^{er} rappel	Date 2 nd rappel	Date 3 ^e rappel
DEFIVES	151	01-sept	04-sept	04-sept			
ECURIEPRO	152	02-sept	07-sept		08-sept	11-sept	16-sept
EQUIP'HORSE	153	14-sept	17-sept	17-sept			
ID'FOURNIURES	154	14-sept	16-sept		17-sept		

Légende :

1^{er} rappel : téléphonique, le lendemain (jour ouvré)

2nd rappel : par courrier, 3 jours après (jour ouvré)

3^e rappel : par lettre recommandée avec accusé de réception, 5 jours après (jours ouvrés)