Ecole JAH INFORMATIQUE PLUS
"Établissement privé"
Lot. Al Houssna 2 N°697 Mhamid Marrakech
Tél : 05 24 37 16 19 Site Web : www.jahinformatique.com
Email : jah.informatique@gmail.com
Autorisation N°: 2/02/5/2008

Session Juillet 2024

UF 105 : Technique de Vente P1

Filière	:	**Gestion des Entreprises 1ère Année**	**Niveau**	:	**Technicien Spécialisé**
Durée	:	**1h**	**Coef. : 2**	**Date**	:

Partie Théorique (/20)

Exercice 1 : 5 pts (1 pt pour chaque bonne réponse)

En analysant les données suivantes, répondre par vrai ou faux sont considérés des vente :

1- Les ventes hors établissement
2- La vente en liquidation
3- Les ventes en soldes
.4- Le e-commerce ou le commerce électronique
.5- Les ventes aux enchères ou les ventes publiques

Exercice 2 : 15 pts :

Le métier de la vente ne s'improvise pas, mais implique au contraire une préparation rigoureuse de chaque étape qui compose le processus de vente. De la qualification d'un prospect au suivi d'un client en vue de le fidéliser, la performance d'un commercial ne laisse en effet pas de place au hasard.

Travail à faire :

1- **En général, la vente c'est quoi ? 5 pts**

2- **Pour réussir, quelles sont les techniques de vente que tout commercial doit connaître ? 5 pts**

3- **Pour aboutir à une relation commerciale de qualité, quelles sont les étapes qu'un commercial doit suivre pour une bonne négociation commerciale ? 5 pts**

Bonne Chance

Eléments de réponse UF 105 : Technique de Vente P1

Partie Théorique (/20

Réponse / Exercice 1 : 5 pts (1 pts pour chaque bonne réponse)

En analysant les données suivantes, répondre par vrai ou faux
sont considérés des vente ?

1- Les ventes hors établissement vrai

2- La vente en liquidation vrai

3- Les ventes en soldes vrai

.4- Le e-commerce ou le commerce électronique vrai

.5- Les ventes aux enchères ou les ventes publiques vrai

Réponse / Exercice 2 : 15 pts :

Travail à faire :

1- En général, la vente c'est quoi ?

On parle donc de vente lorsqu'un vendeur, personne ayant la propriété d'un bien qu'il souhaite mettre à la vente, cède son bien à un acheteur, l'acquéreur de ce bien, en échange d'une contrepartie, dans la majorité des cas une somme d'argent. Cette dernière représente par ailleurs la valeur estimée du bien vendu, appelée prix de vente.

2- Pour réussir, quelles sont les techniques de vente que tout commercial doit connaître ?

1- L'écoute active : vendre mieux pour fidéliser. ...
2-convertir le prospect en client. ...
3- comprendre les motivations du client. ...
4- construire un argumentaire de **vente**. ...
5- capter l'attention pour mieux persuader.

3- Pour aboutir à une relation commerciale de qualité, quelles sont les étapes qu'un commercial doit suivre pour une bonne négociation commerciale ?.

Pour aboutir à une relation commerciale de qualité, un commercial doit franchir 7 étapes de la vente.

1- La prise de contact. ...
2- Analyser les besoins de son client. ...
3- L'argumentaire. ...
4- La reformulation des objections commerciales. ...
5- L'étape de la négociation. ...
6- Conclure la vente. ...
7- Le maintien de la relation commerciale.

Ecole JAH INFORMATIQUE PLUS
"Établissement privé"
Lot. Al Houssna 2 N°697 Mhamid Marrakech
Tél : 05 24 37 16 19 Site Web : www.jahinformatique.com
Email : jah.informatique@gmail.com
Autorisation N°: 2/02/5/2008

Session Juillet 2024

UF 105 : Technique de Vente P1

Filière	:	**Gestion des Entreprises 1ère Année**	**Niveau**	:	**Technicien Spécialisé**
Durée	:	**1h** **Coef. : 2**	**Date**	:	

Partie Pratique (/20)

EXERCICE : 20 pts

ETUDE DE MARCHE

Dossier 1 : 12 pts

Une fois que l'entrepreneur dispose d'une idée d'activité pour démarrer une entreprise, il devra **s'assurer que le marché sur lequel il souhaite se lancer réponde à ses attentes**. Pour cela, **il est nécessaire de réaliser une étude de marché**. Cette étape peut être réalisée entièrement par l'entrepreneur lui-même mais il est également possible de se faire assister, en tout ou partie, par un professionnel spécialisé en la matière. Dans le cadre de la réalisation d'une étude de marché pour un projet de création d'entreprise, il faudra commencer pour **analyser avec précision le marché visé**.

