Nom : Boulanger (SA)
Adresse : zone commerciale Plan-de-Campagne, Cabriès (13)
Type d'UC : grande surface spécialisée (GSS)
Offre commerciale : électroménager et multimédia
Effectif : 35 salariés

Fondée en 1954, l'enseigne Boulanger est devenue en France le spécialiste de l'équipement électroménager et multimédia de la maison.
Les 10 000 collaborateurs s'engagent et innovent pour proposer plus de 25 000 références ainsi que des services associés, comme la livraison le lendemain, l'accompagnement 7 jours sur7, la mise en service ou le dépannage. Avec ses magasins, ses partenaires, ses comptoirs, son site Internet et son application mobile, Boulanger construit des parcours clients omnicanaux. Boulanger, c'est aussi cinq marques propres exclusives : Essentielb, Oglo#, Miogo, Skillkorp et Adeqwat, développées en interne pour proposer aux utilisateurs des équipements uniques, pratiques, performants et simples.

Votre rôle

Vous êtes assistant(e) manageur au rayon Informatique du magasin Boulanger Plan-de-Campagne, dans les Bouches-du-Rhône. L'unité commerciale a récemment recruté de nouveaux conseillers de vente, que vous devez former en leur proposant des outils d'aide à la vente, en leur fixant des objectifs et en contrôlant leurs résultats.

I Préparer la vente : connaître ses produits, ses clients, ses concurrents

Vous devez concevoir un petit livret que vous remettrez aux nouveaux conseillers de vente afin qu'ils puissent se familiariser avec les étapes de la vente, le réseau Boulanger, leur unité commerciale, les produits, les clients et les concurrents.

1. Rédigez l'introduction du livret : définissez la vente conseil, précisez en quoi la vente est une situation de communication interpersonnelle et donnez trois conseils aux conseillers de vente pour maîtriser leur communication paraverbale.
2. Listez les différentes étapes d'une vente chez Boulanger. Classez-les selon qu'elles se déroulent avant, pendant ou après la vente. Annexe 1
3. Élaborez la fiche d'identité du réseau Boulanger. Annexe 2
4. Présentez l'assortiment du rayon Informatique de Boulanger. Annexe 3
5. Identifiez le profil des clients du magasin Boulanger Plan-de-Campagne et les points forts des principaux concurrents. Annexes 4 et 5

boulanger
ELECTROMENAGER & MULTIMEDIA

Annexe 1 — Interview du directeur du magasin Boulanger Plan-de-Campagne

– ***Comment se déroule une vente chez Boulanger ?***

– Avant même que le client n'entre dans le magasin, le chef de rayon va réunir les conseillers de vente lors d'un *brief* hebdomadaire pour fixer avec eux les objectifs de vente. Il s'agit pour lui de repréciser les objectifs qualitatifs qui, en général, sont les mêmes dans toutes les UC : il faut répondre à la demande des clients et les fidéliser. Le chef de rayon va aussi fixer le chiffre d'affaires à réaliser chaque jour.

– ***Et lorsque le client arrive ?***

– Lorsqu'un client arrive dans un rayon, le conseiller va vers lui, se présente, et lui demande s'il a besoin de conseil. La relation est alors engagée. Le conseiller va par la suite poser une série de questions pour découvrir les besoins du client : pour qui achète-t-il ? Pour quel usage ?… Il va aussi le questionner pour découvrir ses mobiles : le client est-il plutôt Sécurité, Orgueil, Nouveauté ?… C'est ce que l'on appelle le SONCAS. La découverte des besoins est une phase essentielle ; si on ne connaît pas les besoins du client, on ne peut pas y répondre. Ensuite, le conseiller proposera le produit correspondant le mieux aux attentes du client et argumentera sur ce produit en présentant tous ses avantages.

– ***La vente se termine-t-elle à ce moment-là ?***

– Non, pas encore. Il faut ensuite conclure la vente par différentes techniques et, pour terminer, prendre congé du client et si possible le fidéliser en lui proposant notre carte B+. Il faudra aussi vérifier que les objectifs fixés sont bien atteints et, s'ils ne le sont pas, il faudra chercher des solutions.

Annexe 2 — Le réseau Boulanger

NOTRE VOLONTE : VOUS AIDER A BIEN CHOISIR

Boulanger, c'est aujourd'hui près de **130 magasins** en France, **8000 collaborateurs, 20 000 références** disponibles sur boulanger.fr... et une expérience de plus de 50 ans dans le multimédia et l'électroménager ! Une expertise que vous retrouverez au coeur de 2 marques que nous avons créées pour vous : **Essentiel b** et **Listo**.

Boulanger, c'est aussi un **un SAV performant** composé de 1000 professionnels agréés et formés par les plus grandes marques. **Ils vous assurent l'installation, la formation et la réparation de vos appareils**, pour vous permettre de profiter pleinement de la technologie, en toute tranquillité !

