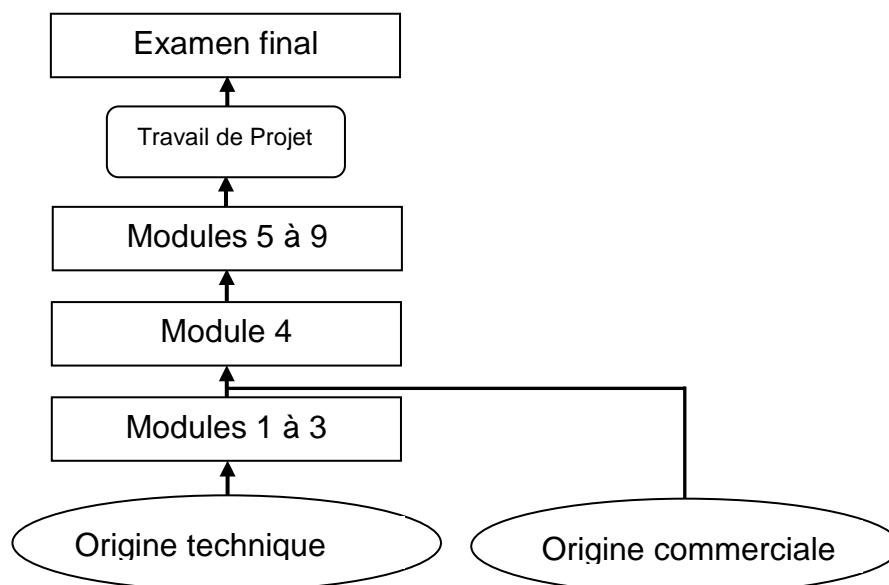


# Module 5

## Marketing et commerce



## Module 5 – Marketing et commerce

### 2.1. Identification du module

Conditions préalables:	Qualification professionnelle reconnue ou équivalent
Compétences:	Les candidats savent élaborer des stratégies marketing dans différentes zones d'activité et appliquer diverses méthodes de prospection et de vente.
Attestation de compétence:	Examen écrit (classique, choix multiples, étude de cas, projet)
Niveau:	Examen professionnel avec brevet fédéral
Objectifs pédagogiques:	<p>Les candidats</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- connaissent les principes du marketing et savent citer les objectifs et le but d'une étude de la clientèle</li> <li>- peuvent citer les applications du Marketing-Mix</li> <li>- connaissent les méthodes publicitaires les plus pertinentes pour un garage</li> <li>- savent définir les mesures de promotion commerciale</li> <li>- connaissent l'importance de la prospection des marchés</li> <li>- connaissent les applications de la psychologie de la vente et peuvent expliquer l'importance des méthodes de vente</li> <li>- peuvent nommer et appliquer les différentes règles de communications</li> </ul>
Reconnaissance:	Sur présentation de l'attestation de compétence, les participants reçoivent un certificat. Le certificat représente une certification partielle pour l'examen de conseiller de service à la clientèle avec brevet fédéral.
Délai:	7 ans
Examen de module:	<p>Forme: épreuve écrite</p> <p>Durée: 100 minutes</p> <p>Pour réussir l'examen, il faut obtenir 80% des points.</p>

## 2.2 Identification de l'organisateur

Organisateur:	UPSA, Union professionnelle suisse de l'automobile, Mittelstrasse 32, 3012 Berne, Tél.: 031/307 15 15, Fax: 031/307 15 16
Organisation de la formation:	cours à la journée, cours à la semaine, cours du soir
Contenu:	annexe
Durée de la formation:	42 heures
Validité:	5 ans
Remarques:	aucune

## ANNEXE

### 5. MARKETING ET COMMERCE

#### 5.1 Principes du marketing

- Connaître les objectifs et les fonctions du marketing
- Citer le contenu d'un concept marketing
- Connaître les comportements de concurrence sur le marché
- Connaître les tenants et les aboutissants d'une étude de la clientèle

