



ENTREPRENEURSHIP

PLAN DE COURS - LA VENTE ET LE COMMERCE DE DÉTAIL VNTE 1283

Préalable : Le marketing

Description sommaire

Le cours a pour but de familiariser l'étudiant aux étapes du processus de vente. Il pourra reconnaître l'importance de la gestion de la force de vente dans un commerce de détail. Les méthodes de fixation des prix et leurs répercussions sur les autres variables du marketing mix et sur l'image de l'entreprise seront abordées. L'évaluation de l'importance du commerce de détail dans l'économie, les pratiques actuelles ainsi que les tendances futures dans ce secteur seront traitées. Enfin, l'étudiant verra les concepts de localisation et d'aménagement des commerces de détail, de marchandisage, de franchisage et de la planification de la marchandise.

Déroulement

Ce cours est divisé en 8 modules. Il a pour but de vous familiariser avec les fondements du processus de vente dans le contexte particulier d'un commerce de détail (magasin, boutique, etc.). À l'inverse, il vise aussi à vous accoutumer au processus d'achat d'une entreprise, non seulement sous l'angle du responsable de l'approvisionnement de cette dernière, mais aussi du point de vue du représentant-vendeur du fournisseur qui veut faire affaires avec cette entreprise.

Objectifs généraux

- Connaître les différentes étapes du processus de vente
- Comprendre l'importance d'une gestion adéquate de la force de vente
- Connaître les diverses méthodes de fixation des prix et les facteurs à considérer
- Comprendre l'importance du commerce de détail dans l'économie
- Comprendre l'importance des aspects stratégiques de la localisation et de l'aménagement des commerces de détail
- Saisir les fondements de l'achat, de la gestion et de la manutention de la marchandise
- Connaître les diverses techniques de base du marchandisage
- Comprendre les principes élémentaires du franchisage.

Objectifs spécifiques

- Distinguer les activités commerciales qui constituent des ventes au détail de celles qui n'en sont pas.

- Énumérer, en les décrivant brièvement, les diverses catégorisations qui sont généralement appliquées au secteur du commerce de détail.
- Expliquer globalement pourquoi le commerce de détail est à la fois une cause et une conséquence fondamentale de la bonne (ou mauvaise) santé d'une économie.
- Démontrer, en vous servant d'au moins une demi-douzaine de données statistiques récentes, le poids relatif du commerce de détail au Canada en général et au Nouveau-Brunswick en particulier.
- Citer, en les expliquant sommairement, au moins trois transformations structurelles qui ont marqué profondément le secteur du commerce de détail au cours de la dernière décennie.
- Définir non seulement ce qu'est une vente mais aussi ce qu'est une vente réussie et mutuellement satisfaisante pour les deux parties.
- Énumérez, en les décrivant brièvement, au moins une demi-douzaine de tâches qui monopolisent de façon typique l'emploi du temps d'un représentant professionnel, peu importe son champ d'activité.
- Énumérez, en les décrivant brièvement, au moins trois responsabilités qu'impose à un représentant le contexte particulier d'un magasin de vente au détail.
- Décrire au moins une demi-douzaine des principales conditions de travail, négatives et positives, que doit généralement vivre un représentant dans l'industrie de la vente au détail.
- Décrire dans l'ordre, en expliquant sommairement leur raison d'être, les cinq étapes d'un processus de vente efficace et crédible dans le milieu du commerce de détail.
- Énumérer, en les expliquant brièvement, au moins une dizaine de règles d'or à respecter (directives pratiques à suivre) pour connaître du succès dans la vente au détail.
- Illustrer l'évolution rapide du commerce électronique au Canada en situant notamment la capacité d'adaptation des Canadiens vis-à-vis les nouvelles technologies.
- Énumérez, en les expliquant brièvement, trois moyens à prendre par le commerçant afin que son site web confère une réelle valeur ajoutée à ses activités de vente au détail.
- Énumérer, en les décrivant brièvement, les cinq étapes typiques du processus d'approvisionnement en biens ou services d'une entreprise ou organisation cliente.
- Expliquer sommairement en quoi le nombre et la nature des personnes à convaincre dans l'entreprise affecte ou complique le travail du représentant.
- Expliquer ce qu'est un représentant attiré et en quoi sa stratégie de vente est différente de celles de ses concurrents «non attirés».
- Énumérer, en les décrivant brièvement, les trois situations typiques qui peuvent engendrer la démarche d'achat de l'entreprise.
- Énumérer, en les décrivant brièvement, les quatre facteurs rationnels qui influencent le plus souvent l'entreprise dans sa décision d'achat.
- Donner quelques exemples de facteurs non rationnels qui affectent inévitablement les décisions d'achat de l'organisation.