DÉCOUVERTE, USAGE, PLAISIR

AVEC BOULANGER, VOUS DÉCOUVRIREZ UNE NOUVELLE MANIÈRE DE VIVRE LA TECHNOLOGIE !

LE MULTIMÉDIA

L'ÉLECTROMÉNAGER

Vivons la Happy-Technologie !

1954 : date de création du réseau
1978 : ouverture à l'international
2008 : nouveau positionnement : *happy technology*
2011 : ouverture du 100e magasin

www.boulanger.com

Annexe 3 — Le rayon Informatique du magasin Boulanger Plan-de-Campagne

ORDINATEUR PORTABLE

Ultrabook - Ultra portable
PC Hybride - 2 en 1
Macbook
Chromebook

ORDINATEUR

Ordinateur portable
Ordinateur de bureau
Unité centrale
iMac - Mac mini - Mac pro

GAMER

PC portable gamer
PC gamer fixe
Souris gamer
Ecran PC gamer

APPLE

MacBook
iMac - Mac mini - Mac pro
iPad
Accessoire Mac

IMPRESSION 3D

Imprimante 3D
Filaments 3D
Accessoire impression 3D
Stylo 3D

SAC - HOUSSE PC ET TABLETTE

Sacoche - Etui - Housse PC
Sac à dos ordinateur
Protection tablette
Bagagerie

DISQUE DUR - STOCKAGE

Disque dur externe
Disque SSD
Carte mémoire
Clé USB

PÉRIPHÉRIQUE PC ET TABLETTE

Clavier
Accessoire tablette tactile
Souris
Casque - Micro

Le rayon Informatique propose, pour toutes les familles de produits :

- trois niveaux de qualité : entrée de gamme, moyen de gamme, haut de gamme, correspondant à trois niveaux de prix.
- des marques nationales et la marque de distributeur Boulanger.

www.boulanger.com

Annexe 4 — Les caractéristiques des clients de la zone de chalandise

Plan-de-Campagne, entre Aix et Marseille, est la plus grande zone commerciale d'Europe : 510 entreprises dont 460 commerces, 250 000 m² de surfaces commerciales, 7 500 emplois, 2 millions de visiteurs par mois et environ 950 M€ de chiffre d'affaires annuel.

La zone commerciale attire des clients de toute la région : célibataires urbains habitant Aix et ses environs, CSP+ et familles à revenu moyen à élevé de l'ensemble des communes de la périphérie de Marseille.

Annexe 5 — La concurrence du magasin Boulanger Plan-de-Campagne

DARTY	Géant Casino	
Spécialiste de l'électroménager, du multimédia, de la télévision et de la cuisine, votre magasin Darty Plan-de-Campagne vous propose un large choix de produits multimarques (HP, Apple, Acer…). Darty, c'est le prix, le choix et le service, Contrat de confiance oblige ! **Prix :** de 450 € à 1 800 €	Le magasin situé en plein cœur de la zone commerciale de Plan-de-Campagne (Cabriès), est un hypermarché à dominante alimentaire. Son rayon Informatique vous propose des produits standard en entrée de gamme et moyen de gamme. **Prix :** de 380 € à 1 450 €	Cybertek Marseille Plan-de-Campagne vous propose de découvrir tout l'univers de l'informatique. Un univers fait de matériels, de composants, de logiciels, de consommables. Mais aussi un univers fait de techniciens et de conseillers pour des produits haut de gamme. **Prix :** de 600 € à 2 100 €

Sources : magasin.darty.com, plan-de-campagne.cybertek.fr

II Préparer les outils d'aide à la vente (OAV)

En complément du livret, vous allez mettre au point les OAV que vous donnerez aux nouveaux conseillers pour les aider à mener les entretiens de vente.

6. Préparez une ou deux phrases qui permettront aux conseillers de vente d'accueillir le client dans le rayon informatique.
7. Préparez dix questions qui permettront aux conseillers de découvrir les besoins, les motivations et le SONCAS du client souhaitant acquérir un ordinateur.
8. Préparez un argumentaire CAP (Caractéristiques techniques et commerciales/Avantages/Preuves) pour l'ordinateur portable HP. Annexe 6
9. Envisagez cinq objections client et préparez le traitement de ces objections selon différentes techniques. Annexe 7
10. Citez des exemples de ventes complémentaires et additionnelles à l'ordinateur portable HP. Précisez aux conseillers de vente pourquoi la réalisation de ces ventes est importante.
11. Proposez à vos conseillers deux techniques de conclusion de la vente en rédigeant deux phrases qu'ils pourront utiliser face aux clients.
12. Préparez deux ou trois phrases pour prendre congé du client.
13. Décrivez aux conseillers l'organisation du suivi de la vente et la fidélisation des clients au sein du réseau Boulanger. Annexe 8

