

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL « VENTE-REPRÉSENTATION »

ÉPREUVE E 2 – Unité 2

COMMUNICATION ORALE EN SITUATION DE VENTE

Durée : 30 mn – Préparation : 1 heure

Coef. : 5

SUJET LUNETTES SOLAIRES

SITUATION DE VENTE

Monsieur LARIVIÈRE est opticien à LAVAL (Mayenne). Il exploite un magasin à l'enseigne OPTICIEN 3000.

Il est visité par le représentant de la société TOMMY HILFIGER. Cette société américaine fabrique et commercialise des montures de lunettes et des lunettes solaires.

LE DOSSIER se compose des annexes :

1. Directives générales de travail.
2. Dossier produit (documentation).
3. Dialogue du sketch.
4. Analyse critique d'une situation de vente
(document à compléter et à rendre par le candidat).

ANNEXE 1

DIRECTIVES GÉNÉRALES DE TRAVAIL

- ◆ Vous disposez d'un dossier.
Vous avez ensuite soixante minutes de préparation.
- ◆ Vous avez cinq minutes pour prendre connaissance du dossier.
Lisez tout particulièrement l'ANNEXE 4 "**Analyse critique d'une situation de vente**".
- ◆ La situation de vente que vous devrez analyser vous sera projetée deux fois à cinq minutes d'intervalle.
Utilisez ces cinq minutes pour compléter l'ANNEXE 4 et repérez les points que vous n'avez pas observés.
- ◆ Préparez votre présentation de l'analyse critique de la situation de vente devant le jury.
- ◆ Préparez votre prestation orale telle qu'elle vous est demandée à partir de la situation qui vous est présentée sur le document-cadre.

