

compétence



Profession

CONSEILLÈRE-VENDEUSE
CONSEILLER-VENDEUR

COMMERCE DE DÉTAIL

**Maintenir à jour sa
connaissance des
produits et services
offerts par l'entreprise.**



Détail
Québec

La ressource du commerce

Remerciements

Ce guide a été produit par Détail Québec, le Comité sectoriel de main-d'œuvre du commerce de détail, et réalisé par le Centre d'élaboration des moyens d'enseignement du Québec (CEMEQ). Le projet a été coordonné par monsieur Manuel Champagne, conseiller en formation, en collaboration avec madame Karell Brahic, conseillère en formation, et monsieur Simon Blondin, chargé de dossiers, sous la direction de madame Patricia Lapierre, directrice générale de Détail Québec.

Détail Québec souligne la contribution de madame Lucie Marchessault, consultante experte en formation professionnelle et technique, ayant élaboré la norme professionnelle de conseillère-vendeuse, conseiller-vendeur et collaboré au développement de ce guide.

Cette publication a été produite grâce à la contribution financière du Fonds de développement et de reconnaissance des compétences de la main-d'œuvre et avec l'appui des partenaires du marché du travail.



Détail Québec remercie les détaillants ainsi que les travailleuses et travailleurs qui ont contribué aux activités de conception et de réalisation du guide, plus particulièrement :

Dan Thomac, Bureau en Gros
Diane Poirier, Aménagement paysager Pyrus
Frédéric Parent, Canadian Tire
Guylaine Gélinas, Sears Canada
Jyslain Dagenais, Bureau en Gros
Luc Boileau, Rona
Marie-Soleil Paquette, Intersport Canada
Martine Morin, DeSerres

Maxime Thibodeau, Ameublement Tanguay
Pascal Lacroix, Canadian Tire
Patrick Maréchal, Walmart Canada
Patrick Provost, Rona
Pierre Rousseau, Meubles Rousseau
Shirley Contant, DeSerres
Sylvie Noël, Bijouterie Jacobus
Vincent Quirion, Archambault

Révision du contenu : Céline Pouliot
Révision linguistique : Michel Durand
Illustration : Pierre Berthiaume (www.pebe.ca)
Graphisme et montage : Julie Parent (www.lestudiocalypso.com)

Pour tout renseignement ou commentaire concernant ce guide, adressez-vous à :



Détail Québec

Comité sectoriel de main-d'œuvre du commerce de détail

550, rue Sherbrooke Ouest
Bureau 590, tour Ouest
Montréal (Québec) H3A 1B9

Téléphone : **514 393-0222**
Ligne sans frais : **1 888 393-0222**
Télécopieur : **514 393-9037**

Courriel : **info@detailquebec.com**
Site Internet : **www.detailquebec.com**

**Note : L'utilisation du masculin a été choisie pour des fins de lisibilité.
Il inclut le féminin et ne se veut aucunement discriminatoire.**

Reproduction autorisée à condition de mentionner la source.

ISBN 978-2-923440-10-1

Dépôt légal – Bibliothèque et Archives nationales du Québec, 2009

Dépôt légal – Bibliothèque nationale du Canada, 2009

Novembre 2009



compétence



Maintenir à jour sa connaissance des produits et des services offerts par l'entreprise.

Table des matières

Introduction	2
1.1 Consulter de l'information sur les produits et les services offerts par l'entreprise	3
1.2 Analyser les caractéristiques des produits et des services offerts par l'entreprise	5
1.3 S'informer des activités de la concurrence	8
1.4 Surveiller les tendances actuelles	10
Exercice	14

Introduction

Éléments de compétence à maîtriser

Après avoir étudié ce module, vous serez en mesure de maîtriser les éléments de compétence suivants :

- Consulter de l'information sur les produits et les services offerts par votre entreprise.
- Analyser les caractéristiques des produits et services offerts par l'entreprise.
- S'informer des activités de la concurrence.
- Surveiller les tendances actuelles.

Cette compétence est liée à **la recherche**, à **l'acquisition** et à **l'assimilation de l'information** relative à votre entreprise, de même qu'aux produits et aux services qu'elle offre. Elle prend toute son importance dans un contexte de travail où le client, de mieux en mieux informé sur les produits et les services offerts sur le marché, a des exigences de plus en plus précises. Une bonne préparation vous sera donc essentielle.

Pour débiter, vous devrez vous familiariser, par divers moyens, avec tous les produits et les services qu'offre votre entreprise.

Une fois la connaissance de base acquise, vous devriez être en mesure de comparer les différents produits et services afin de déterminer lesquels répondront le mieux aux besoins de chaque client. De plus, il est important de vous tenir au courant des activités de vos principaux concurrents pour déterminer vos avantages.

Finalement, vous aurez à vous tenir informé des nouveautés qui surviennent sur le marché et à mettre à jour l'information dont vous disposez pour conserver, en tout temps, une longueur d'avance.