- Énumérer, en les expliquant brièvement, trois difficultés majeures qui posent fréquemment problème quant au choix d'un emplacement commercial judicieux et bien situé.
- Expliquer sommairement comment un détaillant peut s'y prendre pour identifier, diviser, évaluer et choisir adéquatement son marché-cible.
- Expliquer sommairement comment un détaillant peut s'y prendre pour identifier, diviser, évaluer et choisir adéquatement la zone commerciale à cibler.
- Expliquer sommairement comment un détaillant peut s'y prendre pour identifier, diviser, évaluer et choisir adéquatement le site précis où il établira son commerce.
- Expliquer et de faire les liens appropriés entre les raisons pratiques qui sont à la base du succès commercial de la région du Grand Moncton et les principes fondamentaux de la localisation pour un commerce de détail.
- Définir l'activité de marchandisage en spécifiant les deux paramètres de base sur laquelle elle repose ainsi que les trois rôles fondamentaux qu'elle poursuit.
- Expliquer sommairement comment, d'un point de vue physiologique, un consommateur en arrive à choisir et à décider d'acheter (de façon impulsive la plupart du temps) ce qu'il voit en magasin.
- Expliquer sommairement pourquoi les gens ont peur du changement et en quoi leur résistance chronique à ce dernier a des implications pour un détaillant.
- Illustrer l'importance du fonctionnement naturel des yeux en donnant au moins cinq exemples d'impacts directs, pour un détaillant, de la façon particulière avec laquelle ses clients utilisent leur vision.
- Expliquer l'inconvénient particulier du regard horizontal d'un client et la façon, pour le détaillant, de contourner ce désavantage.
- Expliquer les limites du champ de vision vertical d'un client et les façons, pour le détaillant, d'en tenir compte.
- Décrire brièvement, en soulignant leur avantage particulier, au moins une demi-douzaine de types d'étalage (c'est-à-dire de façons distinctes d'exposer la marchandise).
- Expliquer comment le détaillant peut vérifier si la localisation d'un produit ainsi que l'espace qu'il lui accorde sont réellement appropriés et, si cela n'est pas le cas, comment il peut corriger la situation afin de stimuler ses ventes encore davantage.
- Expliquer l'impact, pour le détaillant, d'au moins trois réflexes naturels qu'ont inconsciemment les gens lorsqu'ils entrent et se déplacent (circulent) en magasin.
- Décrire les deux principaux types d'aménagement des allées et du mobilier dans un commerce de détail, en soulignant notamment leurs avantages et désavantages respectifs en termes de liberté et de vitesse de circulation de la clientèle.
- Énumérer au moins trois moyens par lesquels le détaillant peut influencer la vitesse avec laquelle les clients se déplacent en magasin.
- Expliquer pourquoi il est tellement important de créer une atmosphère à la fois originale et appropriée dans un magasin.
- Énumérez au moins une demi-douzaine de facteurs d'ambiance, en expliquant comment ils peuvent contribuer positivement au succès d'un commerce.

