

I. **Lecture attentive du sujet** pour bien établir votre « rôle » et votre objectif

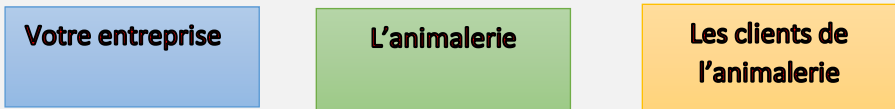
II. **Lecture attentive des documents** en surlignant les éléments importants et en liens avec le sujet.

Etude de cas

Exemple Vous êtes représentant(e) pour une société qui fournit du matériel, des produits ou accessoires aux animaleries. Vous avez pris rendez-vous avec un responsable animalier pour qu'il achète une gamme de vos produits.

Vous allez expliquer à votre direction le déroulement et les enjeux de ce rendez-vous.

- **Choix du magasin** : Choisissez un magasin qui a une politique commerciale, une clientèle et même une situation géographique en liens avec vos produits.
- Pourquoi ce magasin : vous l'avez visité avant, vous avez remarqué un (ou des) atout pour vos produits, sa clientèle correspond a votre cible, c'est une grande enseigne bien représenté en France, notoriété, pourquoi cette situation géographique (CSP et concurrents),
- **1^{er} contact avec le magasin**= Comment j'ai obtenu mon rendez-vous (téléphone, mail ??) le magasin a-t-il reçu des informations publicitaire, un tarif ou des échantillons ?? jours du rendez-vous, pourquoi ??).
- **Préparer son rendez-vous avec le magasin** : Qu'est-ce que j'amène (dépliant, échantillons, articles des médiats, un tarif, une implantation type en linéaire, un devis ou facture proforma , outils d'aide à la vente, une carte de visite, un pc
- **Expliquez le déroulement du rendez-vous : Ne pas oublier les 3 acteurs**



- **Pensez à la méthode 4P** lors de votre oral et pour la présentation du Produit – Place- Prix -Promotion



Déroulement de l'entretien

- **Historique rapide de l'entreprise** avec les points marquants (Pourquoi cela va intéresser l'animalerie cible).

Exemple = Notre nouvelle gamme bio pour chat va certainement intéresser le magasin Botanic de Paris car le développement durable est important pour la politique commerciale de cette enseigne. De plus, la clientèle parisienne est le plus gros marche pour les produits bio.

- **Présentation du ou des produits avec argumentaire techniques** (qui répondent aux besoins de l'animalerie ou du marché)

- **Présentation argumentaire commerciale** : où et comment placer les produits dans l'animalerie, proforma, quantité pour la première commande, marge, franco, délais de livraison, offres spéciales régulières, reprises des invendues, délais de paiement.

- **Si accord d'achat**, anticiper le lancement du produits : animation commerciales (quoi –ou – comment- combien de temps), formation vendeur (qui –ou-comment), outils d'aide à la vente (SONCAS CAP), offre spéciale (2 achetés = 1 offerts, satisfait ou remboursé).

- **Communication** du produit pour l'animalerie ou comment faire connaitre ce produits aux clients. (PLV-ILV, médiat, réseau sociaux, site internet).

- **Anticiper un mauvais lancement** : que faire si ça ne se vend pas bien d'ici quelque temps= nouvelle animation, offre spéciale, échantillons

Faire un plan d'action peut être utile. (Exemple ci-dessous)