1.1 Consulter de l'information sur les produits et les services offerts par l'entreprise.

UTILISEZ DES SOURCES D'INFORMATION VARIÉES ET FIABLES SUR LES PRODUITS ET LES SERVICES OFFERTS.

Consultez les **catalogues** de l'entreprise. Prenez le temps de passer en revue les produits présents en magasin et sachez lesquels sont offerts sur commande.

Utilisez Internet de même que l'**intranet** (réseau interne de l'entreprise) si vous y avez accès. Si votre employeur offre des **formations** en ligne, prenez le temps de les suivre.



OBTENEZ L'INFORMATION POUR ÊTRE PRÊT À LA TRANSMETTRE AISÉMENT AUX CLIENTS.

Participez aux réunions d'information (avec les fournisseurs, les équipes de vente, etc.) ou à certains congrès (de l'entreprise ou de votre secteur d'activité).

Échangez et recueillez de l'information auprès de vos collègues; discutez régulièrement des nouveautés qui arrivent dans votre entreprise.

Appropriiez-vous l'information reçue afin de la transmettre aisément à vos clients.



1.1 Consulter de l'information sur les produits et les services offerts par l'entreprise.

DÉTECTEZ RAPIDEMENT LA NOUVELLE INFORMATION.

Lisez les circulaires, surveillez les promotions à la télévision, à la radio ou dans les journaux.

Observez la façon dont les produits sont présentés (techniques de marketing) et vérifiez si les produits mis en vedette sont nouveaux ou existent depuis un certain temps. Tenez-vous au courant des promotions des manufacturiers.

Consultez des ouvrages de référence, des magazines ou des sites Internet spécialisés. Regardez des émissions d'information relatives à votre secteur d'activité.



DÉVELOPPEZ UNE CONNAISSANCE PRATIQUE DES PRODUITS DE L'ENTREPRISE.

Si possible, profitez de vos temps libres pour approfondir votre **connaissance pratique** des produits dans une activité ou un loisir qui vous intéresse. Utilisez certains produits dans votre vie quotidienne. Développez votre **propre** appréciation.



1.2 Analyser les caractéristiques des produits et des services offerts par l'entreprise.

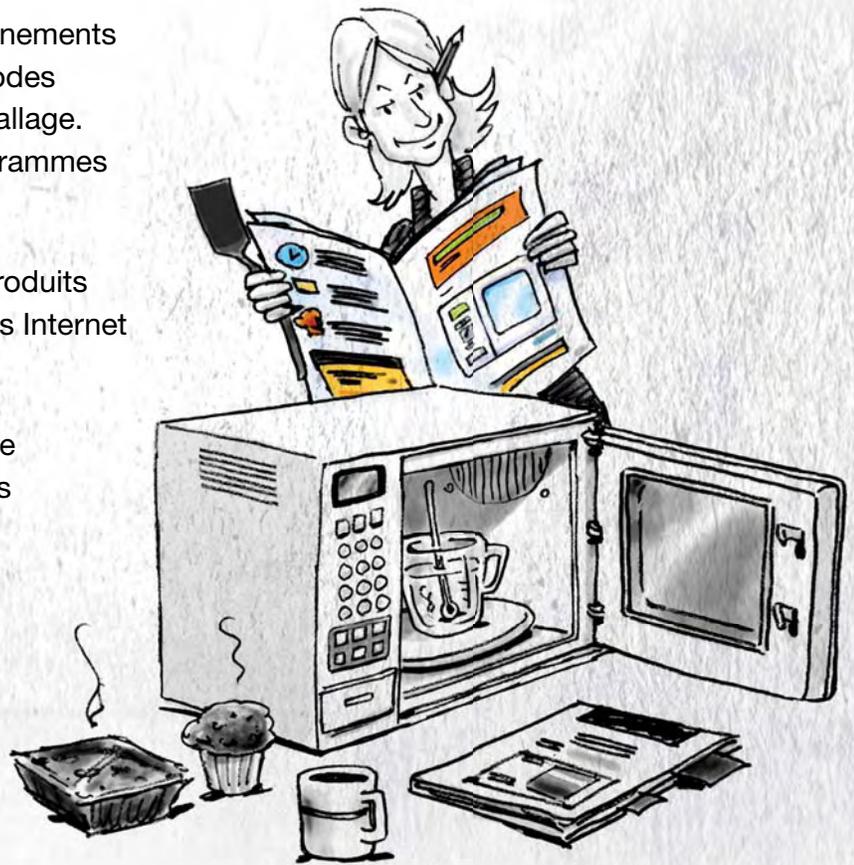
EXAMINEZ LES CARACTÉRISTIQUES DES PRODUITS ET DES SERVICES OFFERTS.

Observez les produits en vente et **consultez** les manuels qui les accompagnent. Apprenez leurs caractéristiques.