ANNEXE 2

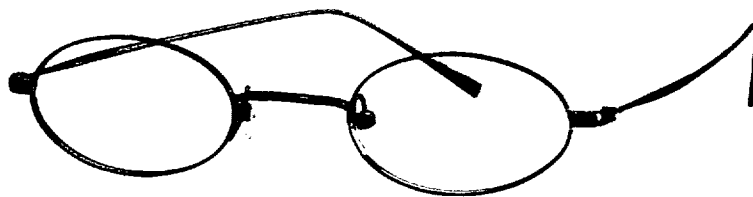
**DOSSIER PRODUIT
(DOCUMENTATION LUNETTES SOLAIRES)**

COLLECTION AVENTURA

T O M M Y  H I L F I G E R

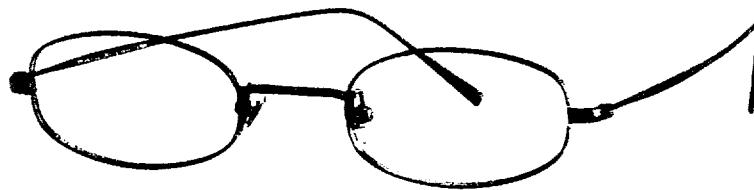
TH152

titanium



TH153

titanium



TH204

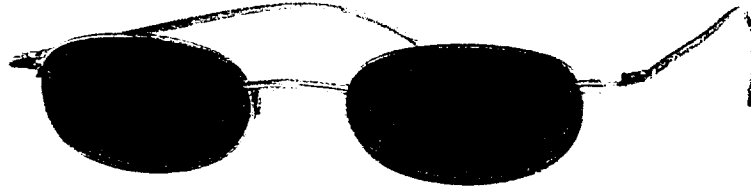
titanium



TOMMY HILFIGER

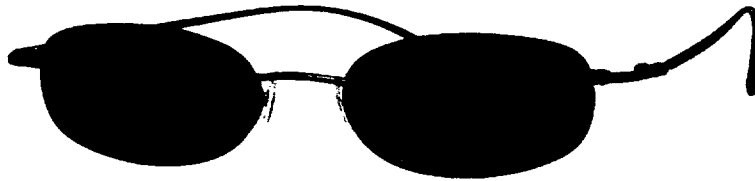
THS229

titanium



THS231

titanium



THS179

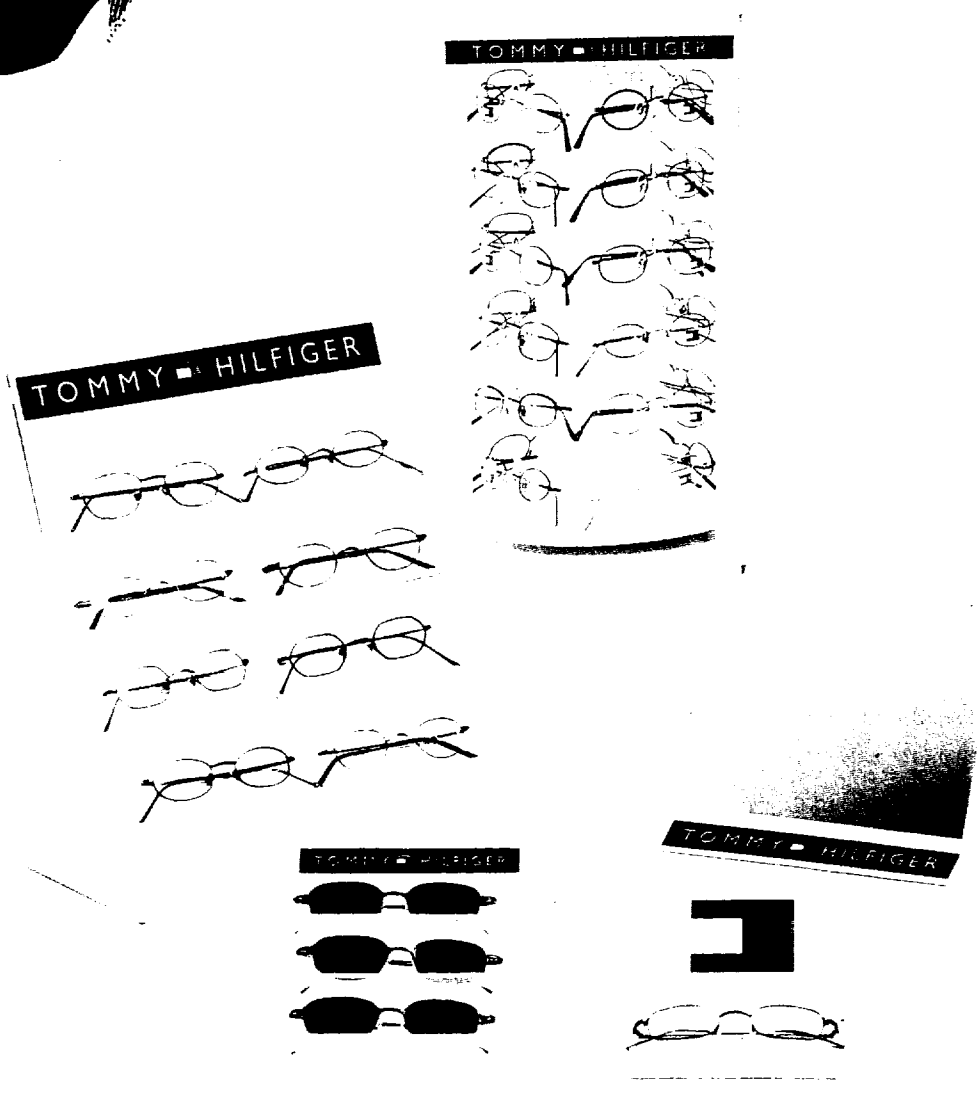
titanium





LES ARTICLES

DE P.L.V



TOMMY HILFINGER



ANNEXE 3

DIALOGUE DU SKETCH

- 1V : Bonjour Monsieur LARIVIÈRE, Laurent YBERT, société TOMMY HILFIGER.
- 2C : Bonjour Monsieur.
- 3V : Vous vous souvenez de moi ? Nous nous étions rencontrés au salon de l'optique en octobre.
- 4C : Exact, oui.
- 5V : Voilà, vous aviez référencé à cette occasion notre dernière collection Aventura.
- 6C : Tout à fait, oui. Tenez, assoyez-vous, vous tombez bien ; j'ai, j'ai deux mots à vous dire. Ça va pas du tout ça !
- 7V : Ah ! Bon, qu'est-ce qui vous arrive ?
- 8C : Eh ! Bien, écoutez, voilà, je crois bien tout simplement que je ne vais plus travailler avec vous.
- 9V : Et pourquoi donc Monsieur LARIVIÈRE ?
- 10C : C'est pas compliqué on est deux à travailler sur LAVAL avec votre marque et là, je ne suis pas du tout d'accord. Moi, ce que je veux c'est avoir l'exclusivité sur LAVAL. Il n'y a pas de place pour deux.
- 11V : Là, je crois Monsieur LARIVIÈRE, vous me faites un mauvais procès. Notre produit peut très bien être présent sur plusieurs points de vente au sein d'une même ville. Vous connaissez CHOLET ?
- 12C : Oui.
- 13V : Une ville comme LAVAL. Eh ! Bien, là je travaille avec trois magasins différents et ça ne me pose aucun problème.
- 14C : Non, non, moi je veux l'exclusivité sur la ville de LAVAL.
- 15V : Je vous comprends Monsieur LARIVIÈRE mais... mais je vous assure qu'il y a de la place pour deux.
J'aurais peut-être une solution intéressante à vous proposer. Bin... par contre avant, j'aimerais savoir ce que vous aviez vendu sur notre collection Aventura ?
- 16C : Ah ! oui, ce que vous...

