

Fiche Produit

Créer ses fiches Produits pour l'examen VCM

Durant l'épreuve du titre professionnel de Vendeur Conseil Magasin, vous devrez présenter 12 fiches produits, dont 3 pour des ventes complémentaires. Il vous faut donc sélectionner soigneusement des produits que vous vendez et que vous connaissez TRES bien, afin de créer ses fiches.

L'intérêt d'une bonne fiche produit

Lors de l'oral de vente, qui dure 15 min, vous vous servirez de ces fiches comme produits de vente. Etant dans des conditions d'examen et non en magasin, il faudra faire preuve d'imagination et vous savoir projeter sur votre lieu de travail. Le but est de créer une réelle expérience d'achat en magasin, pour le jury qui sera votre client, et pour vous en tant que vendeur.

Vos fiches seront donc représentatives de vos articles en vente. Donc il ne faut pas les négliger. Avec les bonnes informations, elles seront un atout pour votre vente dans votre argumentaire.

La Partie Technique

- Présentation de la gamme de produits (relative aux produits ou à la ligne de produits en relation avec la promotion – animation) avec vos 12 fiches
- **Fiche produit** : la partie « Argumentaire » doit être structuré (technique de la méthode CAP) et l'argumentation rédigée : vous devez donc faire des phrases. L'idéal est de considérer que vous parlez au client !

PLAN DE LA FICHE PRODUIT

Vous devez garder les rubriques ... comme par exemple « désignation : manteau »

IDENTIFICATION DU PRODUIT

- Désignation :
- Marque
 - Modèle ou référence (numéro accepté)
 - Autres caractéristiques d'identification

CARACTÉRISTIQUES TECHNIQUES

- Description et/ ou utilisation (lister les éléments descriptifs sous forme de tirets : en préciser au moins trois)
- Couleur du produit (ou du conditionnement)
- Composition
- Taille ou dimension ou pointure ou poids
- Conditions de stockage, de conservation, d'entretien, (pour les vêtements, symboles + signification)

CARACTÉRISTIQUES COMMERCIALES

- Prix de l'article
- S.A.V. / garantie
- Vente additionnelle
- Présentation marchande du produit (**place du produit dans le magasin au moment de la PFE, meuble de présentation utilisé et niveau de présentation**)

Conseil : Faites apparaître vos arguments en les mettant en gras...

La fiche produit doit tenir sur une seule page, pour plus de simplicité et une meilleure lecture.

Pour vous aider, voici un cours de vente trouver sur internet qui vous enseigne la gamme de produit. Il y a beaucoup d'exemple de caractéristiques, d'objectifs commerciaux, de communication, ... Consultez-le pour revoir votre vocabulaire professionnel, et compléter vos fiches avec plus de précisions.

<http://www.lescoursdevente.fr/boite/produit.htm#44>

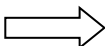
Exemples :

Composantes	Contenu
Caractéristiques physiques	Ce à quoi sert le produit
Identification	Nom du produit, codification
Packaging (conditionnement, emballage)	Enveloppes matérielles permettant d'assurer dans les meilleures conditions de sécurité la présentation, la manutention, le transport, le stockage et la conservation des produits
Qualité	Normes, labels, certifications
Étiquetage	
Marque	Logos, couleurs, nom
Valeur sociale	Image, prestige liés à l'achat et l'utilisation du produit
Garanties	Garantie légale (art. 1641 du code civil contre les vices cachés) et garantie conventionnelle (contrat d'adhésion entre acheteur et vendeur matérialisé par un bon de garantie)
Services associés	Après vente, assurance, garantie, installation, conseil...

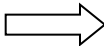
	Produits Banals: Achats fréquents et réguliers, consommation rapide		Produits anomaux: Achats moins fréquents, durée de consommation plus ou moins longues		
	Alimentaires	Autres	Non durables	Durables non techniques	Durables techniques
Exemples	Vins, Pâtes alimentaires, Fruits, légumes, produits laitiers	Savon, carburants, papeterie, tabac	Parfum, médicaments, nouveautés de mode	Meubles, livres, jouets, vêtements	Automobile, électroménager, Hi-fi, informatique
Motifs d'achat	Besoins quotidiens, Importance du prix, recherche de la qualité	Opinions et goûts personnels, habitudes, conseils d'achat	Spécifications, marque, origine	Goûts, mode, confort, besoin de paraître	Désir de progrès, facilité de vie, vanité, mode
Caractéristiques de l'achat	Achats immédiats (programmés ou par impulsion)	Achats immédiats	Achats rapides (par nécessité ou par impulsion)	Achat après réflexion, choix lent	Achat après une étude, recherche de réductions, réflexion longue, crédits, services