Annexe 6 — Fiche technique de l'ordinateur portable HP

ORDINATEUR PORTABLE
HP17-BY0009NF
Écran : 17,3 pouces, haute définition
Poids : 2,5 kg
Processeur : Intel® Core™ i5 de 8e génération ; fréquence de base 1,6 GHz
Disque dur : 1 To
Technologie : rétroéclairage de l'écran
Anti-reflets : oui
Webcam et microphone intégrés : oui
Carte graphique : AMD Radeon 520

Avec un disque SSD de 128 GB sur lequel est installé Windows 10, et à côté un disque plus classique de 1 TB pour les données (photos, vidéos, etc.), le HP17-BY0009NF propose une grande capacité de stockage. Son processeur Intel Core i5 permet une grande rapidité dans l'utilisation des logiciels, et son poids de 2,5 kg est très léger pour un portable. Le rétro éclairage propose une très bonne luminosité de l'écran. La carte graphique permet une grande qualité de l'image pour les jeux vidéo.

Conditions générales de vente Boulanger
Prix : 699 €
Garantie 2 ans pièces et main-d'œuvre : gratuit
Prolongement de garantie jusqu'à 3 ans : 124 €
Possibilité de paiement : en 4 fois sans frais.
Peut-être vendu avec : house de transport, souris, écouteurs

Sources : store.hp.com, boulanger.com

Annexe 7 — Les freins à l'achat d'un ordinateur portable

De 500 à 1 500 €, le budget consacré à un ordinateur portable est conséquent ! C'est pour cette raison qu'il ne faut pas se tromper…
Dans la liste des freins susceptibles de ralentir la décision d'achat, on trouve en premier lieu la vitesse du processeur : il faut qu'elle soit suffisante pour faire tourner un certain nombre de logiciels. Puis vient l'autonomie de la batterie : il faut pouvoir rester quelques heures sans avoir à se brancher sur une prise. Et puis le poids : rien ne sert d'avoir un portable si on ne peut pas le déplacer facilement. Enfin, la taille de l'écran reste une préoccupation majeure de l'acheteur.

Annexe 8 — Le suivi de la vente et la fidélisation chez Boulanger

Afin de vous garantir des prestations de qualité, notre service après-vente vous est réservé en exclusivité, pour vous, client Boulanger.

• 1 000 PROFESSIONNELS À VOTRE SERVICE : installations, formations, réparations... Derrière l'ensemble de nos prestations, il y a de plus de 1 000 professionnels à votre service, agréés et formés par les plus grandes marques.

• UN DIAGNOSTIC IMMÉDIAT : avec la présence d'experts techniques dans chacun de nos magasins, c'est la garantie d'obtenir un diagnostic immédiat en cas de panne. Et s'il s'agit d'une panne mineure, ils réparent votre appareil immédiatement !

• PIÈCES DÉTACHÉES EN 48 HEURES : Boulanger s'engage à vous livrer sous 48 heures ouvrées les pièces détachées ou accessoires commandés en magasin que vous cherchez.

• JOIGNABLE 7 JOURS SUR 7

Avec votre carte B+, cumulez des points de fidélité sur tous vos achats en magasin et sur boulanger.com et recevez des chèques fidélité à dépenser comme il vous plaît.

Plusieurs fois par an, Boulanger vous réserve des avantages exclusifs : offres promotionnelles, invitations, avant-premières, cadeaux et attentions.

www.boulanger.com

III Maîtriser les outils numériques au service du conseil et de la vente

Vous devez également former les conseillers de vente du rayon Informatique à l'utilisation d'outils numériques lors de la vente.

14 Présentez aux conseillers de vente les outils numériques utilisés par Boulanger aux différentes étapes de la vente. Précisez comment ils vont améliorer la relation avec le client.

Fiche ressource 3
Annexe 9

Annexe 9 — Interview du manageur de Boulanger Plan de Campagne

– Le réseau Boulanger utilise-t-il des outils numériques pour vendre ?

– Les outils numériques sont présents lors de toutes les étapes de la vente. Un client vient nous demander si cette enceinte peut être connectée en Bluetooth et si elle existe en noir : le conseiller de vente consulte la fiche technique du produit sur notre intranet et l'état du stock en magasin ou en réserve et sur le site Internet Boulanger pour lui répondre. Un autre client veut une facture : elle sera éditée par notre logiciel interne.

Je vous donne d'autres exemples… On est samedi, l'attente en caisse est trop longue : les ordinateurs de chaque rayon et même les téléphones portables de nos conseillers se transforment en terminaux de paiement. Un client veut comprendre le fonctionnement d'un robot ménager : le conseiller lui propose une vidéo de démonstration du robot sur sa tablette. Il manque un prix en rayon : c'est aussi l'ordinateur du vendeur qui donnera l'information…

Et puis nous demandons régulièrement à nos conseillers de vente de poster les nouveautés de leurs rayons respectifs sur les réseaux sociaux pour rester toujours en communication avec nos clients.

