

FICHE D'ACTIVITE : VENDRE

GRC- MODULE 1 : LA RELATION COMMERCIALE ET LES UNITES COMMERCIALES CHAPITRE 4 : La clientèle d'unité commerciale. CHAPITRE 5 : Le comportement des clients de l'unité commerciale.	
SAVOIRS : S42- La relation commerciale	
422- La relation commerciale et le marché <i>* La clientèle de l'unité commerciale</i> <i>* Le comportement des clients de l'unité commerciale</i>	OBJECTIFS : <ul style="list-style-type: none"> - Souligner les enjeux de la mise en valeur des produits et services. - Définir la notion de zone de chalandise et préciser ses méthodes d'évaluation. - Indiquer la structure et les caractéristiques géographiques et économiques de la clientèle. - Déterminer l'attractivité d'une implantation commerciale. - Préciser les méthodes et les outils d'analyse : cartographie, géomercatique, études. - Distinguer et caractériser des groupes de clients ayant des comportements homogènes. <ul style="list-style-type: none"> - Préciser les étapes du processus de choix des unités commerciales et des produits ou services : du stimulus aux sentiments post-achat. - Souligner la variété des critères de choix. - Définir les notions de satisfaction et de fidélité. - Indiquer les moyens d'évaluation de la satisfaction et de la fidélité. - Montrer la variété des processus d'achat. - Caractériser les méthodes, les outils et les sources d'informations qui permettent de connaître le comportement des clients.
DUC- MODULE 2 : LE MARCHE CHAPITRE 8 : Les facteurs explicatifs du comportement des consommateurs.	
SAVOIRS : S41- Les bases de la mercatique	
412- Le marché des produits et services <i>* Les facteurs explicatifs du comportement des consommateurs</i>	OBJECTIFS : <ul style="list-style-type: none"> - Présenter les différents types de besoins. - Définir les notions de frein, motivation, attente, attitude et risque. - Différencier les types de freins, de motivations et de risques. - Indiquer les composantes d'une attitude. - Montrer l'impact des facteurs personnels, des influences sociales et de la nature du produit sur le comportement des consommateurs.
LIENS ACRC/PDUC ET COMPETENCES PROFESSIONNELLES	
U5 ACRC	C41 Vendre C42 Assurer la qualité de service à la clientèle
U6 PDUC	C43 Développer et maintenir la clientèle de l'unité commerciale

Dans le cadre de l'activité « Vendre », vous devez montrer quelle est l'importance de « bien » vendre pour votre UC.

Consignes de travail :

I. Méthodologie de l'activité :

1. À travers 2 exemples.
2. Explications des fiches ressources et de la démarche de projet.
3. Fiches ressources à télécharger sur le site Internet www.deltabut.com

II. Réaliser l'activité Vendre : me remettre la fiche d'activité et les annexes pour le 14/01/16.

III. Mutualisation de l'expérience :

1. Présentation de la démarche de l'activité par Harmony et Hugo, étudiants en 2^{ème} année.
2. Appropriation des critères d'évaluation requis à travers la grille de commentaires.
3. Analyse d'une activité Vendre réalisée par un étudiant de la classe.
4. Enrichissement de la grille de commentaires.
5. Synthèse collective.

IV. Correction individuelle de l'activité Vendre.

V. Tutorat entre étudiants.

VI. Correction individualisée avec le professeur.

VII. Quelques questions à poser à votre tuteur :

1. Quelles sont les attentes et l'attitude des consommateurs vis-à-vis des produits et services ?
2. Comment caractérisez-vous la motivation des clients ?
3. Quels sont les risques perçus à l'achat des produits/services ?
4. Quelles sont les actions mises en œuvre pour influencer le comportement des consommateurs ?

VIII. Types d'activités à réaliser dans votre UC :

- Vendre.

☞ Voir la méthodologie complète de l'activité sur le site www.deltabut.com



N'oubliez pas d'analyser les supports de vente disponibles dans votre UC