Matériau	Caractéristique de communication
Métal	Formes souvent standardisées dont l'impact visuel est, en général, assez faible, sauf en cas d'utilisation de couleurs vives pour attirer l'attention du consommateur (ex. : Coca-Cola) donne généralement une impression de qualité faible ou médiocre des produits évoque les conserves et les "soft drinks". <i>Autres caractéristiques:</i> Solide, étanche mais coût élevé.
Plastique	Formes et couleurs très diversifiées évoque plutôt des produits bon marché et de qualité faible ou moyenne devenu indissociable de certaines familles de produits (ex. : eaux minérales). <i>Autres caractéristiques:</i> Bon marché, étanche, léger mais difficilement recyclable.
Verre	Formes diversifiées par sa transparence, facilite la reconnaissance du produit et confère une image de grande qualité aux produits (évoque du naturel, de l'authentique). <i>Autres caractéristiques:</i> Fragile, lourd et cher
Carton	Couleurs et textes imprimés diversifiés à l'origine, évocateur d'une image plutôt "bon marché", les progrès techniques effectués lui ont permis de ne plus donner une impression de qualité médiocre aux produits est devenu indissociable de certaines familles de produits (lessives, café, sucre, cigarettes). <i>Autres caractéristiques:</i> Léger, de faible coût, résistant mais peu étanche.
Bois	Formes et couleurs limitées évocateur de grande qualité (artisanale), d'authenticité, de naturel; Il reste toutefois le matériau traditionnel pour certains produits (ex. : camembert, cigares). <i>Autres caractéristiques:</i> Solide, dégradable mais coûteux et difficile à travailler

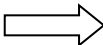
Six erreurs à éviter : pour vos fiches et lors de votre présentation PowerPoint

Erreur n°1 : les gens ont tendance à écrire sur leurs diapositives le moindre mot de ce qu'ils vont dire  Perte de l'attention du public

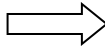
- Prévoir un maximum de 6 lignes de texte par diapositive
- Retenir en moyenne 6 mots par ligne
- Préférer les idées courtes

Erreur n°2 : il faut vérifier l'orthographe  Perte de crédibilité

- Relisez-vous, ou faites-vous relire
- Utilisez le correcteur orthographique

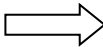
Erreur n°3 : il faut éviter l'usage excessif des puces  Les messages importants ne ressortent pas

- Ne mettre que les points clés en avant avec les puces

Erreur n°4 : bannir les mauvaises combinaisons de couleurs  Mauvaise lisibilité, distraction de l'auditoire

- Choisir des couleurs contrastées (arrière-plan et texte)

- Choisir des couleurs qui s'harmonisent entre elles (couleurs complémentaires)

Erreur n°5 : trop de diapos  Plus vous avez de diapos, moins vous parlez utilement

- Conserver uniquement les diapos utiles

Erreur n°6 : trop de données dans une diapo (schémas, diagrammes, ...) : l'information est noyée dans la masse. Le message ne passe pas

- Simplicité, sélectionner les informations indispensables

La police (taille et style)

- Préférer le gras pour mettre l'emphasis sur une idée
- Éviter le souligné
- Utiliser l'italique pour les citations ou les exemples
- Éviter les MAJUSCULES (sauf en début de ligne)
- Titre : 38 - 44 points
- Sous titre et texte : 24 - 32 points
- Uniformiser la taille de la police d'une diapositive à l'autre (cohérence)

Animer une présentation

93 % de la communication est non verbale (voix, langage du corps)

S'il fallait retenir 5 actions !

Il n'y a pas de baguette magique et, pourtant, en appliquant quelques trucs les résultats sont immédiats. Voici cinq actions à respecter pour renforcer l'impact de votre arrivée face à un interlocuteur ou face à un public (par public, pensez ici jury).

Le club des cinq :

- **Aller vers le public : avancer**
Ne pas tourner le dos à une partie du public
- **Geste d'ouverture : accueillir**
Les bras sont décontractés le long du corps. Les mains accompagnent les propos (pas de bras croisés ou placés derrière le dos)
- **Entrer en relation : regarder**
Maintenir le contact avec son auditoire
- **Posez-vous : expirer/souffler**
La voix doit être posée, audible. Attention de ne pas avoir un rythme trop rapide ... Respirez.
- **Faire plaisir : sourire**
Vous ferez d'emblée une impression positive



**"Nous n'avons pas deux
fois la chance de faire
une bonne première
impression"**

Proverbe publicitaire

Appliquez cette approche en cinq éléments. Dans l'ordre ou le désordre, à chacun de faire sa cuisine.

