

Barème indicatif

Dossier 1 : 20 points

Dossier 2 : 40 points

Dossier 3 : 15 points

Forme : 5 points

Total : 80 points

Liste des annexes

Annexe 1	Tableau de bord du rayon mobilier des magasins CAMIF	Pages 5 à 6
Annexe 2	Evolution de l'activité du rayon mobilier des magasins CAMIF	Page 7
Annexe 3	Profil global de l'équipe	Page 7
Annexe 4	Extrait du rapport de visite d'un client mystère dans tous les magasins CAMIF	Page 8
Annexe 5	Grilles d'évaluation des deux postulants	Pages 9 à 10
Annexe 6	Profil des membres de l'équipe commerciale du rayon mobilier	Page 11
Annexe 7	Extrait du plan de formation CAMIF 2007	Page 12
Annexe 8	Eléments pour le calcul du coût de formation	Page 13
Annexe 9	Planning hebdomadaire habituel du rayon mobilier	Page 14
Annexe 10	Challenge de l'équipe commerciale du rayon mobilier	Page 15
Annexe 11	Projet de rénovation de l'éclairage du rayon	Page 16
Annexe 12	Eléments de calcul pour le crédit bancaire	Page 16

ANNEXE 1 : TABLEAU DE BORD DU RAYON MOBILIER DES MAGASINS CAMIF

Secteurs de vente :

Secteur 1 (S1) = Banquettes, salons, relax

Secteur 2 (S2) = Chambres, literie

Secteur 3 (S3) = Séjours

Secteur 4 (S4) = Appoint, rangement, bureaux

Objectifs :

- Objectif de chiffre d'affaires du rayon mobilier du magasin de Lille pour janvier 2007 : 524 735 €
- Objectif de chiffre d'affaires du rayon mobilier « Tous magasins » pour janvier 2007 : 5 157 421 €
- Objectif de marge brute du rayon mobilier du magasin de Lille pour janvier 2007 : 207 270 €
- Objectif de marge brute du rayon mobilier « Tous magasins » pour janvier 2007 : 2 124 858 €

Chiffre d'affaires HT réalisé (€)	« Tous magasins »			Magasin de Lille			Magasin de Niort			Magasin de Toulouse		
	Rayon Mobilier	janv. 06	janv. 07	Evolution	janv. 06	janv. 07	Evolution	janv. 06	janv. 07	Evolution	janv. 06	janv. 07
Total rayon	4 240 931	5 877 955	38,60%	455 036	611 085	34,29%	404 236	607 165	50,20%	449 958	743 345	65,20%
S1	1 471 783	2 049 460	39,25%	155 958	203 387	30,41%	146 247	219 593	50,15%	166 457	263 575	58,34%
S2	1 069 263	1 440 319	34,70%	133 530	164 566	23,24%	95 084	169 746	78,52%	123 047	191 187	55,38%
S3	1 040 671	1 619 720	55,64%	92 675	147 138	58,77%	102 086	152 734	49,61%	93 538	203 116	117,15%
S4	659 214	768 456	16,57%	72 873	95 994	31,73%	60 819	65 092	7,03%	66 916	85 467	27,72%

Taux de marque réalisé	« Tous magasins »		
Rayon Mobilier	Janv.06	Janv.07	Evolution
Total rayon	40,23%	39,83%	-0,99%
S1	38,85%	37,77%	-2,78%
S2	42,78%	42,65%	-0,30%
S3	39,81%	39,78%	-0,07%
S4	39,85%	40,16%	0,76%

ANNEXE 1 (suite): TABLEAU DE BORD DU RAYON MOBILIER DES MAGASINS CAMIF

Quantités vendues	« Tous magasins »			Magasin de Lille			Magasin de Niort			Magasin de Toulouse		
	Janv. 06	Janv. 07	Evolution	Janv. 06	Janv.07	Evolution	Janv.06	Janv.07	Evolution	Janv.06	Janv.07	Evolution
Rayon Mobilier												
Total rayon	9460	13247	40,03%	1 010	1 325	31,19%	981	1 362	38,84%	1 169	1 704	45,77%
S1	1637	2425	48,14%	187	233	24,60%	193	335	73,58%	249	311	24,90%
S2	3824	5226	36,66%	396	454	14,65%	314	482	53,50%	399	659	65,16%
S3	2467	3700	49,98%	259	390	50,58%	330	390	18,18%	325	499	53,54%
S4	1532	1896	23,76%	168	248	47,62%	144	155	7,64%	196	235	19,90%

Marge brute réalisée (€)	« Tous magasins »			Magasin de Lille		
	Janv.06	Janv.07	Evolution	Janv.06	Janv.07	Evolution
Rayon Mobilier						
Total rayon	1 706 056	2 341 095	37,22%	174 359	243 941	39,91%
S1	571 718	773 983	35,38%	57 204	76 550	33,82%
S2	457 384	614 239	34,29%	54 229	68 680	26,65%
S3	414 251	644 294	55,53%	35 471	59 733	68,40%
S4	262 703	308 579	17,46%	27 455	38 978	41,97%