Prenez connaissance des fiches de renseignements sur les produits. Lisez les étiquettes, les modes d'emploi, l'information présentée sur l'emballage. Portez une attention particulière aux pictogrammes et à la liste des composants du produit.

Lisez les dépliants relatifs aux nouveaux produits et reportez-vous à des revues ou à des sites Internet spécialisés pour obtenir plus d'information.

Écoutez et **observez** les façons de faire de vos collègues; quelles sont leurs techniques d'apprentissage, leurs sources préférées d'information, les caractéristiques les plus importantes, etc.



CONSEIL

N'hésitez pas à poser des questions à vos collègues, aux représentants des fournisseurs ou à d'autres spécialistes. Dans l'ensemble, assurez-vous d'être en mesure de répondre aux questions des clients.

1.2 Analyser les caractéristiques des produits et des services offerts par l'entreprise.

COMPAREZ LES CARACTÉRISTIQUES DES DIFFÉRENTS PRODUITS ET DES SERVICES OFFERTS PAR L'ENTREPRISE.

Informez-vous des caractéristiques de divers produits. Effectuez une **analyse comparative** de celles-ci afin de déterminer les avantages et les inconvénients des différents produits.

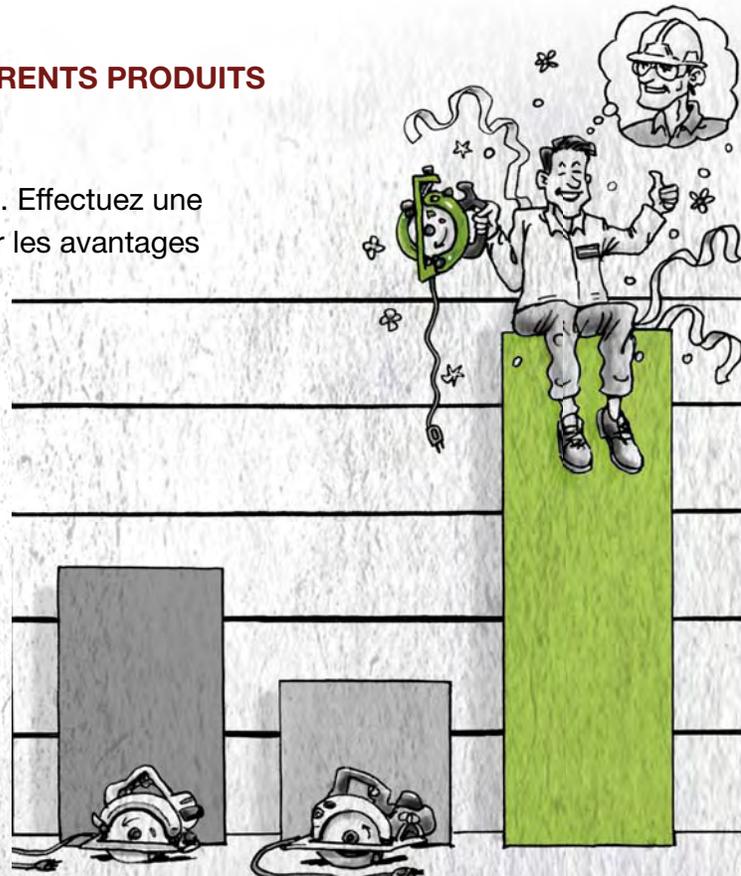
Tenez-vous au courant des données relatives à l'usure et à l'entretien des produits afin de pouvoir conseiller le client en fonction de l'utilisation qu'il prévoit en faire.

Prêtez attention aux résultats des tests réalisés sur les produits.

Comparez différents modèles, anciens et nouveaux.

Informez-vous des procédés de fabrication des produits et des caractéristiques qui y sont associées.

Soyez informé des services connexes offerts par l'entreprise et situez-les par rapport à ceux qu'on trouve chez les concurrents. **Sachez reconnaître vos avantages.**



CARACTÉRISTIQUES POUR EFFECTUER UNE ANALYSE COMPARATIVE

- Prix
- Types de produits, de marques
- Fonction (utilisation prévue du produit)
- Sécurité
- Entretien
- Fiabilité, durabilité
- Types de garanties offertes