Ci-après, vous trouverez une trame de fiche produit avec le CAB et SONCASE, pour vous aider à réaliser les vôtres, ainsi que des exemples de fiches internet pour la vente, des exemples de candidats à retenir ou non. A vous de jouer et de créer des fiches à votre image !

LE BIGMAC



Prix QCR : 0,741 €

Caractéristique : Ses deux steaks hachés, son cheddar fondu, ses oignons, ses cornichons, son lit de salade et sa sauce inimitable

Conditionnement : Ce burger est conditionnée dans un boîte en carton a sa taille



Type de produit : Shampooing à l'huile d'argan

Prix : 6,80

Grammage : 250ml

Caractéristique produit : Nourris le cheveux
Protège le cheveux
Anti age

Composition : Huile d'argan
Kératine végétale

FICHE PRODUIT N 1



Nouille Netto 500 g

PRIX	Ingrédients	Analyse des ingrédients
0€92 prix au kilo 0€46 produit individuel	Semoule de blé dur de qualité supérieure. Traces éventuelles d'œufs	Sans huile de palme Végétalien Végétarien

Information nutritionnel

Informations nutritionnelles	Tel que vendu pour 100 g / 100 ml
Énergie (kJ)	?
Énergie (kcal)	354 kcal
Énergie	1 481 kJ (354 kcal)
Matières grasses / Lipides	1,8 g
Dont Acides gras saturés	0,3 g
Glucides	72,5 g
Dont Sucres	6,3 g
Protéines	10,8 g
Sel	0,01 g
Sodium	0,004 g



Tradition des Pins

AOC CRU SAINT-AMOUR

Ce vin gourmand, aromatique et séducteur représente la quintessence du gamay noir et du cru Saint-Amour.

• Terroir

Terroirs très riches et divers avec roches bleutée, granite, argile et calcaire.

• Cépages

Gamay noir à jus blanc.

• Vendanges, vinification et élevage

Type de récolte : Manuelle.

Méthode de vinification : E-grappée, semi-carbonique.

Durée : 20 jours de macération puis 12 mois d'élevage sur lies fines.

• Commentaires de dégustation

Robe : Robe d'un rubis intense à reflets violacés.

Nez : Intense et complexe. Groseilles et framboises se marient avec une touche d'herbes aromatiques (thym, romarin), de pivoine et d'épices douces.

Bouche : Une attaque toute en rondeur et en douceur dans un premier temps, puis le vin révèle son caractère croquant, puissant et structuré. Les arômes du nez se retrouvent dans un bouquet final éclatant et extrêmement persistant.

• Accords mets et vin

Notre Saint-Amour accompagnera avec bonheur la charcuterie, les viandes blanches (volailles, blanquette de veau) ainsi que les fromages affinés.

• Degré d'alcool

13.5% alc/vol.



UVC	EAN	Nbre UVC/ carton	Dimensions carton (LxIxH)	Palette (LxI)	Nbre cartons/ couche	Nbre couche/ palette	Cartons par palette
75cl		6	301x235x157	1200x1000	13	8	100



**Domaine
des Pins**

Domaine des Pins
120 rue de la Piat
71570 Saint-Amour-Bellevue FRANCE
Mobile: 06 61 77 32 94 - Mail: jdesonis@domainedespins.fr

GAMME DIABLES FIMM

POIGNÉES



À GARDE : Protection des mains contre les risques d'écrasement. Poignées montées à chaud : ne glissent pas !



FERMÉES : Les mains adoptent la position la plus confortable au fur et à mesure de la manutention.

TUBES

Ø25 mini - Ø28 ou Ø35 mm suivant les charges.
Peinture époxy fine structure mate, résistance au brouillard salin 1000 heures.

BANDAGE AU CHOIX

CAOUTCHOUC (CC) pour sols lisses.

PNEUMATIQUES (PN) pour sols accidentés.

INCREVABLES (INC) bandage souple increvable
CU maxi conseillée pour une ergonomie optimale 200 kg.

ETOILES pour le franchissement de trottoirs & escaliers.



ERGONOMIE

TABLIER

Support de pose de la charge transportée. Tablier droit & incurvé pour assurer le maintien de tous les types de charges : cartons, bacs, seaux, tonneaux, bouteilles...