Le porteur de projet doit **définir et caractériser le marché sur lequel l'entreprise va évoluer** : les caractéristiques, les évolutions et les tendances, la concurrence.

Travail à faire :

Dans le but 'obtenir le maximum d'informations sur le secteur d'activité concerné et d'analyser l'offre et la demande : On vous demande de nous dire :

a- **Comment obtenir le maximum d'informations sur le secteur d'activité concerné ? (6 pts)**

b- **Comment procéder à l'analyse de l'offre et la demande (6 pts)**

Dossier 2 : 8 pts

Les différents types d'étude de marché

Deux grandes approches existent pour la réalisation d'une étude de marché : **l'approche quantitative et l'approche qualitative.**

Travail à faire :

On vous demande de distinguer entre :

a- **Etude quantitative (4 pts)**

b- **Etude qualitative (4 pts)**

Eléments de réponse UF 105 : Technique de Vente P1

Partie Pratique (/20

Réponse / Exercice : 20 pts

Dossier 1 :

Dans le but 'obtenir le maximum d'informations sur le secteur d'activité concerné et d'analyser l'offre et la demande : On vous demande de nous dire :

b- Comment obtenir le maximum d'informations sur le secteur d'activité concerné ?

Concernant le secteur et sa réglementation

- Quelle est la règlementation applicable à ce secteur d'activité ? Y-a-t-il des dispositions fiscales spécifiques ?
- Comment se porte le marché et quelles sont ses perspectives d'avenir ?
- Quelles sont les dernières innovations dans ce secteur ?
- Le marché est-il régulier ou existe-t-il des saisonnalités ?

b- Comment procéder à l'analyser l'offre et la demande

Concernant la demande

- Quelles sont les caractéristiques de la clientèle visée ? (zone géographique, habitude de consommation, revenus, âge de la population…) ;
- Quels sont les besoins de la population et leur motivation pour acheter ?
- Quelles sont leurs préférences ? Que pensent-ils de l'offre proposée par les concurrents ? Qu'est-ce qui pourrait être amélioré ? (Ces questions sont importantes car elles peuvent vous permettre de vous démarquer de vos futurs concurrents) ;

Concernant l'offre

- Quels sont les produits existants sur le marché ?
- Qui sont mes principaux concurrents ? (taille de l'entreprise, chiffre d'affaires, implantation géographique…)
- Comment se portent mes principaux concurrents ? (politique commerciale, organisation de la distribution, clientèle visée…)

Dossier 2 :

L'étude de marché quantitative

L'étude de marché quantitative est essentiellement basée sur des statistiques, des chiffres clés, à propos d'un marché, d'une branche d'activité, d'un secteur. Les informations obtenues seront globales.

Il s'agira, à travers cette technique d'étude de marché, de quantifier et de mesurer des informations. Le problème est que ce large panel risque de ne pas être suffisamment précis, contrairement à une étude qualitative.

L'étude de marché qualitative

L'étude de marché qualitative est beaucoup plus réduite que l'étude quantitative mais sera beaucoup plus approfondie.

L'objectif est ici de réduire l'échantillon interrogé mais **d'augmenter le nombre d'informations collectées.** On cherchera à en savoir d'avantage sur le comportement des consommateurs, ce qu'ils recherchent en priorité, ce qu'ils apprécient ou n'apprécient pas, les améliorations qu'il aimeraient trouver sur tel produit ou service…

L'étude qualitative peut donc être assimilée à une exploration en profondeur de la demande qui permettra d'obtenir beaucoup d'informations. En contrepartie, l'échantillon est relativement faible et donc moins représentatif qu'une étude quantitative.

En définitive, l'idéal est de coupler une étude quantitative par une étude qualitative, mais cela nécessitera d'y consacrer plus de temps et/ou plus d'argent