- Expliquer le rôle fondamental de la vitrine et de l'enseigne d'un commerce.
- Énumérer au moins cinq consignes à appliquer absolument dans la conception de vitrines efficaces.
- Expliquer en quoi un emplacement approprié des portes d'entrée-sortie et des caisses enregistreuses est capital pour un commerce.
- Énumérer, en les expliquant brièvement, quelques implications importantes du fait qu'un commerce n'est pas seulement un lieu de vente mais aussi un lieu d'entreposage et de manutention ainsi qu'un milieu de vie pour ceux qui y travaillent.
- Expliquer en quoi l'avènement d'Internet est en train d'avoir un impact majeur sur la façon de magasiner des gens et, donc, sur l'aménagement intérieur des commerces.
- Expliquer brièvement en quoi la profession d'approvisionneur est à la fois si importante et si peu populaire en milieu d'entreprise.
- Énumérer, en les expliquant sommairement, au moins trois qualités fondamentalement requises chez un responsable des achats (approvisionneur).
- Énumérer, en décrivant brièvement les tâches qu'elles impliquent, les quatre étapes du processus d'approvisionnement (d'achat) d'un magasin de détail.
- Énumérer au moins une demi-douzaine de critères sur lesquels les détaillants s'appuient généralement pour évaluer et sélectionner le meilleur fournisseur.
- Faire le lien entre la problématique du juste niveau des inventaires en magasin et le taux de rotation (ou de renouvellement) des stocks de ce dernier.
- Énumérer, en les expliquant brièvement, au moins cinq conséquences pour le détaillant d'un déséquilibre des stocks et d'une rotation inadéquate de ces derniers.
- Estimer un taux de rotation en évitant les trois pièges inhérents à ce genre de calcul.
- Expliquer l'impact des stocks (inventaires) sur la rentabilité d'un magasin.
- Énumérer, en les expliquant brièvement, au moins trois avantages, quant aux activités de manutention d'un grand réseau de détaillants, de concentrer l'approvisionnement en marchandises dans un entrepôt ou centre de distribution central.
- Expliquer brièvement en quoi il est important pour le détaillant de bien planifier, dès l'étape de conception de son magasin, une aire de réception adéquate et un circuit de déplacement optimal de la marchandise.
- Énumérer, en les décrivant brièvement, les quatre principales activités inhérentes à la réception et à la vérification des marchandises livrées au magasin.
- Expliquer l'impact de l'encodage et de la lecture optique sur le marquage des produits, de même que la nécessité de prendre des mesures de sécurité quant à l'activité d'étiquetage.
- Expliquer brièvement trois principes fondamentaux à respecter dans le cadre des activités d'entreposage de la marchandise en magasin.
- Différencier un réseau de franchises d'un réseau de succursales ainsi que d'un réseau d'entreprises affiliées.
- Énumérer, en les expliquant brièvement, au moins trois des principales obligations du franchisé d'une part, et du franchiseur d'autre part.

- Énumérer, en les expliquant brièvement, au moins trois avantages, pour le franchisé, d'exploiter son entreprise sous forme de franchise.
- Énumérer, en les expliquant brièvement, au moins trois désavantages, pour le franchisé, d'exploiter son entreprise sous forme de franchise.
- Expliquer comment un franchiseur peut s'enrichir à même les sources de revenus qu'il tire de son réseau de franchise.
- Énumérer, en les expliquant brièvement, au moins une demi-douzaine de clauses standards que l'on retrouve habituellement dans les contrats de franchisage.
- Énumérer, en les expliquant brièvement, les trois étapes fondamentales à suivre pour procéder intelligemment à l'achat d'une franchise.
- Expliquer pourquoi le recours à des «intermédiaires en courtage» n'est guère recommandé.

Évaluation sommative

Le seuil de réussite de ce cours est de 60 %.

Description Pondération

- Évaluation sommative 1 30 %
- Évaluation sommative 2 30 %
- Évaluation sommative 3 40 %