ANNEXE 2 : EVOLUTION DE L'ACTIVITE DU RAYON MOBILIER DES MAGASINS

	Magasin de Lille		Magasin de Niort		Magasin de Toulouse	
	Janvier 2006	Janvier 2007	Janvier 2006	Janvier 2007	Janvier 2006	Janvier 2007
CA rayon mobilier (€)	455 036	611 085	404 236	607 165	449 958	743 345
Effectif vendeurs rayon mobilier	8 vendeurs : • 5 à 35 h • 3 à 28 h	8 vendeurs : • 5 à 35 h • 3 à 28 h	7 vendeurs : • 6 à 35 h • 1 à 28 h	8 vendeurs : • 6 à 35 h • 2 à 28 h	9 vendeurs : • 7 à 35 h • 2 à 28 h	10 vendeurs : • 8 à 35 h • 2 à 28 h
dont						
Secteur 1	1 à 35 h 1 à 28 h	1 à 35 h 1 à 28 h	2 à 35 h	2 à 35 h	2 à 35 h 1 à 28 h	2 à 35 h 1 à 28 h
Secteur 2	1 à 35 h 1 à 28 h	1 à 35 h 1 à 28 h	2 à 35 h	2 à 35 h 1 à 28 h	2 à 35 h	2 à 35 h
Secteur 3	1 à 35 h 1 à 28 h	1 à 35 h 1 à 28 h	1 à 35 h 1 à 28 h	1 à 35 h 1 à 28 h	1 à 35 h 1 à 28 h	2 à 35 h 1 à 28 h
Secteur 4	2 à 35 h	2 à 35 h	1 à 35 h	1 à 35 h	2 à 35 h	2 à 35 h

ANNEXE 3 : PROFIL GLOBAL DE L'EQUIPE

Typologie établie par le chef de rayon mobilier du magasin de Lille.

Type	Nombre de vendeurs concernés	Caractéristiques
Autonome	4	Capable de travailler seul avec un minimum de surveillance. Compétent et motivé, il met un point d'honneur à se montrer à la hauteur des responsabilités qui lui sont confiées.
Anxieux	1	Vendeur ayant un potentiel, désirant être écouté et félicité en situation de réussite et épaulé en cas d'échec. A besoin de gagner en assurance en situation de face à face.
Distancié	1	Vendeur ne donnant pas le maximum de lui-même. A besoin d'être à la fois dirigé et surveillé mais aussi encouragé et félicité pour se motiver.
Volontaire	2	Travailleur et désireux de progresser. Très à l'écoute et prompt à suivre les consignes et les conseils.

ANNEXE 4 : EXTRAIT DU RAPPORT DE VISITE D'UN CLIENT MYSTERE DANS TOUS LES MAGASINS CAMIF

Critères d'évaluation	Note rayon mobilier Magasin Lille	Note moyenne Magasin Lille	Note moyenne Rayons mobilier tous magasins
Impression Générale	3,4	3,8	4
• Temps d'attente client	2	3	4
• Réassort du rayon	3	3	4
• Tenue du rayon	2	4	3
• Affichage des prix du rayon	5	5	5
• Tenue, présentation des vendeurs	5	4	4
Techniques de vente	3,25	3,75	3,38
• Prise en charge du client	2	4	4
• Accueil	4	4	4
• Découverte	3	3	2
• Proposition - Argumentation	3	4	4
• Prise en compte des objections	2	4	3
• Conclusion de la vente	3	4	3
• Ventes complémentaires	4	3	3
• Prise de congé	5	4	4
Global	3,31	3,77	3,62

N.B. : Les notes attribuées vont de 1 à 5, 5 étant la meilleure note.

ANNEXE 5 : GRILLES D'EVALUATION DES DEUX POSTULANTS

Le niveau de maîtrise en technique de vente de François Thibaut

Faire naître le climat de confiance :

- | | Oui | Non |
|--|-------------------------------------|-------------------------------------|
| - A-t-il toujours « la pêche » sur la surface de vente ? | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| - Sa première accroche client est-elle toujours personnalisée, intéressante, bien menée ? | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| - Maintient-il accueillant son outil de travail (tenue vestimentaire, bureau rangé...) ? | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| - La priorité au client est-elle respectée (prise en charge immédiate, non abandon du client...) ? | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| - S'adapte-t-il immédiatement au comportement de son client ? (Voix, gestuelle, distance) | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |

Eveiller la curiosité :

- | | | |
|--|-------------------------------------|-------------------------------------|
| - Ecoute-t-il avec attention et complètement le client ? | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| - Avant de parler du produit, connaît-il complètement, l'usage, l'univers et les goûts du client ? | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| - Afin de réaliser un projet ambitieux, la possibilité de financement est-elle évoquée ? | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| - Détecte-t-il toujours le langage dominant du client (confort, argent, statut) | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |

Susciter l'intérêt

- | | | |
|--|-------------------------------------|-------------------------------------|
| - Reformule-t-il systématiquement la demande du client ? | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| - Présente-t-il les 2 ou 3 offres ciblées dans l'ordre décroissant de prix ? | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| - Transforme-t-il les caractéristiques techniques des produits/services en avantages pour le client ? | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| - Semble-t-il toujours répondre précisément aux envies exprimées par le client ? | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| - Parle-t-il avec passion du produit ? Est-il convaincu de la qualité de ses produits ? | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| - Présente-t-il ses avantages en utilisant le futur ? | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| - Fait-il toucher/essayer le produit ? | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| - Après chaque argument valide-t-il et contrôle-t-il toujours l'intérêt du client ? (Oui de contrôle) | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| - Pour traiter les objections et les doutes du client, repose-t-il méthodiquement d'autres questions ? | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| - Accompagne-t-il toujours son client jusqu'au bout en proposant systématiquement les services CAMIF (financement, garantie, option de montage, de reprise...) | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Informations complémentaires :

- Célibataire, sans enfant ;
- 21 ans ;
- Bac pro commerce ;
- Occupe jusqu'à présent un poste à temps partiel (15 heures) dans le rayon cuisine (les mercredis, jeudis). Il souhaite compléter son temps de travail à concurrence de 35 heures au sein du magasin.

ANNEXE 5 (suite) : GRILLES D'EVALUATION DES DEUX POSTULANTS

Le niveau de maîtrise en technique de vente de Claudine Cheru

Faire naître le climat de confiance :

- | | Oui | Non |
|--|-------------------------------------|-------------------------------------|
| - A-t-elle toujours « la pêche » sur la surface de vente ? | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| - Sa première accroche client est-elle toujours personnalisée, intéressante, bien menée ? | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| - Maintient-elle accueillant son outil de travail (tenue vestimentaire, bureau rangé...) ? | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| - La priorité au client est-elle respectée (prise en charge immédiate, non abandon du client...) ? | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| - S'adapte-t-elle immédiatement au comportement de son client ? (Voix, gestuelle, distance) | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |

Eveiller la curiosité :

- | | | |
|--|-------------------------------------|-------------------------------------|
| - Ecoute-t-elle avec attention et complètement le client ? | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| - Avant de parler du produit, connaît-elle complètement, l'usage, l'univers et les goûts du client ? | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| - Afin de réaliser un projet ambitieux, la possibilité de financement est-elle évoquée ? | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| - Détecte-t-elle toujours le langage dominant du client (confort, argent, statut) | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Susciter l'intérêt :

- | | | |
|---|-------------------------------------|-------------------------------------|
| - Reformule-t-elle systématiquement la demande du client ? | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| - Présente-t-elle les 2 ou 3 offres ciblées dans l'ordre décroissant de prix ? | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| - Transforme-t-elle les caractéristiques techniques des produits/services en avantages pour le client ? | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| - Semble-t-elle toujours répondre précisément aux envies exprimées par le client ? | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| - Parle-t-elle avec passion du produit ? Est-il convaincu de la qualité de ses produits ? | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| - Présente-t-elle ses avantages en utilisant le futur ? | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| - Fait-elle toucher/essayer le produit ? | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| - Après chaque argument valide-t-elle et contrôle-t-elle toujours l'intérêt du client ? (Oui de contrôle) ... | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| - Pour traiter les objections et les doutes du client, repose-t-elle méthodiquement d'autres questions ? | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| - Accompagne-t-elle toujours son client jusqu'au bout en proposant systématiquement les services CAMIF(financement, garantie, option de montage, de reprise...) | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Informations complémentaires :

- Mariée, trois enfants ;
- 35 ans ;
- Autodidacte. 10 ans d'ancienneté dans le magasin ;
- Claudine Cheru occupe jusqu'à présent un poste à 15 heures dans le rayon décoration (les mardis et vendredis) pour s'occuper de ses enfants en bas-âge. Elle souhaite reprendre une activité à temps complet (en complétant son temps partiel dans le magasin).

ANNEXE 6 : PROFIL INDIVIDUEL DES MEMBRES DE L'EQUIPE COMMERCIALE DU RAYON MOBILIER

Vendeurs	Secteur de vente*	% réalisation objectifs en CA (janvier 2007)	Profil observé
Noémie	Secteur 1 (ex. secteur 4)	100 %	Sérieuse. Motivée. Manque parfois de confiance en elle. Des difficultés d'adaptation à son nouveau secteur.
Viviane	Secteur 2	104 %	De l'expérience. Sait mettre en confiance ses clients.
Farid	Secteur 3	142 %	Très compétent. Connaissance parfaite de ses produits.
Daniel	Secteur 4	150 %	Parfaitement rodé aux techniques de vente. Vendeur très expérimenté.
Malorie	Secteur 4 (ex. secteur 1)	97 %	Capable. S'est bien adaptée à son nouveau secteur mais n'exploite pas ses capacités au maximum bien qu'elle ait bénéficié d'une formation il y a 6 mois.
Sarah	Secteur 2	90 %	Bonne volonté. Manque encore d'expérience. Ancienneté : 6 mois.
Louis	Secteur 3	138 %	Excellente écoute. Aisance naturelle. Leader de l'équipe.
Gontran	Secteur 1	95 %	Travailleur. A du mal à répondre aux objections et à concrétiser malgré un bon contact.

*Cette répartition est issue de la réorganisation de l'équipe en février 2007.