17V : Ce que vous aviez référencé au salon de l'optique.

18C : Référencé... alors, Aventura, je crois que ça doit pas être énorme hein, d'après ce que je me rappelle... alors donc on était parti avec 35 et aujourd'hui, il m'en reste 12.

19V : 23.

20C : Oui.

21V : C'est plutôt un beau score non ?

22C : Oh vous rigolez ! Avec vos... avec vos concurrents, je fais beaucoup plus, oui !

23V : Monsieur LARIVÉRE, pas sur le même créneau. Nous sommes sur le créneau du haut de gamme. Il faut toujours tirer les prix vers le haut, c'est là que vous réalisez vos marges.

24C : Oui, enfin, mais ce qui m'intéresse c'est l'exclusivité sur la ville de LAVAL.

25V : J'entends bien. Je venais aujourd'hui vous présenter notre nouvelle collection. Vous allez me dire ce que vous en pensez.

26C : Et vous m'assurez l'exclusivité » ?

27V : On va y revenir. Je voudrais d'abord savoir ce que vous pensez de notre collection avant de vous faire une proposition.

28C : Montrez-moi ce que vous avez.

29V : Voilà. Donc notre collection solaire se décline en 20 modèles. Tenez regardez, regardez l'esthétique.

30C : Oui.

31V : Qu'en pensez-vous ?

32C : Effectivement.

33V : L'esthétique est le principal critère d'achat au niveau d'une solaire. En plus ce produit est réalisé en titane, vous connaissez cette matière, c'est actuellement la matière, la matière la plus, la plus performante du marché puisque vous avez à la fois, du confort, de la solidité et de la légèreté.

34C : C'est vrai honnêtement c'est... c'est un beau produit, je suis d'accord, bon par contre et bin le problème chez vous, c'est qu'elles sont très chères quoi.

35V : Non, elles ne sont pas chères, nous sommes sur le haut du créneau d'ailleurs j'ai regardé votre magasin. Vous vous positionnez bien comme un magasin haut de gamme ?

36C : Oui, oui, tout à fait, oui.

37V : Donc ces produits viendront compléter votre offre.

38C : Oui, et c'est à vendre combien ça, un produit comme celui-là par exemple ?

39V : Le modèle que vous avez est à vendre 150 euros prix conseillé, en modèle homme.

40C : Monture homme, et en femme ?

41V : En monture femme, nous sommes sur 125 euros.

42C : Hum, hum, ... oui, c'est vrai que c'est intéressant. Et... et en marge ?

43V : En marge nous gardons toujours le même principe. Un coefficient de 2,5, ce qui vous assure des marges à plus de 52 %. D'ailleurs un certain nombre de vos confrères ont tendance à baisser leurs marges afin d'être un peu plus attractifs. Mais là, c'est à, c'est à vous de voir.

44C : Oui, eh ! bien, moi, je baisserai pas mes marges. Et vous faites des prix sur quantités ?

45V : Bien sûr. Nous vous offrons... vous proposons une remise de 15 % sur une collection complète de 100 pièces.

46C : 100 pièces ! Attendez, vous rigolez, pas 100 pièces !

47V : Monsieur LARIVIÈRE je vous assure que vous pouvez écouler 100 pièces en une saison.

48C : Non, non, 100 pièces, 100 pièces, j'en ai pour euh..., j'en ai pour trois ans !

49V : Monsieur LARIVIÈRE, vous connaissez ce, ce type de produit. La demande est de plus en plus forte, + 18 % en six mois.

50C : Oui, enfin, bon, quand même je trouve que ça fait beaucoup, hein, 100 pièces.

51V : Là, vous êtes, Monsieur LARIVIÈRE sur un..., sur un créneau, ce qu'on appelle « look and mode ». C'est-à-dire, des produits qui sont à la fois sport et aussi à la ville.

