

ENSEIGNEMENT DE PROMOTION SOCIALE - REGIME 1**DOCUMENT 8 bis****DOSSIER PEDAGOGIQUE****UNITE DE FORMATION****1. La présente demande émane du réseau :**

(1) Provincial et communal
 (1) Communauté française

(1) Libre confessionnel
 (1) Libre non confessionnel

Identité du responsable pour le réseau : Roberto Galluccio
 Administrateur délégué

Date et signature : 09/09/2008

2. Intitulé de l'unité de formation :
 Vente et conseil à la clientèle

CODE DE L'U.F. 714235U21CA	CODE DU DOMAINE DE FORMATION 704
----------------------------	----------------------------------

3. Finalités de l'unité de formation : Reprises en annexe n° 1 de1... page(s) (2)

4. Capacités préalables requises : Reprises en annexe n° 2 de1.. page(s) (2)

5. Classement de l'unité de formation :

(1) Enseignement secondaire de : (1) transition (1) qualification
 du degré : (1) inférieur (1) supérieur

 (1) Enseignement supérieur de type court (1) Enseignement supérieur de type long

Pour le classement de l'unité de formation de l'enseignement supérieur			
Proposition de classement	(1)	Classement du Conseil supérieur (1)	
Technique	<input type="checkbox"/>	Technique	<input type="checkbox"/>
Economique	<input type="checkbox"/>	Economique	<input type="checkbox"/>
Paramédical	<input type="checkbox"/>	Paramédical	<input type="checkbox"/>
Social	<input type="checkbox"/>	Social	<input type="checkbox"/>
Pédagogique	<input type="checkbox"/>	Pédagogique	<input type="checkbox"/>
Agricole	<input type="checkbox"/>	Agricole	<input type="checkbox"/>
Maritime	<input type="checkbox"/>	Maritime	<input type="checkbox"/>

Date de l'accord du Conseil supérieur :

Signature du Président du Conseil supérieur :

6. Caractère occupationnel : oui non**7. Constitution des groupes ou regroupement :** Repris en annexe n° 3 de ...1.... page(s) (2)**8. Programme du (des) cours :** Repris en annexe n° 4 de3... page(s) (2)**9. Capacités terminales :** Reprises en annexe n° 5 de1... page(s) (2)**10. Chargé(s) de cours :** Repris en annexe n° 6 de1.. page(s) (2)

(1) Cocher la mention utile

(2) A compléter

(3) Réservé à l'administration

(4) Proposé par le réseau et avalisé par l'inspection

D 8 BIS/UF : au 01.03.98

Code de l'unité de formation : 714235U21C1	Code du domaine de formation : 704
--	------------------------------------

11. Horaire minimum de l'unité de formation :

1. Dénomination des cours	Classement des cours	Code U	Nombre de périodes par groupe d'étudiants
Construction et conduite d'un entretien de vente	CT	B	70
Techniques commerciales	CT	B	40
Acquisition d'attitudes professionnelles et relationnelles	CT	B	10
Autonomie		P	30
Total des périodes			150

V

12. Réserve au Service d'inspection :

a) Observation(s) de l'(des) Inspecteur(s) concerné(s) relative(s) au dossier pédagogique [annexe(s) éventuelle(s)] :

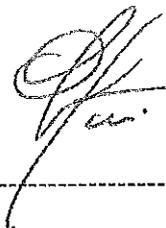
b) Décision de l'Inspecteur coordonnateur relative au dossier pédagogique :

ACCORD PROVISOIRE - ~~PAS D'ACCORD~~

En cas de décision négative, motivation de cette dernière :

Date : 14.10.08

Signature :



- (2) A compléter
(3) Réserve à l'administration
(4) Proposé par le réseau et avalisé par l'inspection
(5) Soit CG, CS, CT, CTPP, PP ou CPPM
(6) Soit A, B, C, D, E, F, H, J, K, L, Q, R, S, T - (l'approbation de cette rubrique est réservée à l'administration)

D 8 BIS/UF : au 01.03.98

VENTE ET CONSEIL A LA CLIENTELE

1. FINALITES DE L'UNITE DE FORMATION

1.1. Finalités générales

Conformément à l'article 7 du décret de la Communauté française du 16 avril 1991 organisant l'enseignement de promotion sociale, cette unité de formation 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

L'unité de formation vise à permettre à l'étudiant :

- de conduire un entretien de vente (accueillir, servir, conseiller, vendre) du début à la fin, tout en s'occupant des activités connexes (facturation, livraison, service après-vente) et cela dans le respect du client.

VENTE ET CONSEIL A LA CLIENTELE

2. CAPACITES PREALABLES REQUISES

2.1. Capacités

L'étudiant sera capable :

En français :

- ◆ de comprendre un texte écrit (+/- 30 lignes) dans un langage usuel, par exemple en réalisant une synthèse écrite et/ou en répondant à des questions sur le fond ;
- ◆ d'émettre, de manière cohérente et structurée, un commentaire personnel à propos d'un texte.

En mathématique :

face à des problèmes concrets de la vie courante (par exemple : établissement d'un budget, calcul d'un ensemble de dépenses, ...) et disposant d'une calculette,

- ◆ d'effectuer correctement des calculs simples relatifs :
 - ◆ aux quatre opérations fondamentales ;
 - ◆ aux pourcentages et à la règle de trois ;
- ◆ de mesurer les grandeurs et effectuer des opérations simples sur ces grandeurs.

2.2. Titres pouvant en tenir lieu

Certificat d'enseignement secondaire inférieur ou certificat du second degré.

VENTE ET CONSEIL A LA CLIENTELE

3. CONSTITUTION DES GROUPES OU REGROUPEMENT

Sans objet.

