

BEP VENTE ACTION MARCHANDE

Epreuve EP1 « Pratique du merchandising et de la vente »

GUIDE A L'ATTENTION DES CANDIDATS QUI SE PRESENTENT A L'EPREUVE SOUS LA FORME PONCTUELLE.

I/ Définition de l'épreuve

Il s'agit d'une épreuve ponctuelle terminale (pratique et orale) d'une **durée de 40 minutes**, qui prend appui sur le dossier professionnel préparé par le candidat. Ce dossier sert de support à l'évaluation de la communication écrite.

L'épreuve se déroule en fonction des possibilités locales, sur les lieux de vente, lieux de stage, d'apprentissage ou d'activité professionnelle du candidat.

Elle comporte :

- **Une simulation de vente** : 10 à 15 minutes. Elle porte sur un produit connu du candidat ou faisant partie du dossier : un membre de la commission d'interrogation tient le rôle du client. Le candidat doit déceler les besoins, les motivations de cet acheteur, adapter l'argumentation, conclure l'entretien de vente, et éventuellement procéder aux opérations complémentaires et effectuer quelques calculs.
- **Un entretien avec la commission d'interrogation** : 20 à 25 minutes. Les membres de la commission orientent les échanges sur la simulation de vente, sur la pratique du merchandising et des outils d'information et de communication, et sur les éléments du dossier, à savoir :
 - La fiche signalétique,
 - Les deux fiches « produit »,
 - La fiche descriptive d'une activité de merchandising.

L'épreuve est sanctionnée par une note globale sur 20 en points entiers :

- La simulation de vente est évaluée sur ----- 8 points
- L'analyse de la pratique de professionnelle en entretien sur ----- 8 points
- La communication écrite du dossier sur ----- 4 points

II/ Le dossier professionnel

Le candidat doit élaborer un dossier professionnel en liaison avec les activités en entreprise.

Ce dossier comprend une partie administrative et une partie commerciale liée au point de vente d'accueil.

A/ La partie administrative

Cette partie est constituée des documents permettant de vérifier que la conformité à la réglementation relative à la formation en entreprise est bien respectée.

- Les candidats qui ont suivi une formation (établissement privé hors contrat, CFA non habilité, CNED, formation continue dans un établissement privé) doivent produire des attestations de formation en entreprise couvrant une période de 6 semaines. (Les candidats de la formation continue peuvent être dispensés des périodes de formation en entreprise s'ils justifient d'une expérience professionnelle d'au moins 6 mois en vente ou en distribution).

L'attestation de formation en entreprise doit préciser la durée des périodes, la nature du point de vente, le type des activités réalisées (communication – vente et gestion – présentation des produits) ; elle doit être authentifiée par l'établissement de formation. (Voir modèle en annexe I)

- L'adulte salarié, en point de vente ou ayant eu une expérience professionnelle établit son dossier professionnel à partir des activités professionnelles qu'il a réalisées et qui doivent correspondre à celles qui sont définies dans le référentiel des activités professionnelles du diplôme. Il devra produire une attestation d'activité salariée conforme au modèle établi en annexe II.

B/ La partie commerciale liée au point de vente d'accueil

Cette partie doit comporter :

1. Une fiche signalétique du point de vente d'accueil ; son contenu s'appuie sur les compétences répertoriées en C.4.1. (de 4.1.1 à 4.1.4) ; une feuille recto - verso.
2. Deux fiches « produit » dont le contenu respecte les savoir-faire visant la maîtrise de la compétence C.2.1. Les produits retenus appartiennent ou non à une même famille ; ils sont représentatifs de tout ou partie de l'assortiment du ou des points de vente, ou du ou des rayons dans lesquels s'est déroulée la formation en entreprise ; deux feuilles maximum par fiche.

Ces fiches comportent l'identification, les caractéristiques techniques, commerciales des produits et leur impact psychologique, transformés en avantages « client ». Elles contiennent les aspects de la connaissance du produit, susceptibles d'informer, de convaincre et de persuader un client. Elles font également apparaître la place du produit dans l'assortiment du point de vente et les règles de merchandising qui lui sont appliquées. Elles peuvent être accompagnées de quelques documents significatifs élaborés par le candidat.

3. Une fiche descriptive d'une activité de merchandising (limitée à quelques sous-familles) réalisée en point de vente : à partir de schémas **ou** de photographies - **avant** et **après** l'activité - de tout ou partie de rayon ou de linéaire, relevé des activités réalisées (de la détection des manques à la mise en place et en valeur des produits), analyse des activités menées et justification des décisions prises ; 2 feuilles maximum hors schémas ou annexes éventuels.

Ces documents sont initialisés en entreprise à l'aide de la documentation professionnelle, éventuellement, et complétés en établissement de formation. Pour aider le candidat, il est possible de lui fournir tout ou partie des masques de saisie des documents-supports de l'évaluation, cela afin d'alléger le travail de présentation.

Toutes les fiches doivent être regroupées dans un dossier relié et classées dans l'ordre indiqué ci-dessus.