BASCULEMENT ASSISTÉ

BREVET FIMM : SOULAGE LES EFFORTS DE L'OPÉRATEUR AU NIVEAU DE LA NUQUE, DES ÉPAULES ET DU DOS.

- Effort de basculement réduit de plus de 50%
- Equilibre optimisé de la charge
- Absorption des vibrations lors du roulage
- Dépose de la charge progressive



15 modèles



21 modèles

BAVETTES

FIXE : Chargement facilité par l'épaisseur de la bavette : adapté à tous types de charges.

REPLIABLE : destiné au maintien de charges volumineuses types électroménager.

MIXTE FIXE + REPLIABLE : la combinaison gagnante pour manutentionner tous les types de charges. La bavette repliable est maintenue fermée et ne gêne pas l'utilisation en bavette fixe simple.

LES + FIMM

ERGONOMIE

Brevet Basculement Assisté sur 36 modèles !
Optimisation du roulage grâce à notre système de montage des roues.

SÉCURITÉ

Diablos livrés montés, prêt à l'emploi.
Sangle de maintien livrée sur tous nos modèles escalier.
Poignées à garde montées à chaud.

ROBUSTESSE

Diamètre du tube adapté à la charge transportée.
Épingle du tablier permettant de répartir la charge et de maintenir les petits volumes.

SOLDES

★★★★★ 4 avis

**precisely, my brow -
crayon sourcils**
crayon à la mine ultra-fine
pour définir les sourcils

27,50 €

01

01 - blond clair



1

Achetez-moi

ESSAYER



N°1
MARQUE SOURCILS
DANS LE MONDE*

Bestseller

VOICI POURQUOI ON L'AIME

*L'illusion de sourcils
fourmis !*

WAOUH... en voilà des sourcils bien définis ! Ce crayon sourcils ultra-fin imite à la perfection les sourcils naturels et tient pendant 12 heures sans couler.* En quelques coups de crayon, cette formule à la couleur intense, mais estompable, transformera vos sourcils sans forme en arcs fournis et bien définis. Inclut notre guide de trucs et astuces signature.

- ♥ Formats disponibles : grand et mini
- ♥ Mine rétractable (pas besoin de taille-crayon)
- ♥ Brosse intégrée
- ♥ Crayon sourcils waterproof**

*Test instrumental sur 23 participantes

**Test instrumental sur 22 participantes

RÉCOMPENSÉ

precisely, my brow fait partie des produits qui ont contribué à faire de Benefit la **Marque Sourcils N°1 dans le monde !***

**Sur la base des ventes totales estimées des produits relatifs aux sourcils, entre Janvier 2017 et Juin 2018, aux USA, en Grande-Bretagne, Europe, Corée et Chine. Étude menée par Euromonitor.*

DÉTAILS

0,08 g (poids net)

[VOIR INGRÉDIENTS](#)





Photos de presse

Lampe Tetris

★★★★★ 4.2 35 évaluations »

✓ En Stock (10 pièces)

€39⁹⁵

1



Ajouter au panier

prix TTC, €6,50 port en sus

Prochain envoi à 16.50h,
livraison de 2-3 jours.



J'aime 1

Share

Pin it

Tweeter 0

Depuis son apparition au début des années quatre-vingts, Tetris est un des jeux d'ordinateur les plus connus. La symétrie, la stratégie, les pièces colorées, la vitesse : Tetris avait tout pour plaire au joueur exigeant. De nos jours, tout joueur qui se respecte trouve le jeu un peu monotone et simple. Pourtant, on revit volontiers ses souvenirs de jeunesse de ce jeu classique. Ceci est rendu possible avec cette lampe d'ambiance empilable.

Cette magnifique lampe de bureau rétro est composée de sept blocs Tetris indépendants qui peuvent être empilés selon des combinaisons infinies. Ils s'illuminent de manière magique quand ils sont mis les uns sur les autres et s'éteignent quand on les retire du tas.

Réalisez un grand éclairage d'ambiance rétro pour joueurs et non joueurs ou une lampe de chevet pour un enfant.

INFORMATION COMPLÉMENTAIRE

- 7 lampes de forme Tetris en différentes couleurs
- Elles s'illuminent quand elles entrent en contact
- Adaptateur avec raccordement au réseau livré
- Chaque bloc mesure 4 x 4 x 4 cm

Dimensions: 20cm(P) x 7cm(L) x 30cm(H)

RECOMMANDATIONS DE PRODUIT



Cours du 24/11/2020

Aurélié REY, Formatrice Vente