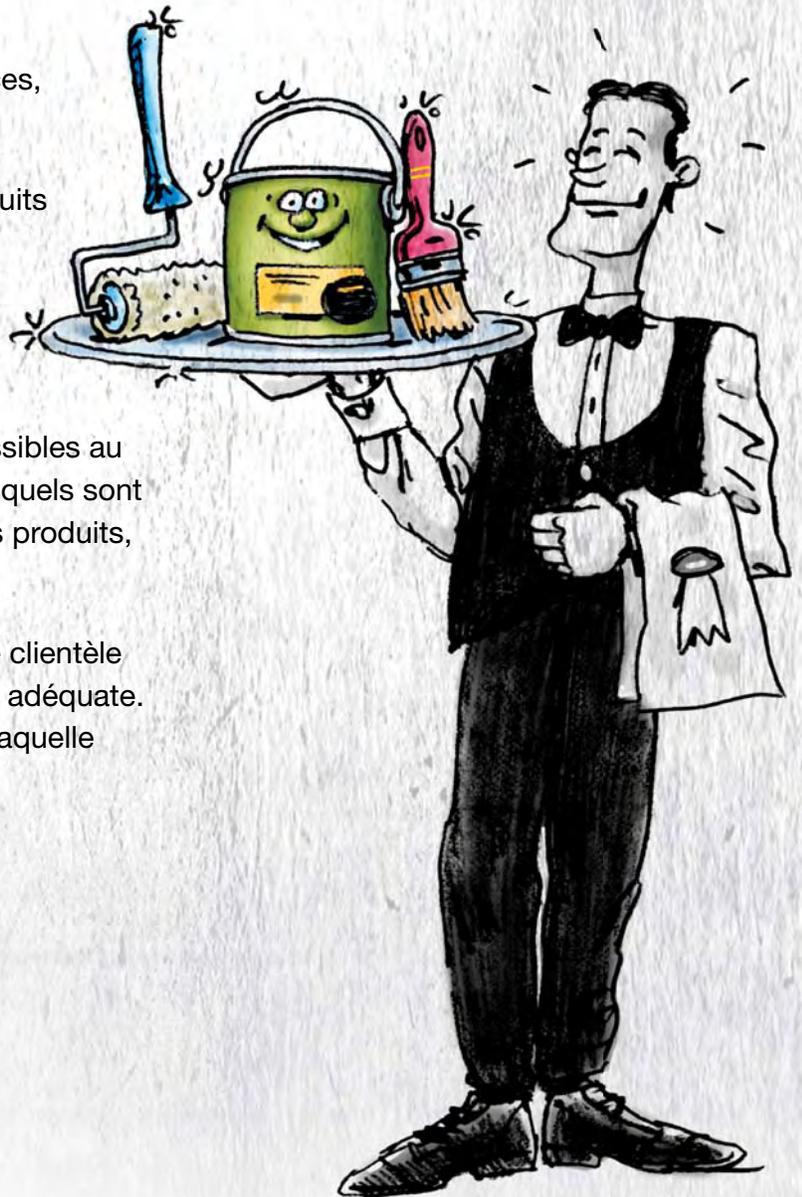
METTRE EN ÉVIDENCE LES AVANTAGES DES PRODUITS ET DES SERVICES OFFERTS PAR L'ENTREPRISE.

Faites preuve d'une solide **connaissance** des produits offerts : formats, couleurs, performances, garanties, durées de vie, etc.

Préparez vos arguments en faveur des produits que vous proposez au client. Ainsi, vous augmenterez votre confiance, votre crédibilité et vos chances de réussir une vente.

Lorsque les données des manufacturiers sur les produits sont disponibles, rendez-les accessibles au client, ainsi que les livres de référence dans lesquels sont répertoriées les pièces et les composants des produits, le cas échéant.

Une bonne connaissance des besoins de votre clientèle vous permettra de préparer une argumentation adéquate. Vous leur démontrerez ainsi une expertise sur laquelle ils peuvent compter.



1.3 S'informer des activités de la concurrence.

RECUEILLEZ DIVERS RENSEIGNEMENTS SUR LES ACTIVITÉS DE LA CONCURRENCE.

Prenez connaissance des activités des concurrents à l'aide de divers moyens tels qu'Internet, les circulaires, les promotions télévisées, radiodiffusées ou présentées dans les journaux.

Soyez attentifs aux **commentaires des clients**.

Si votre entreprise le permet, téléphonez à vos compétiteurs pour obtenir de l'information sur leurs promotions ou leurs politiques de vente, de service, de prix, etc.

Soyez à l'affût des nouvelles **tendances présentes chez les concurrents**: les produits offerts, les exclusivités de marques. Si possible, consultez aussi les listes de distribution des produits des fournisseurs.



EFFECTUEZ DES VISITES DE RECONNAISSANCE CHEZ LES COMPÉTITEURS.

Profitez-en pour observer la disposition des produits sur le plancher (où sont placés les produits vedettes, ceux à la hauteur des yeux, dans la vitrine), les prix, le type et les périodes de promotion, de même que la variété des produits ou des services offerts.

Faites une **analyse afin de déterminer les avantages que vous pouvez offrir aux clients**.

EXEMPLES DE CARACTÉRISTIQUES D'ANALYSE

- Prix
- Garantie offerte
- Qualité
- Service
- Technique de vente
- Disponibilité du produit
- Types et marques de produits
- Politique de remboursement

PRÉPAREZ VOS ARGUMENTS POUR ATTIRER ET CONSERVER VOS CLIENTS.