L'outil informatique est obligatoire pour la présentation de ce dossier, les documents photocopiés ou remplis au crayon à papier ne seront pas pris en compte.

En l'absence de dossier dûment constitué (partie administrative et/ou commerciale) le candidat ne pourra être admis à subir l'épreuve et le diplôme ne pourra être délivré.

Les masques de saisie et leurs notices explicatives sont fournis en annexe.

- | | |
|---------------------------------|--|
| Annexe IV – Masques de saisie | IV.1 : Fiche signalétique du point de vente d'accueil |
| | IV.2 : Fiche produit |
| | IV.3 : Fiche descriptive d'une activité de merchandising |
| Annexe V - Notices explicatives | V.1 : de la fiche signalétique |
| | V.2 : de la fiche produit |
| | V.3 : de fiche descriptive d'une activité de merchandising |

BEP VENTE ACTION MARCHANDE
Epreuve prenant en compte la formation en entreprise par semaine(s)

ATTESTATION

Je soussigné Proviseur / Directeur du (organisme de formation)
 Certifie que :

Nom : Prénom : candidat inscrit dans

l'établissement que je dirige, en classe de BEP Vente action marchande a suivi, conformément à la législation en vigueur, des périodes de formation en entreprise d'une durée de semaines.

Nom et adresse de l'entreprise ou cachet	Formation en entreprise du au	Nature du point de vente	Type d'activités réalisées*	Nom du tuteur et signature

Le Signature (et cachet de l'établissement de formation)

* Voir annexe III.

BEP VENTE ACTION MARCHANDE

ATTESTATION

Je soussigné, Monsieur agissant en qualité de
..... Nom de l'entreprise
certifie que M. / Mme : Nom Prénom
a travaillé du au dans mon entreprise au
poste de et à ce titre a réalisé les activités(*)
suivantes :

Le
Signature du responsable et cachet de l'Entreprise

(*) Voir annexe III

BEP VENTE ACTION MARCHANDE

Tâches pouvant être réalisées dans l'Entreprise
OBJECTIFS DE FORMATION
☞ Présenter les produits à la vente
ACTIVITES
. Mise en rayon de produits . Mise en place d'opérations événementielles et promotionnelles
☞ Participer à la signalétique
ACTIVITES
. Mise à jour de l'étiquetage . Installation des supports publicitaires (PL V – IL V)
☞ Maintenir l'attractivité de la surface de vente
ACTIVITES
. Opérations de lutte contre la démarque . Opérations liées au maintien de l'espace de vente en état vendeur (rotation des produits, détection des produits impropres, mise en valeur)
☞ Préparer l'information avant la vente
ACTIVITES
. Construction de tout ou partie d'argumentaire
☞ Prendre en charge le client
ACTIVITES
. Accueil du client . Orientation du client
☞ Mener le dialogue de vente
ACTIVITES
. Recherche des besoins et proposition de produits adaptés, choix des arguments, recherche de l'accord du client et proposition de produits additionnels
☞ Finaliser la vente
ACTIVITES
. Calcul du prix à payer, emballage, ensachage . Etablissement et / ou contrôle des documents consécutifs à la vente . Prise de congé
☞ Participer à la fidélisation de la clientèle
ACTIVITES
. Proposition d'une carte de fidélité et d'échantillons . Mise à jour du fichier « clients »

BEP V.A.M

FICHE PRODUIT N° /2

DESIGNATION DU PRODUIT :

Nom :
marque :
modèle :

CARACTERISTIQUES TECHNIQUES

1 - DESCRIPTION (précise et détaillée)	
2 - UTILISATION	
3 - ENTRETIEN , CONSERVATION	

CARACTERISTIQUES COMMERCIALES

Fabricant - origine - label - appellation	
Prix - mode de règlement	
S.A.V.et / ou garantie	
Produits complémentaires	
Produit de remplacement	
Clientèle ciblée par l'entreprise	
Place du produit dans l'assortiment	
Règles de merchandisage	

ARGUMENTAIRE COMPLET

OBJECTIONS LES PLUS COURANTES	REPONSES AUX OBJECTIONS

FICHE DESCRIPTIVE D'UNE ACTIVITE DE MARCHANDISAGE

THEME :

PERIODE DE REALISATION :

I- IDENTIFICATION DE L'ENTREPRISE

enseigne ou raison sociale :

Adresse :

Tuteur du stagiaire :

II - SITUATION PROFESSIONNELLE

Personnes concernées par l'activité : (fonction et nom du professionnel)

Moment de la journée :

III - ACTION DU STAGIAIRE

(joindre obligatoirement un schéma initial et un schéma final de la situation et les photos)

A - Les raisons de l'action :

(Enoncer les raisons motivées des modifications)

B - La situation de départ :

(Décrire le linéaire ou le rayon avant le début de l'action en utilisant les termes techniques)

C- La démarche :

(Donner chronologiquement les travaux réalisés par l'élève)

D - La situation finale :

(Décrire le linéaire ou le rayon après la réalisation du travail en utilisant les termes techniques)

E - Les résultats obtenus :

(Utiliser de préférence des données chiffrées fournies par le magasin ou par toute autre solution)

LA FICHE SIGNALÉTIQUE

I - Situation du magasin

A - Identification juridique et commerciale

- Adresse : faire figurer l'adresse exacte (rue, code postal, ville)
- Activité : préciser le domaine d'activité de l'entreprise tutrice
- Forme juridique : mentionner le sigle et sa signification.