J'allais oublier : notre carte de fidélité Boulanger+ se fait aussi sur l'intranet du réseau.

– Les outils numériques vous permettent-ils aussi d'assurer le suivi des ventes ?

– Oui, notre Intranet nous permet de calculer heure par heure les performances du rayon : chiffre d'affaires et panier moyen. Il permet aussi de suivre les performances de chaque conseiller : ventes réalisées, CA dégagé, cartes de fidélité créées.

IV Vendre un bien

Les conseillers de vente du rayon Informatique sont maintenant formés et opérationnels. Vous devez à présent leur fixer des objectifs de vente et mesurer leurs résultats.

15 Fixez les objectifs quantitatifs et qualitatifs des conseillers de vente pour le mois de mars N. Annexe 10

16 Pour entraîner vos conseillers de vente, formez des binômes composés d'un conseiller et d'un acheteur et réalisez des simulations de vente sur le rayon informatique.

17 Mesurez les résultats des ventes des quatre conseillers pour le mois de mars N. Quelles sont vos conclusions ? Quels axes de progrès allez-vous proposer à votre équipe ? Annexe 11

V Vendre un service

18 Expliquez aux conseillers de vente comment Boulanger propose une offre de formation adaptée à chaque profil de client. Annexe 12

19 Préparez quatre arguments à transmettre aux conseillers pour qu'ils présentent la formation informatique à leurs clients.

20 Envisagez deux objections des clients et préparez le traitement de ces objections.

21 Rédigez le contrat que Mme Durand et Boulanger signeront pour la prestation de formation informatique. Précisez les obligations du vendeur et de l'acheteur. Annexe 13

22 Vérifiez si les conditions de validité du contrat sont respectées.

Annexe 10 — Les objectifs du rayon Informatique pour le mois de mars N

	Chiffre d'affaires HT		Panier moyen HT		Chiffre d'affaires accessoires HT		Création cartes de fidélité	
	Mars N–1	Objectifs Mars N	Mars N–1	Objectifs Mars N	Mars N–1	Objectifs Mars N	Mars N–1	Objectifs Mars N
Conseiller 1	55 000 €				12 000 €		30	
Conseiller 2	55 000 €				12 000 €		40	
Conseiller 3	55 000 €				12 000 €		50	
Conseiller 4	55 000 €				12 000 €		50	

Informations sur le rayon :

- Le réseau Boulanger envisage une augmentation de 10 % du CA sur le rayon Informatique par rapport à l'année N–1 et une augmentation de 5 % sur les accessoires.
- Nombre d'acheteurs par jour : 8 (le nombre de clients reste constant)
- Nombre de jours ouvrés par mois : 27
- Le réseau Boulanger demande de maintenir les résultats d'encartés (nombre de détenteurs de la carte de fidélité).

Annexe 11 — Les résultats du rayon Informatique pour le mois de mars N

	Chiffre d'affaires	Panier moyen	Chiffre d'affaires accessoires	Création cartes de fidélité
Conseiller 1	56 250 €	215 €	11 000 €	32
Conseiller 2	48 420 €	190 €	9 500 €	12
Conseiller 3	78 040 €	280 €	15 600 €	58
Conseiller 4	63 756 €	232 €	12 400 €	60

Annexe 12 — La formation informatique à domicile

PROFITEZ À 100 % DE VOTRE ORDINATEUR !

1X1h30 159€*

2X1h30 299€*

3X1h30 439€*

Niveau 1 PC ou MAC pour apprendre à :

- Personnaliser votre bureau et les paramètres clavier/souris
- Aller sur Internet
- Accéder à vos mails
- Lire vos photos, vidéos et musiques
- Organiser et gérer vos fichiers et dossiers
- Jusqu'à 1 h 30 à domicile

Niveau 2 PC ou MAC pour apprendre à :

- Découvrir la bureautique : 1 h 30
- Sauvegarder vos fichiers, synchroniser vos documents dans le Cloud : 1 h 30

www.boulanger.com

AVEC NOS CONSEILS, DEVENEZ UN PRO !

Déduction fiscale 50%

Vous avez besoin d'aide ? Vous voulez maîtriser votre appareil ?
Faîtes appel à un expert B'dom ! Grâce à des exercices simples et didactiques, il vous aidera à tout comprendre de A à Z. Une fois seul, vous pourrez ainsi profiter pleinement de votre nouvel équipement.
En plus, B'dom est une société de Services à la Personne exclusivement dédiée aux particuliers qui vous permet de bénéficier d'une réduction ou d'un crédit d'impôts de 50%*** du montant des prestations.