

2025

Procédure de qualification

**Assistante du commerce de détail AFP /
Assistant du commerce de détail AFP**

Position 1 : Série 1**DCO A****Gestion des relations avec les clients****oral**

Instructions pour la présentation**Situation de départ : Achat d'une machine à café**

Vous êtes un(e) apprenti(e) ACD dans un grand magasin. Votre magasin propose des articles ménagers. Vous êtes au rayon électroménager et vous êtes sur le point de vendre une machine à café qui fonctionne avec des capsules à un client d'une trentaine d'années, qui est pour la première fois dans votre magasin et qui n'avait pas de machine à café avec des capsules auparavant.

Tâches

- **Expliquez** votre comportement lors de l'accueil de ce client
- **Expliquez** votre comportement lors de la phase de recherche des besoins de ce client
- **Expliquez** votre comportement lors de la phase de conclusion de cette vente
- **Imaginez** une proposition de storytelling que vous pourriez utiliser dans le cadre de cette vente.

Remarques

Pensez aussi, si possible, à une situation avec laquelle vous avez déjà eu du succès. Présentez votre solution de manière compréhensible et correcte sur le plan linguistique. Maintenez le contact visuel et faites attention à votre gestuelle et à vos mimiques pendant la présentation.

Évaluations

Votre performance sera évaluée selon la question principale suivante :

- L'apprenti(e) présente-t-il/elle des solutions adaptées à la demande d'un client ?
- L'apprentie(e) applique-t-il/elle les principaux éléments du storytelling ?

Cadre temporel

5 min. de préparation

5 min. de présentation

Solutions types

- Une solution profonde doit être valorisée de la même manière que plusieurs solutions superficielles. La qualité vaut plus que la quantité.
- L'élève ne doit pas faire un jeu de rôle mais présenter ses solutions.
- Le/la candidat(e) peut également appliquer le storytelling à sa propre branche, mais doit conserver le type de client.

Toutes les réponses correctes et jugées équivalentes à celles-ci-dessous sont acceptées. Il s'agit ici de réponses attendues, mais qui ne sont évidemment pas les seules.

Éléments demandés <i>D'autres solutions sont également possibles et peuvent être discutées au sein du groupe d'experts</i>	Espace pour noter les éléments manquants
<p>Phase d'accueil : Je vais aller vers le client en souriant, je le salue en disant « Bonjour Monsieur » et en lui montrant que je suis là pour lui.</p> <p>Phase analyse des besoins : Je vais poser beaucoup de questions ouvertes ou fermées pour avoir une idée plus précise de ce que veut le client. Par exemple :</p> <ul style="list-style-type: none"> - « Quelles sont vos attentes avec cette machine à café ? » - « Possédez-vous une machine actuellement ? » - « Pour quelles raisons souhaitez-vous changer de machine ? » <p>Phase de conclusion : Je vais conforter le client dans son choix.</p> <p>Je remercie le client pour son achat.</p> <p>Je peux lui proposer de revenir pour acheter des capsules et tester de nouvelles saveurs. Il pourra ainsi me donner un feedback sur ce qu'il pense de la nouvelle machine.</p> <p>Je peux lui proposer le système de fidélité du magasin.</p> <p>Je peux de savoir s'il souhaite être livré ou si un sac lui suffit pour prendre la machine ainsi que de proposer tous les moyens de paiement possibles.</p> <p>Je dis au revoir au client, si possible avec son nom de famille.</p>	

<p>Storytelling</p> <p><i>D'autres solutions sont également possibles et peuvent être discutées au sein du groupe d'experts</i></p>	<p>Espace pour noter les éléments manquants</p>
<p>Le storytelling de la personne candidate doit couvrir les points suivants :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Adapté au groupe cible : client dans la trentaine, première fois dans le magasin, n'avait pas encore de machine à café avec capsules. 2. Emotions de votre groupe cible: première fois dans le magasin & première machine à capsules – le/la professionnel/le doit rassurer. 3. Une histoire vraie, authentique, riche en détails avec des clients, des employés ou des partenaires dans le rôle du héros. 4. Ne pas négliger les faits et les chiffres pour garantir la crédibilité. <p>« Ma tante possède également cette machine chez elle. Avec une pression de 19 bars, la machine fait en sorte que chaque capsule libère tout son arôme, presque comme dans un café. Mais savez-vous ce qui l'a le plus enthousiasmée ? La possibilité d'utiliser des capsules fabriquées à partir de matériaux biodégradables, sans pour autant renoncer à un goût unique. »</p> <p>« Cette machine à café est garantie 6 ans, ce qui est très rare. Pour ce type de produits, l'expérience nous prouve que les problèmes éventuels arrivent lors des trois premières années. La garantie que propose cette marque prouve donc la solidité de cette machine ».</p> <p>« Le café que nous proposons est issu du commerce équitable. Cela signifie que le respect de l'environnement est garanti sur l'ensemble de la chaîne commerciale. Nous connaissons même les entreprises qui produisent ce café et nous pouvons par exemple affirmer que les conditions des travailleurs sont bonnes et respectueuses. Notre responsable a eu la chance de se rendre sur place pour passer une journée avec les employés sur site et il nous a affirmé que tout était respecté sur place ».</p>	