

MINISTRE DE LA COMMUNAUTE FRANCAISE
ADMINISTRATION GENERALE DE L'ENSEIGNEMENT
ENSEIGNEMENT DE PROMOTION SOCIALE

DOSSIER PEDAGOGIQUE

UNITE D'ENSEIGNEMENT

TECHNIQUES COMMERCIALES

ENSEIGNEMENT SECONDAIRE SUPERIEUR DE TRANSITION

CODE : 71 42 44 U21 D1 CODE DU DOMAINE DE FORMATION : 704 DOCUMENT DE REFERENCE INTER-RESEAUX

Approbation du Gouvernement de la Communauté française du
sur avis conforme du Conseil général

TECHNIQUES COMMERCIALES

ENSEIGNEMENT SECONDAIRE SUPERIEUR DE TRANSITION

1 FINALITES DE L'UNITE D'ENSEIGNEMENT

1.1 Finalités générales

Conformément à l'article 7 du décret de la Communauté française du 16 avril 1991, cette unité d'enseignement doit :

- ◆ concourir à l'épanouissement individuel en promouvant une meilleure insertion professionnelle, sociale, culturelle et scolaire ;
- ◆ répondre aux besoins et demandes en formation émanant des entreprises, des administrations, de l'enseignement et d'une manière générale des milieux socio-économiques et culturels.

1.2 Finalités particulières

Cette unité d'enseignement vise à permettre à l'étudiant :

- ◆ d'élaborer une vente promotionnelle ;
- ◆ de tenir un dialogue de vente ;
- ◆ d'élaborer des documents commerciaux et de gestion administrative ;
- ◆ de proposer une action commerciale ponctuelle.

2 CAPACITES PREALABLES REQUISES

2.1 Capacités

En Bases en techniques commerciales :

- ◆ rechercher tous renseignements pertinents sur le(s) produit(s) ou service(s) faisant l'objet de la vente ;
- ◆ réaliser les différentes étapes de cette vente ;
- ◆ décrire la procédure de stockage ;
- ◆ expliciter la réception de marchandises, le réassortiment des rayons, la présentation d'un produit qui fait l'objet d'une offre promotionnelle ;
- ◆ identifier les mesures de sécurité et d'hygiène en vigueur ainsi que les mesures de protection contre le vol.

En Bureautique :

- ◆ rechercher et récupérer des informations sur Internet en utilisant des critères adaptés ;
- ◆ éditer et de mettre en forme un document en y ajoutant des éléments externes (texte, image, tableau) ;
- ◆ traiter des données et en présenter les résultats ;
- ◆ créer une présentation homogène de trois diapositives ;
- ◆ enregistrer et imprimer un document en tout ou en partie.

2.2 Titre(s) pouvant en tenir lieu

Attestation de réussite de l'unité d'enseignement « Bases en techniques commerciales»
- code 714243U21D1

ou

Certificat de « vendeur en magasin » spécifique à l'enseignement secondaire supérieur de promotion sociale.

ET

Attestation de réussite de l'unité d'enseignement « Bureautique» - code 754123U21D1

3 ACQUIS D'APPRENTISSAGE

Pour atteindre le seuil de réussite, l'étudiant sera capable :

*à partir d'une situation issue de la vie professionnelle,
dans le respect de l'éthique commerciale,
dans le respect des consignes données,
sur base de la documentation fournie par le chargé de cours,*

- ◆ d'élaborer une vente promotionnelle du (des) produit(s) choisi(s) ;
- ◆ de tenir un dialogue de vente ;
- ◆ d'élaborer des documents commerciaux et de gestion administrative ;
- ◆ de proposer une action commerciale ponctuelle en fonction de l'analyse du marché.

Pour la détermination du degré de maîtrise, il sera tenu compte des critères suivants :

- ◆ le niveau de cohérence : la capacité à établir une majorité de liens logiques pour former un ensemble organisé,
- ◆ le niveau de précision : la clarté, la concision, la rigueur au niveau de la terminologie, des concepts et des techniques/principes/modèles,
- ◆ le niveau d'intégration : la capacité à s'approprier des notions, concepts, techniques et démarches,
- ◆ le niveau d'autonomie : la capacité de faire preuve d'initiative démontrant une réflexion personnelle basée sur une exploitation des ressources et des idées en interdépendance avec son environnement.