Discutez avec vos collègues et votre superviseur des **avantages concurrentiels de l'entreprise** ainsi que des produits et des services offerts. Discutez des arguments qui font vendre.

Faites valoir les avantages que vous pouvez offrir aux clients en matière de disponibilité des produits, de prix, de financement, de service après-vente, d'expertise, de programmes de fidélisation, etc.

ATTENTION !

Ne dénigrez jamais la concurrence parce qu'aux yeux des clients, cela vous fait paraître mesquin.

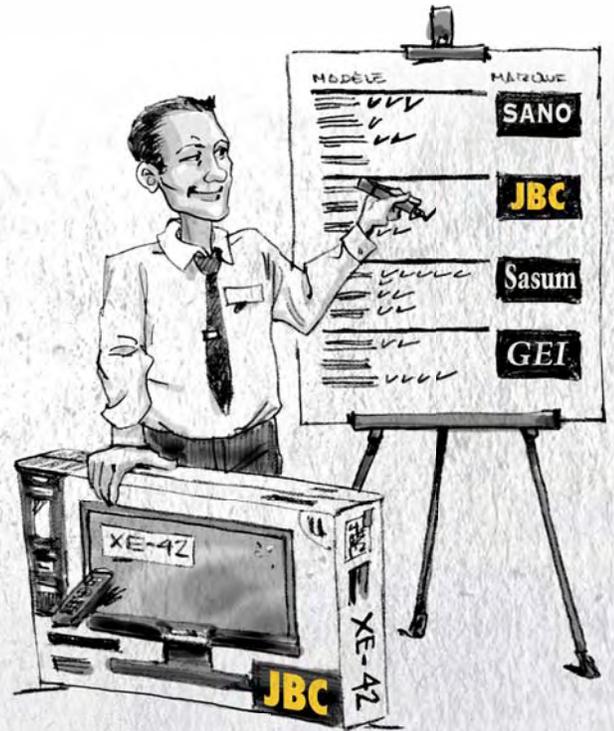


1.4 Surveiller les tendances actuelles.

OBSERVEZ LES HABITUDES DE LA CLIENTÈLE, PUIS DÉTERMINEZ LES PRODUITS ET LES SERVICES LES PLUS POPULAIRES.

Observez **ce que les clients recherchent** et prenez le temps de les écouter. Partagez vos observations et **discutez** avec vos collègues.

Comparez les ventes au regard du type de produits écoulés, des marques les plus vendues, des modèles les plus en demande.



Ce modèle est très en demande. Ça part comme des petits pains chauds!



ATTENTION !

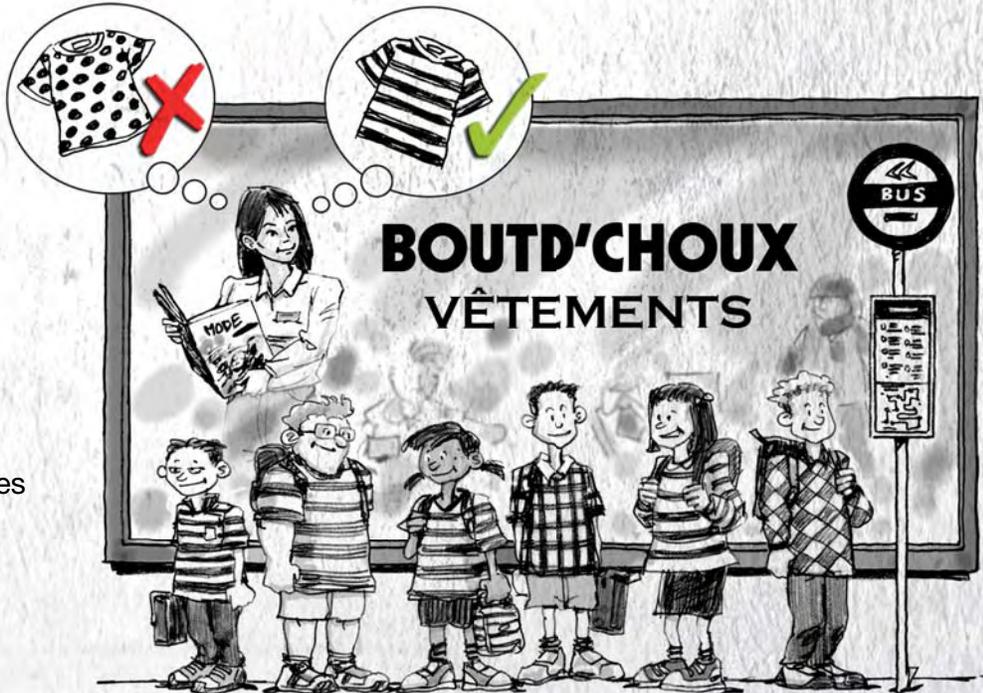
Vérifiez toujours si vos sources d'information sont crédibles, particulièrement si vous tirez celles-ci du Web.