#### 5.2 Marketing-Mix

##### 5.2.1 Prestation commerciale

- Définir les termes conception du produit, composition de l'assortiment, politique des marques
- Expliquer l'importance des prestations complémentaires pour un garage, comme par exemple le service à la clientèle, les prestations de service et les garanties

##### 5.2.2 Politique des prix

- Expliquer le rapport prix/service
- Expliquer les avantages et les risques de l'octroi de rabais
- Expliquer l'influence de la marge et du bénéfice sur le chiffre d'affaires

##### 5.2.3 Promotion

- Citer les méthodes publicitaires possibles et leurs utilisations dans les garages
- Exprimer le contenu et le texte d'une annonce publicitaire pour un garage
- Expliquer les mesures de promotion déployées par le service externe ou dans le garage, telles que les actions directes, les expositions, les prospectus, le matériel Point of sales, les activités de relations publiques

#### 5.3 Prospection des marchés

- Citer l'importance de la prospection des marchés et les méthodes employées
- Expliquer le contenu et les applications d'une prospection des marchés dans un garage

#### 5.4 Vente

##### 5.4.1 Psychologie de la vente

##### 5.4.2 Généralités

- Expliquer l'importance de la méthodologie de la vente

##### 5.4.3 Analyse transactionnelle

- Expliquer les états du moi
- Citer les avantages et les inconvénients des instances du moi
- Expliquer les quatre stimulations de base
- Justifier, à l'aide des stimulations de base, les comportements à l'égard du client
- Reconnaître et expliquer les processus décisionnels personnels

#### **5.4.4 Communication**

- Reconnaître les types de transaction
- Citer et utiliser les règles de communication
- Connaître et appliquer les transactions de désescalade des conflits
- Citer les attitudes positives et négatives

### **5.5 Méthodologie de vente**

#### **5.5.1 Généralités**

- Connaître et suivre le déroulement théorique d'une vente
- Citer les caractéristiques principales d'un conseiller à la clientèle
- Citer les « outils » du conseiller à la clientèle

#### **5.5.2 Préparation**

- Expliquer la préparation d'une vente

#### **5.5.3 Prospection**

- Connaître et appliquer les méthodes de prospection

#### **5.5.4 Ouverture**

- Enumérer les questions nécessaires après l'accueil

#### **5.5.5 Information**

- Justifier les avantages de l'écoute active
- Cibler les besoins de la clientèle

#### **5.5.6 Motivation**

- Citer les possibilités de répondre aux besoins de la clientèle
- Expliquer la présentation d'un produit
- Expliquer l'état du véhicule à présenter
- Expliquer l'utilité de l'essai sur route (atelier)

#### **5.5.7 Echange**

- Justifier les conditions d'échange d'un véhicule

#### **5.5.8 Rabais**

- Expliquer le comportement à adopter face à une demande de rabais
- Expliquer les incidences d'une politique de rabais excessive

#### **5.5.9 Conclusion**

- Repérer le signal d'achat
- Expliquer les techniques de conclusion d'une vente

#### **5.5.10 Livraison**

- Définir la livraison
- Expliquer les modalités de la garantie et les conditions de dédommagement
- Expliquer la remise des documents du véhicule et des guides et notices d'utilisation (p. ex. autoradio, Natel, etc.)

### **5.5.11 Suivi**

- Justifier l'importance du suivi de la clientèle
- Expliquer les possibilités de suivi

### **5.5.12 Conseil**

- Justifier l'importance du conseil à la clientèle
- Expliquer les possibilités de conseil à la clientèle

Berne, 28.06.2010 // JF/phl

G:\AWB\NICHT\_ARCHIVIEREN\Vorgabedoku-HBB\KDB\KDB-Module ab 2010\FRE\06.2010 KDB-Modul 5\_FRE.DOC