

2025

Procédure de qualification

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

Position 1 : Série 5

DCO A

Gestion des relations avec les clients

oral

Instructions pour la présentation

Situation de départ : Achat d'une veste de pluie

Vous êtes un(e) apprenti(e) ACD dans un magasin spécialisé de sport et vous travaillez actuellement dans le rayon des vêtements. Monsieur Rey, un client régulier de 50 ans, toujours bien informé, aimerait une nouvelle veste de pluie imperméables pour faire des randonnées en montagne.

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 avec le sourire et la saluer en disant « Bonjour Monsieur Rey » en lui montrant que je le reconnais.</p> <p>Je m'enquiers de la satisfaction de son dernier achat</p> <p>Je vais également faire attention à être clair dans mes propos, car le client est bien informé sur les produits.</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"> • « <i>Faites-vous fréquemment des randonnées ?</i> ». • « <i>Possédez-vous actuellement une veste imperméable ?</i> » • « <i>Si oui, quel modèle ?</i> » <p>Je vais également faire preuve d'écoute active et reformuler pour m'assurer d'avoir bien compris leurs besoins.</p> <p>Phase de conclusion : Je valorise l'achat, par exemple en disant que cette veste est conçue dans un tissu très résistant ou technique.</p> <p>Je peux également mettre en avant la qualité des produits de cette marque.</p> <p>Je dois également gérer l'encaissement et proposer tous les éléments en lien avec la fidélisation à notre magasin (la carte de fidélité par exemple).</p>	

<p>Prendre congé en utilisant le nom de famille du client.</p> <p>Je lui propose de revenir dans le magasin pour nous donner ses impressions sur les produits achetés.</p> <p>Je propose tous les moyens de paiement possibles.</p>	
---	--

<p>Storytelling</p> <p><i>D'autres solutions sont également possibles et peuvent être discutées au sein du groupe d'experts</i></p>	Espace pour noter les éléments manquants
<p>Le storytelling de la personne candidate doit couvrir les points suivants :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Adapté au groupe cible : Un homme d'environ 50 ans, bien informé 2. Emotions de votre groupe cible: Est un expert, a besoin des faits et des chiffres 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>« Nous avons quelques nouveaux modèles qui pourraient vous intéresser. La série XYZ Pro est justement idéale pour les randonneurs expérimentés comme vous et élaboré par un ancien alpiniste français. »</p> <p>« Cette veste est dotée d'une membrane à trois couches qui vous protège des fortes pluies tout en évacuant la transpiration. Le matériau est exempt de PFC et donc respectueux de l'environnement. De plus, elle a une colonne d'eau de 20.000 mm - ce qui signifie que vous resterez parfaitement au sec, même en cas de forte pluie. Le club de montagne de notre région a équipé tous ses membres de cette veste. »</p> <p>« La capuche réglable s'adapte également par-dessus un casque lors de l'escalade, les fermetures éclair sont entièrement imperméables et les ouvertures de ventilation sous les bras assurent une respirabilité supplémentaire. Et surtout, elle ne pèse que 320 grammes, ce qui est parfait pour les longues randonnées en montagne. C'est la raison pour laquelle vous verrez cette veste principalement chez les coureurs de l'UTMB ».</p>	