

## SYNTHÈSE du Chapitre 2 : Le cadre de la relation commerciale

### Objectifs :

- Définir la notion d'unité commerciale.
- Caractériser les unités commerciales physiques et virtuelles.
- Appréhender les différentes méthodes de vente avec leurs contraintes juridiques.
- Montrer les évolutions et souligner la complémentarité physique et virtuelle dans une optique omni-canal.

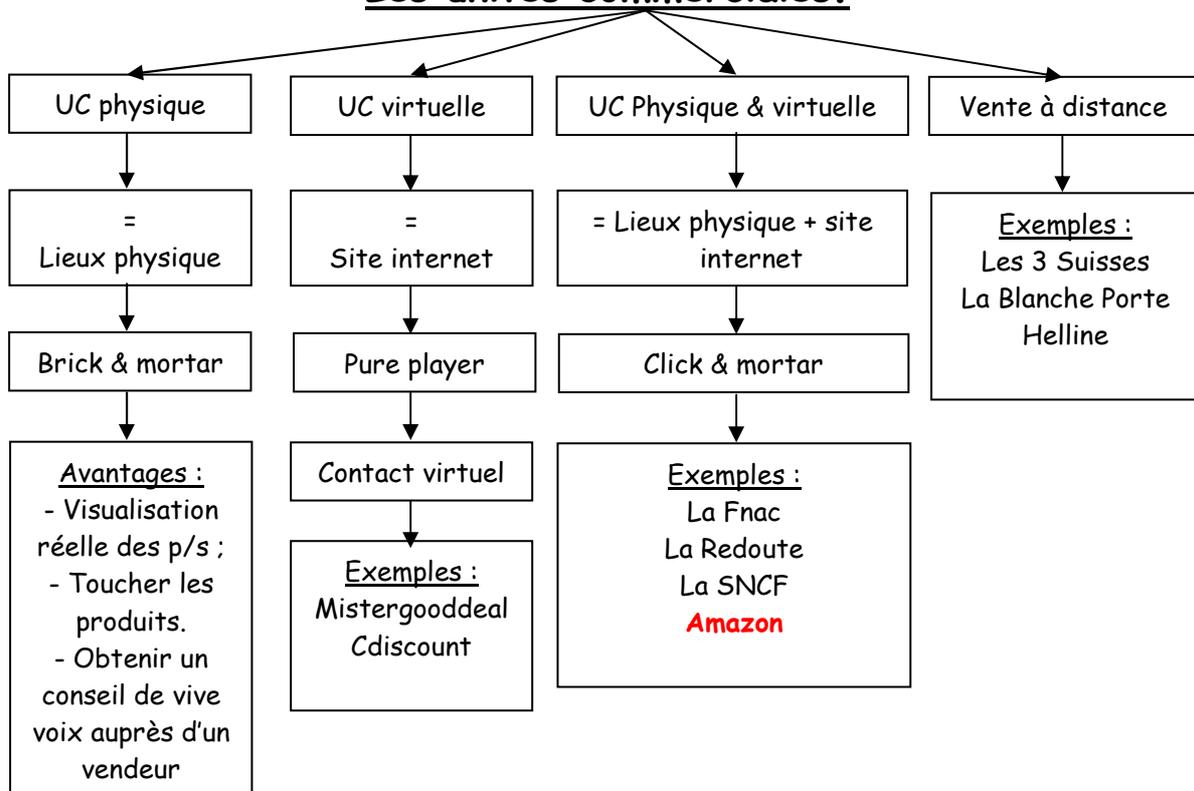
### Mots clés :

- Distribution.
- Unité commerciale physique.
- Unité commerciale virtuelle.
- Vente à distance.
- Commerce électronique.

### Mots clés :

- Stratégie brick and mortar.
- Stratégie click and mortar.
- Pure player.
- Multicanal.
- Omnicanal.

### Les unités commerciales.



## Les différentes méthodes de vente en unités commerciales physiques

### ☞ Les différents types d'UC physiques

#### Grandes surfaces alimentaires (GSA) :

- Grandes et moyennes surfaces.
- Le hard-discount.
- Les petits commerces de proximité.

#### Grandes surfaces spécialisées (GSS)

#### La vente de services :

- Agences immobilières, bancaires, assurances...
- Salons de coiffure
- Cabinets d'expertise...

### ☞ Les différentes méthodes de vente :

Méthodes de vente	Caractéristiques	Unités commerciales
Vente traditionnelle	Un vendeur oriente, conseille, influence l'acheteur. Le face à face est essentiel.	Boutiques traditionnelles, <i>showrooms</i> , <i>corners</i>
Libre-service	Présentation à vue et à portée de main des produits, affichage des prix apparents, produits conditionnés et préemballés, libre accès des clients à la marchandise, libre choix, absence de vendeur. Le client choisit son produit et le place dans un panier ou un chariot pour le transporter aux caisses. La présentation des produits est essentielle.	Supermarchés, hypermarchés, <i>Cash and Carry</i>
Vente assistée ou vente conseil	Vente en libre-service avec la possibilité de demander des renseignements à des vendeurs ou des responsables	GSS, grands magasins, magasins populaires
Distributeurs automatiques	Vente par machines automatiques : plus de 500 000 distributeurs en France réalisent un CA de plus de 1,5 Md d'€ (produits alimentaires essentiellement). En raison de son adaptation aux conditions de vie actuelles (mobilités rapidité,...), cette méthode de vente se développe rapidement.	Gare, aéroports, stations-service,...