VENTE ET CONSEIL A LA CLIENTELE

4. PROGRAMME DU COURS

Lors de la construction et de la conduite d'un entretien de vente

L'étudiant sera capable :

4.1. Accueillir et guider le client

- à travers des jeux de rôle :
 - développer une attitude d'accueil et de respect du client ;
 - faire preuve d'empathie et de diplomatie ;
 - garder son calme, saisir la logique et les émotions d'un interlocuteur, faire preuve de courtoisie ;
 - prendre conscience des premières impressions des personnes qu'il/elle rencontre ;
 - prendre en compte les feed-back verbaux et non-verbaux de ses interlocuteurs ;

- à travers des jeux de rôle et/ou des situations issues de la vie professionnelle : organiser l'ensemble des informations qui sont à sa disposition, dans le but de retenir celles qui lui sont utiles pour répondre à la demande :
 - analyser les demandes des gens ;
 - analyser ses points forts et ses points faibles dans sa communication face à un acheteur ou un groupe d'acheteurs ;

- à travers des jeux de rôle et/ou des situations issues de la vie professionnelle :
 - proposer des choix opportuns qui correspondent aux désirs des clients ;
 - analyser les réactions des clients ;
 - adapter sa stratégie et son discours aux desiderata des clients ;
 - guider le choix du client en tenant compte des impératifs techniques et de son budget, tout en respectant une éthique commerciale ;

- à travers un visite d'un magasin spécialisé dans le milieu de la vente :
 - distinguer les différentes stratégies utilisées par le personnel du magasin dans l'accueil du client, et les méthodes de vente et de marketing. ;
 - analyser les avantages et les inconvénients des différentes méthodes ;
 - proposer d'éventuelles améliorations dans les méthodes de vente et d'accueil ;

4.2. Argumenter une vente :

- développer une image positive du produit et/ou des services tout en respectant ses caractéristiques réelles ;

à travers des jeux de rôle et des mises en situation et des situations issues de la vie professionnelles, des lectures personnelles :

- comparer les différents produits et/ou services en expliquant les avantages et les inconvénients de chacun, dans un langage clair précis et varié ;
- s'initier et utiliser les différentes techniques de persuasion du client dans la vente ;
- s'exercer à des techniques d'argumentation, de reformulation, de persuasion dans une langue courante, correcte et variée ;
- structurer une argumentation en y incluant les besoins du client, les caractéristiques du produit et/ou des services, les termes de la livraison, le prix ;
- justifier l'offre d'un prix ;
- identifier les techniques et approches courantes de fidélisation de la clientèle ;
- identifier les principes et contextes d'application de la vente par téléphone ;
- appréhender, en regard avec la vente, les principaux concepts en matière d'éthiques, permettant de clarifier ses propres valeurs au regard des valeurs fondamentales de sa profession en vue de se situer par rapport à celles-ci .

4.3. Techniques commerciales

+ Etablir un devis à partir des différents composants du prix :

- établir le coût des marchandises et du transport et le temps d'exécution de la tâche ;
- calculer la TVA, une réduction ;
- appliquer une remise ou un pourcentage ;
- calculer un prix de vente, isoler un bénéfice, un prix d'achat. Comprendre le mécanisme d'une marge bénéficiaire ;

+ Rédiger un bon de commande :

- établir une offre de prix en bonne et due forme ;
- en matière d'informatique : s'initier à l'usage une base de données afin :

- de vérifier le stock d'un bien et/ou d'un service et le délai de livraison ;
 - de rédiger les documents de caisse et bon de livraison ;
 - de réserver un service pour le client ;
 - expliquer les différentes modalités de paiement, proposer des solutions différentes (paiement comptant, crédit à la consommation) tout en étant vigilant au surendettement et à l'éthique ;
 - établir une facture finale ;
 - assurer le suivi commercial d'une vente en cas de problèmes (livraison, non-fonctionnement de l'appareil.
- + Caractériser les transactions liées à des opérations de caisse, comme les différents paiements, les échanges, les remboursements ;**
- + Utiliser des outils de gestion liés à ces tâches ;**
- + Identifier les principes de base de la présentation et mise en valeur des marchandises et/ou des services ;**
- + Actualiser ses connaissances en matière de techniques commerciales ;**

4.4. Acquisition d'attitudes professionnelles et relationnelles:

Sur base de situations professionnelles exemplatives

- de délimiter son travail au sein de l'équipe ;
- de déterminer les limites de sa compétence, de ses droits et de ses responsabilités ;
- de s'initier aux modes habituels de régulation des conflits dans l'organisation du travail ;
- de développer son autocritique.

VENTE ET CONSEIL A LA CLIENTELE

5. CAPACITES TERMINALES

L'étudiant sera capable,

au travers de différentes situations d'accueil et de conseil à la clientèle :

- de conduire un entretien de vente jusqu'au bout ; à savoir accueillir un client, l'écouter, le servir, justifier un prix, remplir un bon de commande, réserver une livraison ;
- de développer une argumentation structurée ;
- d'utiliser, en informatique, la base de données d'un magasin et/ou d'une entreprise ;
- d'assurer la gestion administrative de son offre (devis, bon de commande, facture, paiement, livraison) ;
- de prendre en main les différentes activités connexes liées à la vente : opération de caisse, gestion de stock, service après-vente.

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

- de la pertinence de la solution proposée,
- de la qualité de l'écoute et de l'argumentation,
- de l'adéquation du comportement adopté à la situation traitée,

VENTE ET CONSEIL A LA CLIENTELE

6. CHARGE DE COURS

Le chargé de cours sera un enseignant ou un expert.

L'expert devra justifier de compétences issues d'une expérience professionnelle actualisée et reconnue dans le domaine en relation avec le programme du présent dossier pédagogique.