B - Implantation géographique

- Plan : situer sur le plan de la commune, le magasin et ses principaux concurrents.
Pour un magasin situé dans un centre commercial, ajouter sa localisation sur un plan du centre.
(La légende devra être mentionnée).
- Lieu d'implantation : préciser, zone piétonne, centre commercial, centre ville...

II- Politique commerciale du magasin

A - Identification

- Familles de produits : indiquer les familles de produits du lieu de vente (magasin spécialisé) ou seulement du rayon d'accueil de l'élève (magasin multi spécialiste).
- Marques principales : utiliser la même règle que pour les familles de produits.
- Type de clientèle : âge, CSP, sexe, si l'achat se fait en couple, circonstance d'achat...
- Gamme de prix : préciser le nom et le prix le plus et le moins cher sur le lieu de vente ou le rayon.

B - Aménagement

- Facteurs d'ambiance : lister avec précision au moins 4 facteurs d'ambiance du magasin et justifier leur intérêt pour l'image du point de vente.
Il faut donner les raisons des choix de ces différents facteurs.

LA FICHE PRODUIT

Il faut joindre une photo du produit.

I - Les caractéristiques techniques

La description du produit doit être réalisée avec précision.

La présentation du descriptif se fait sous forme d'énumération, chaque élément d'énumération correspond à une caractéristique.

II - Les caractéristiques commerciales

Clientèle ciblée : décrire précisément, sans utilisation de mots vagues comme « tout type » (âge, sexe, achat en couple, circonstance d'achat...)

Produit complémentaire et produit de remplacement : indiquer une référence, une marque, un prix.

Règles de merchandising : indiquer si la présentation est verticale ou horizontale, s'il y a une tête de gondole, s'il s'agit d'un merchandising de séduction, de gestion...

III- L'argumentaire

Il faut formuler la liste des arguments correspondant aux caractéristiques techniques et commerciales.

Aucun nombre d'arguments minimum ni maximum n'est imposé, néanmoins l'argumentaire devra être complet par rapport aux caractéristiques du produit.

L'argument doit être structuré.

La construction d'un argument respecte le principe « Caractéristique, Avantage, Preuve » (C.A.P.).

La preuve est un élément susceptible de convaincre le client, un élément qui renforce l'avantage.

Si un argument est réalisé sur le prix, le fait d'indiquer que le produit est d'un bon rapport qualité/prix ne suffit pas. Il faut mentionner les raisons qui poussent à l'affirmer.

IV - Les objections

Il faut indiquer les objections les plus couramment entendues dans le magasin.

Les objections formulées sous forme interrogative ne peuvent être admises que si elles traduisent un réel sentiment de peur ou d'inhibition.

V - La réponse aux objections

Elle doit être en rapport avec l'objection, elle vise à minimiser le frein.

LA FICHE DESCRIPTIVE D'UNE ACTIVITE DE MARCHANDISAGE

La fiche descriptive doit être réalisée sur le lieu de la PFE.

Il est nécessaire que les élèves fournissent en complément, une photo initiale et un schéma réalisé à l'échelle ainsi qu'une photo et un schéma de la situation finale..

Le travail se réalise sur l'aménagement d'un rayon ou d'un linéaire.

Il faut que l'élève utilise une documentation professionnelle afin de justifier la réalisation.

I - Identification de l'entreprise

Adresse : elle doit-être précise.

Tuteur du stagiaire : le nom et la fonction de celui-ci doivent être mentionnés.

II - Situation professionnelle

Personnes concernées : les noms et fonctions de toutes les personnes en cause par l'activité doivent figurer.

III - Action du stagiaire

A - Les raisons de l'action

Les raisons qui ont motivé les modifications doivent-être données.

B - La situation de départ

Il faut une description détaillée du linéaire ou du rayon : nombre de niveaux, facing, frontale, linéaire, type de présentation, situation des produits dans le linéaire par rapport aux règles de merchandising, situation du rayon dans la surface de vente....)

Il faut veiller à l'utilisation des termes techniques.

C - La démarche

L'élève décrira, avec précision et chronologiquement, son travail, tout en indiquant les moyens utilisés.

Il n'y a pas lieu d'indiquer les modifications et leurs résultats.

D - La situation finale

Il faut détailler les différences d'emplacement avec leur justification, tout en utilisant le vocabulaire technique.

E - Les résultats obtenus

Il seront donnés en utilisant, de préférence, des données chiffrées fournies par le magasin, ou par toute autre solution (observations, sondages...)