AIGUISEZ VOTRE SENS DE L'OBSERVATION ET D'ANALYSE.

Observez les comportements des consommateurs et les tendances autour de vous (tant dans la vie quotidienne que chez vos concurrents).

Tenez-vous au courant des nouveautés ou des modes : technologies et modèles à venir.

Analysez le roulement des produits et observez leurs périodes de consommation (par exemple, remarquez les produits qui nécessitent des remplissages plus fréquents).

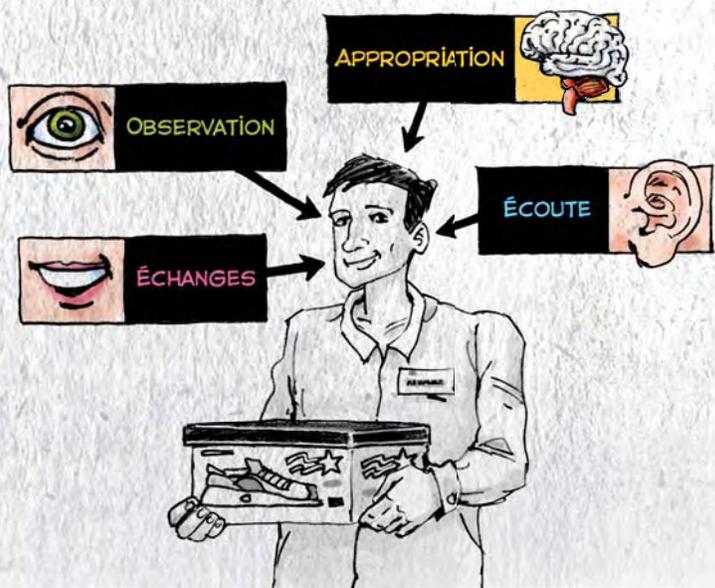


METTEZ À PROFIT LES COMMENTAIRES REÇUS DES FOURNISSEURS, DES CLIENTS ET DE VOS COLLÈGUES.

Restez en contact avec vos fournisseurs et appropriiez-vous les nouveaux produits ou services qu'ils ont à offrir afin d'en faire bénéficier vos clients.

Entretenez la circulation de l'information avec vos collègues et vos supérieurs. Lancez et alimentez les discussions sur les nouveaux produits et services offerts ainsi que sur les nouveautés à venir.

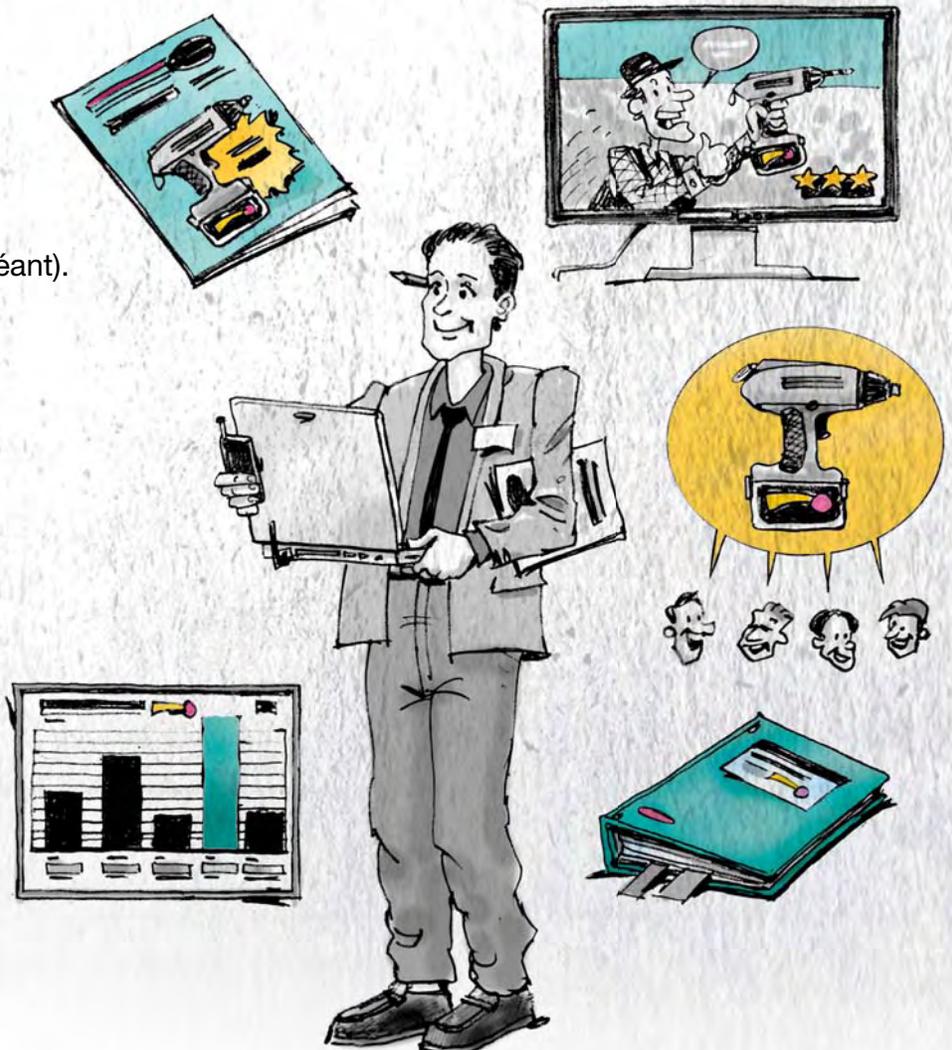
Demeurez à l'écoute des clients afin de bien interpréter leurs besoins et d'être en mesure d'y répondre.