4 PROGRAMME

L'étudiant sera capable de:

4.1 En techniques de vente :

*A partir de situations issues de la vie professionnelle,
en utilisant une documentation ad hoc,*

- ◆ de déterminer différents profils de clientèle ;
- ◆ d'adopter des comportements créant un climat commercial favorable : tenue vestimentaire, soin, niveau de langage, élocution, attitudes non verbales, formules de salutation ;
- ◆ d'identifier les différents besoins des consommateurs et les hiérarchiser en distinguant besoins conscients et inconscients, mobiles et motivations d'achat ;
- ◆ de mettre en œuvre des techniques de communication incitative, de questionnement et de reformulation de réponses, en vue de déterminer le(s) besoin(s) d'un client ;
- ◆ de tenir un dialogue de vente ;
- ◆ de formuler une hypothèse quant aux motivations d'achat du client, quant à ses priorités et exigences, quant à ses préférences pour une gamme de produits et de prix ;
- ◆ d'identifier la segmentation de la clientèle et les incidences sur les comportements d'achat ;
- ◆ d'utiliser des références courantes (répertoires, catalogues, listings, tarifs ...) ;
- ◆ d'identifier et de caractériser, par familles, les produits distribués dans la surface de vente ;
- ◆ d'identifier des éléments de base de l'action commerciale dans l'optique « produit » :
 - cycle de vie,
 - place dans la gamme,
 - conditionnement,
 - garantie,
 - service après-vente,
 - différents types de vente,
 - rapport qualité/prix,
 - fidélisation ... ;
- ◆ d'utiliser ces éléments dans une stratégie et une argumentation de vente ;
- ◆ d'identifier les principes et contextes d'application de la vente à distance ;

4.2 En activités technico-commerciales :

*A partir de situations issues de la vie professionnelle,
en utilisant un logiciel de gestion des stocks et de facturation approprié,
des outils de communication avancés,*

- ◆ de différencier les documents commerciaux courants ;
- ◆ de compléter ces documents à partir de consignes données ;
- ◆ de calculer un prix de vente en tenant compte des taxes, réductions commerciales, escomptes, consignation d'emballages, reprise éventuelle ... ;
- ◆ de définir et caractériser les transactions liées aux opérations de caisse : paiements (comptant, cartes de débit, cartes de crédit, bons de réduction, remboursement de consignes ...), prélèvements ... ;

- ◆ de réaliser des opérations depuis la demande de prix jusqu'à la facturation en utilisant, s'il échet, un logiciel ad hoc ;
- ◆ de consulter et de mettre à jour des fichiers, informatisés ou non, de clients, marchandises et fournisseurs ;
- ◆ de déterminer l'utilité d'un inventaire ;
- ◆ de définir et de caractériser différentes formes d'inventaires : permanent, périodique, physique (de fin d'année comptable), par dénombrement sporadique (spot check) ;
- ◆ d'identifier les techniques de gestion et de valorisation des stocks (prix moyen, Fifo, Lifo ...) ;
- ◆ de traiter les entrées, les sorties et retours de marchandises ;
- ◆ de compléter les documents requis en cas de retour ou d'échange de marchandises ;
- ◆ de compléter des documents administratifs, tels que contrat de service après-vente, document de garantie ... ;

4.3 En actions commerciales :

*Au départ d'une situation issue de la vie professionnelle,
dans le respect d'une stratégie de promotion de ventes,
en vue de développer une action commerciale,
dans le respect de l'éthique commerciale,
dans le respect des consignes données,*

- ◆ de reformuler l'objectif de l'action à mettre en place ;
- ◆ d'identifier les éléments concourant à la mise en place de la stratégie de promotion de ventes notamment en analysant :
 - la situation commerciale de départ,
 - les moyens à disposition,
 - le public-cible et son comportement d'achat,
 - la position du produit dans son cycle de vie ;
- ◆ d'identifier le style et les principes de conception d'un message publicitaire ;
- ◆ d'identifier différents supports à la communication ;
- ◆ de proposer des actions ponctuelles liées à l'objectif ;
- ◆ de proposer la communication de son action (contenu, moyens ...) ;
- ◆ d'estimer les coûts de l'action ;
- ◆ de s'assurer de la cohérence de l'action ;
- ◆ d'élaborer une présentation argumentaire de l'action ;
- ◆ de porter un regard réflexif sur son action.

5 CONSTITUTION DES GROUPES OU REGROUPEMENT

Aucune recommandation particulière.

6 CHARGE DE COURS

Un enseignant ou un expert.

L'expert devra justifier de compétences particulières issues d'une expérience professionnelle actualisée en relation avec la charge de cours qui est attribuée.

7 HORAIRES MINIMUM DE L'UNITE D'ENSEIGNEMENT

7.1. Dénomination des cours	Classement des cours	Code U	Nombre de périodes
Techniques de vente	CT	S	100
Activités technico-commerciales	CT	S	60
Actions commerciales	CT	S	64
7.2. Part d'autonomie		P	56
Total des périodes			280