52C : Hum, hum... et vous m'assurez l'exclusivité ?

53 V : L'exclusivité Monsieur LARIVIÈRE je vous l'assure sur les solaires.

54C : Ah ! Non, non, moi ce que je veux c'est l'exclusivité sur votre marque.

55V : Monsieur LARIVIÈRE, je vous assure l'exclusivité sur les solaires et uniquement sur les solaires.

56C : Non, là je crois qu'on ne se comprend pas. Je veux l'exclusivité sur toutes les gammes de produits.

57V : Vous me mettez un petit peu dans l'embarras, euh, ce que je vous propose c'est l'exclusivité sur les solaires pendant un an. Si au bout d'un an vous avez bien vendu, je vous promets de revoir ma position.

58C : Bon, bien, écoutez, cela me paraît..., ça me paraît honnête. Et euh... par contre, là, j'ai un petit problème au niveau de la commande, je voudrais partir sur 50.

59V : Sur 50, Monsieur LARIVIÈRE, je ne pourrais pas vous, euh, vous faire cette remise de 15 points.

60C : Ben, si.

61V : Non, pas sur 50.

62C : Faites-moi 10 points alors.

63V : Je vous propose euh 10 points, sur une remise, euh, sur une quantité de 75.

64C : Et vous m'assurez l'exclusivité après ?

65V : Et vous avez l'exclusivité.

66C : Bon, bien allons-y, oui.

67V : Donc, on part sur une collection complète de 75.

68C : Hum. Hum.

69V : Dans les quatre tailles ?

70C : Oui, dans les quatre tailles.

71V : ... Ok... donc Monsieur LARIVIÈRE... je vous livrerai une, une PLV* en même temps.

72C : Oui.

73V : Ce qui vous permettra de réaliser des vitrines à thèmes.

74C : Oui, et vous donnez combien pour les vitrines ?

75V : Là, Monsieur LARIVIÈRE, il n'y a pas de budget mais il y va de notre accord. Vous avez tout intérêt à mettre notre marque en avant.

76C : Oui, enfin, bon, je verrai. Ça c'est pas sûr, hein.

77V : Donc, je vous marque la collection Latina ?

78C : Oui.

79V : Donc, 75 pièces, hein, sur quatre tailles. Je vous précise donc les 10 % de remise comme convenu.

80C : D'accord.

81V : Je vais vous demander de vérifier.

82C : Euh, oui, c'est ça. Je signe là ?

83V : Vous signez ici.

84C : Et au niveau règlement ?

85V : Niveau règlement, moi je propose de faire comme la dernière fois, c'est-à-dire 1/3 à 30 jours, 1/3 à 60 et le reste à 90.

86C : Oui, bon, bien d'accord, oui.

87V : D'accord.

88C : Oui.

89V : Je vais vous laisser ma carte de visite si quelquefois, vous avez besoin de me joindre, euh, avant mon prochain passage, je pense revenir vous voir d'ici, euh, environ deux mois.

90C : Oui.

91V : N'hésitez pas à m'appeler.

91C : Non, non, je n'hésiterai pas je vous rassure.

92V : Vous recevrez de toute façon votre livraison très rapidement avec donc, la PLV* pour faire les vitrines.

93C : D'accord.

94V : Voilà, bien, il ne me reste plus qu'à vous souhaiter une excellente journée et puis donc, on se donne rendez-vous dans deux mois.

95C : Très bien, au plaisir, Monsieur.

96V : Au revoir, Monsieur LARIVIÈRE.

**P.L.V. : Publicité sur le lieu de vente*

« ANALYSE CRITIQUE D'UNE SITUATION DE VENTE »

AXES D'ANALYSE	ÉLÉMENTS DE RÉPONSE
<p>1. La situation de vente</p> <ul style="list-style-type: none"> • Caractériser la situation. • Dégager les objectifs de la communication. <p>2. La relation acheteur - vendeur</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analyser le climat dans lequel se déroule la situation. • Repérer les différentes phases de l'échange. <p>3. Les acteurs</p> <ul style="list-style-type: none"> • L'acheteur <ul style="list-style-type: none"> - Replacer le client dans une typologie, le caractériser. - Cerner les éléments de la personnalité du client, ses motivations. • Le vendeur <ul style="list-style-type: none"> - Apprécier l'adaptation du représentant à la situation : <ul style="list-style-type: none"> > dans son comportement, > dans le registre de langage adopté, > dans l'argumentation développée. 	