1.4 Surveiller les tendances actuelles.

RAPPELEZ-VOUS QUE PLUSIEURS SOURCES D'INFORMATION SONT À VOTRE DISPOSITION.

- Demandes et préférences des clients.
- Collègues de travail.
- Revues spécialisées.
- Émissions télévisées d'informations dans votre domaine (dans certains cas).
- Catalogues et circulaires.
- Sites Internet de l'entreprise, des concurrents et des fabricants.
- Sites Internet spécialisés.
- Intranet de l'entreprise (le cas échéant).
- Sondages internes de l'entreprise (si vous y avez accès).
- Commentaires des fournisseurs.
- Congrès et foires commerciales.
- Visites d'autres commerces.
- Ouvrages de référence.
- Etc.



Profession

CONSEILLÈRE-VENDEUSE
CONSEILLER-VENDEUR

COMMERCE DE DÉTAIL

compétence



Maintenir à jour sa connaissance des produits et des services offerts par l'entreprise.

Précisions

Cet exercice vous aidera à acquérir des connaissances sur les produits et les services offerts par votre entreprise. Pour ce faire, vous procéderez à une recherche systématique d'information. La durée totale déterminée de l'exercice est de deux à trois semaines, mais elle peut varier au besoin selon la complexité des produits.

L'exercice se compose de deux parties. La première porte sur le positionnement de votre entreprise sur le marché en fonction des entreprises concurrentes. La seconde implique l'étude et l'analyse de produits ou de services particuliers, à raison d'un produit ou d'un service par semaine pendant deux semaines, soit deux produits ou services au total. Choisissez des produits qui ont une certaine popularité, que vous êtes susceptible de vendre.

FICHE D'EXERCICE – POSITIONNEMENT DE VOTRE ENTREPRISE**MARCHE À SUIVRE**

Cet exercice devrait vous permettre de positionner votre entreprise sur le marché.
Vous devez faire les recherches appropriées pour répondre aux questions.

1. Décrivez votre entreprise et soulignez ses forces, les aspects qui la démarquent des autres.

2. Identifiez vos deux principales entreprises concurrentes.

3. Déterminez les forces et les faiblesses des entreprises concurrentes (prix, produits, variétés, services, garanties, publicités, présentation visuelle, localisation, etc.).

Entreprise n° 1 :	
Forces	Faiblesses
Entreprise n° 2 :	
Forces	Faiblesses

4. Déterminez les arguments (au moins trois) que vous pourriez utiliser pour contrer les forces des entreprises concurrentes. N'oubliez pas; un bon argument ne dénigre pas la concurrence. Soyez positif.

FICHE D'EXERCICE – CONNAISSANCE DES PRODUITS ET DES SERVICES OFFERTS

MARCHE À SUIVRE

L'exercice se déroule sur deux semaines et comporte deux sections. Chaque semaine est consacrée à un produit ou à un service particulier.

D'abord, sélectionnez **un type** de produit ou de service offert par votre entreprise, qui est assez populaire et que vous êtes susceptible de vendre. Pendant une semaine, recherchez toute l'information possible à son sujet. Consultez au moins trois sources d'information différentes pour **chaque modèle** de produit ou service choisi. Sur les fiches qui se trouvent aux pages suivantes, notez l'information demandée de même que toute autre information que vous jugez utile.

Pour la deuxième semaine de l'exercice, sélectionnez un produit ou un service différent. Ce produit ou ce service fera l'objet d'un peu plus de recherche. En ce sens, l'exercice est progressif.

Vous aurez à remplir des tableaux de comparaison. Pour vous faciliter la tâche, un exemple vous est présenté à la page suivante; vous pouvez utiliser les légendes incluses.

Tableau de comparaison (exemple)

Marques ou modèles	Prix	Qualité	Rapport qualité/prix	Popularité	Facilité d'utilisation	Facilité d'entretien	Forces	Faiblesses	Type d'utilisateur visé	Autres critères
Modèle 1	34,99 \$	4	3	3 ↑	3	1	Prix, entretien, apparence	Utilisation, qualité	Cherche article à faible coût.	En vedette chez le concurrent
Modèle 2	57,99 \$	1	2	1 ↔	2	1	Qualité, apparence	Utilisation	Est prêt à acheter la qualité.	
Modèle 3	49,99 \$ 39,99 \$ en solde en juillet	2	1	2 ↑	1	2	Rapport qualité/prix	Apparence	Cherche bon article, apparence a peu d'importance.	
Modèle 4	62,97 \$	2	3	2 ↓	2	1	Qualité, entretien	Prix, utilisation	Cherche qualité et facilité d'entretien.	
Modèle 5	44,99 \$	3	2	1 ↔	1	3	Prix, utilisation, apparence	Entretien	Cherche bon article à faible coût.	Produit exclusif à l'entreprise

LÉGENDE

Qualité: 1 Excellente; 2 Très bonne; 3 Bonne; 4 Moyenne; 5 Faible

Rapport qualité/prix: 1 Excellent; 2 Bon; 3 Moyen; 4 Faible

Popularité: 1 Élevée; 2 Moyenne; 3 Faible ↑ en hausse; ↓ en baisse; ↔ stable

Facilité d'utilisation: 1 Grande; 2 Moyenne; 3 Complexe

Facilité d'entretien: 1 Grande; 2 Moyenne; 3 Complexe

FICHE D'EXERCICE – SEMAINE 1

Produit ou service sélectionné :

Marques existantes (Indiquez si elles sont offertes en magasin.)

Comparez les différentes marques ou les différents modèles (au moins trois). Vous pouvez utiliser le tableau ci-dessous ou préparer votre propre modèle de comparaison.

Marques ou modèles	Prix	Qualité	Rapport qualité/prix	Popularité	Facilité d'utilisation	Facilité d'entretien	Forces	Faiblesses	Type d'utilisateur visé	Autres critères

Pour chaque caractéristique, indiquez la façon dont vous avez trouvé l'information.

Prix :

Qualité :

Rapport qualité/prix :

Popularité :

Facilité d'utilisation :

Facilité d'entretien :

Forces :

Faiblesses :

Type d'utilisateur visé :

Autres critères :

FICHE D'EXERCICE – SEMAINE 2

Produit ou service sélectionné :

Marques existantes (Indiquez si elles sont offertes en magasin.)

Indiquez les marques offertes chez vos concurrents, puis comparez-les avec les produits que vous offrez.

Notez vos observations quant aux nouvelles tendances, aux marques ou aux modèles qui semblent prendre ou perdre de la popularité, aux produits qui sont mis en vedette, etc.

Comparez les différentes marques ou les différents modèles (au moins cinq). Vous pouvez utiliser le tableau proposé ici ou préparer votre propre modèle de comparaison. Dans la colonne « Popularité », n'oubliez pas d'indiquer la tendance (en hausse, stable ou en baisse).

Marques ou modèles	Prix	Qualité	Rapport qualité/prix	Popularité	Facilité d'utilisation	Facilité d'entretien	Forces	Faiblesses	Type d'utilisateur visé	Autres critères

Pour chaque caractéristique, indiquez la façon dont vous avez trouvé l'information.

Prix :

Qualité :

Rapport qualité/prix :

Popularité :

Facilité d'utilisation :

Facilité d'entretien :

Forces :

Faiblesses :

Type d'utilisateur visé :

Autres critères :

AUTOÉVALUATION

En remplissant cette grille, demandez-vous si vous avez bien compris et réalisé chacun des éléments d'évaluation. Indiquez :

- « Bon » si vous maîtrisez très bien l'élément de compétence;
- « Moyen » si vous êtes à l'aise avec l'élément de compétence, mais que quelques situations vous causent encore des problèmes;
- « Faible » si vous éprouvez généralement des difficultés avec la tâche à accomplir.

Soyez aussi honnête que possible. Dans les cas où vous répondez « Moyen » ou « Faible », inscrivez pourquoi (difficultés rencontrées).

Grille d'autoévaluation	Autoévaluation			Commentaires du tuteur (s'il y a lieu)
	Bon	Moyen	Faible	
Je connais bien la position de mon entreprise sur le marché.				
Je suis capable d'utiliser des arguments positifs pour contrer d'éventuels avantages de la concurrence.				
Je sais faire une distinction juste des produits et des services ainsi que des modèles recherchés.				
Je choisis des sources d'information fiables pour chacune des caractéristiques.				
Je me réfère toujours à au moins trois sources d'information pour chaque produit.				
L'information que j'ai recueillie est juste.				
J'ai respecté le temps alloué (1 semaine par produit ou service).				

Difficultés rencontrées :



www.detailquebec.com
info@detailquebec.com

COMITÉ SECTORIEL DE MAIN-D'ŒUVRE DU COMMERCE DE DÉTAIL



Commission
des partenaires
du marché du travail
Québec 