

Etape n°1 - objectif global : s'intégrer dans le point de vente -

**C 4.1.2
S 4.2.1**

C4- Participer à l'exploitation commerciale du point de vente - Thème n°1 : Identifier le point de vente.

TP N°1 du Chapitre n° 21: Le comportement du client : le profil de clientèle.

TP N°1 du CHAPITRE N°21 : Le comportement du client : le profil de clientèle

OBJECTIF : être capable de positionner le point de vente sur le marché : être capable de caractériser des comportements de consommateurs en identifiant le positionnement du magasin.

Mise en situation :

Vous êtes en période de formation en entreprise (P.F.E) au magasin «DIRECT» de ST Amand les eaux (59). Ce point de vente de 240 m² est spécialisé dans la vente à prix écrasés de prêt-à-porter homme, femme et enfant.

Le mardi 20 mai, vous êtes accueilli(e) par M. KLYAM, responsable du magasin.

Travail à faire :

Soucieux de mieux connaître sa clientèle, M. KLYAM a fait réaliser une enquête de satisfaction par les élèves d'une classe de Baccalauréat professionnel « Commerce » du lycée professionnel d'Anzin. Deux cents clients ont ainsi été interrogés au moment de leur passage à la caisse du magasin. M. KLYAM vous remet les résultats de cette enquête (extraits en document n°1).

1. Dressez le profil type du client DIRECT sur l'annexe n°1.
2. Recherchez 4 forces et 4 faiblesses du magasin évoquées par les clients et complétez l'annexe n°2.

M. KLYAM vient de recevoir la visite d'un représentant de la société SDM qui lui a laissé son catalogue de la prochaine collection été.

Prenant en compte les souhaits exprimés par sa clientèle (Document n°1), M. KLYAM voudrait communiquer au Siège des suggestions d'amélioration de son assortiment. Il vous demande donc de sélectionner dans le catalogue SDM les articles susceptibles d'intéresser ses clients.

1. Entourez sur l'annexe n°3 les références des articles que vous suggérez d'introduire dans l'assortiment.

DOCUMENT N°1 :

Enquête portant sur la satisfaction de la clientèle

Etude menée du 2 .avril au 11 avril par une classe de Bac. Pro. Commerce sur un échantillon représentatif de 200 clients du magasin DIRECT de SAINT AMAND LES EAUX.

IDENTIFICATION DE LA CLIENTÈLE

SEXE	%
Femmes	85
Hommes	15

PCS DU CHEF DE FAMILLE	%
Exploitant agricole	4
Ouvrier	27
Employé	32
Cadre moyen	15
Cadre supérieur, profession libérale	2
Sans activité professionnelle	20

AGE	%
Moins de 20 ans	17
Entre 20 et 29 ans	26
Entre 30 et 39 ans	28
Entre 40 et 49 ans	14
Entre 50 et 64 ans	11
65 ans et plus	4

LIEU D'HABITATION	%
Saint Amand les eaux	30
A moins de 10 Km	40
Entre 10 et 20 Km	25
A plus de 20 Km	5

DEGRÉ DE SATISFACTION DE LA CLIENTÈLE

A la question:	%
"Comment jugez vous les prix pratiqués ?"	
Tout à fait abordables	33
Abordables	60
Peu abordables	5
Pas abordables du tout	2

A la question:	%
"Comment trouvez-vous l'accueil ?"	
Très agréable	44
Assez agréable	46
Assez désagréable	10
Très désagréable	0

Aux questions:	Tout à fait satisfaits ou assez satisfaits	Peu satisfaits ou pas satisfaits du tout	Sans opinion
"Que pensez-vous..."	en nombre de réponses		
... de la disposition des rayons ?	79	77	44
... de la largeur des allées?	26	153	21
... du nombre de cabines d'essayage?	16	159	25
... de la fréquence de renouvellement des vitrines?	127	21	52
... de la lisibilité des prix?	156	40	4
... de la durée d'attente à la caisse?	37	160	3
... de la pratique des chèques différés?	147	4	49

Aux questions : "Avez-vous trouvé tous les articles que vous recherchiez ?"	%
Oui	68
Non	32
"Si non, quels articles auriez-vous aimé trouver dans votre magasin ?"	Nombre de réponses

Etape n°1 - objectif global : s'intégrer dans le point de vente -

**C 4.1.2
S 4.2.1**

C4- Participer à l'exploitation commerciale du point de vente - Thème n°1 : Identifier le point de vente.

TP N°1 du Chapitre n° 21: Le comportement du client : le profil de clientèle.

Vêtements de cuir	45
Ceintures pour enfants	36
Pulls irlandais	28
Bretelles	11
Cirés	7
Costumes de cérémonie	6

ANNEXE N°1 : PROFIL TYPE

PROFIL TYPE DE LA CLIENTELE DU MAGASIN DIRECT DE SAINT AMAND LES EAUX

→
→
→
→

ANNEXE N°2 : LES FORCES ET LES FAIBLESSES DU MAGASIN DIRECT DE SAINT AMAND LES EAUX

FORCES

FAIBLESSES

→	→
→	→
→	→
→	→

ANNEXE N°3 : INDEX DU CATALOGUE FOURNISSEUR

Société de Développement Moderne	SDM	Import Export Distribution	
Catalogue général SDM Classique			
Dénominations	Références	Pages	Prix
Accessoires : chapeaux	CHX	1	3.20 €
Accessoires : ceintures	CEI	2	2.50 €
Blousons teddy coton	BLT	3	15.00 €
Blousons teddy cuir	BLP	4	30.00 €
Blousons classiques cuir	BLCC	5	31.00 €
Blousons pilotes cuir	BLTC	6	28.00 €
Blousons polyester	BLP	7	14.00 €
Chemises unies	CHU	8-9-10	3.50 €
Chemisettes unies	CHTU	11-12	3.40 €
Chemises chinées	CHCH	13	3.50 €
Chemises tissées	CHT	13	3.40 €
Chemisettes lin/coton	CHLC	14	3.80 €
Chemises canadiennes	CHCA	15	3.20 €
Chemises flanelle	CHF	15	3.50 €
Chemises imprimées	CHI	16	3.60 €
Cravates polyester	CRP	21	2.00 €
Cravates soie	CRS	22	3.00 €
Gilets coton	GIC	23-24	5.20 €
Gilets polyamide	GIP	25	4.20 €
Gilets mérinos	GIM	26	8.40 €
Jupes coton	JUCO	27	7.50 €
Jupes synthétique	JUS	28	7.10 €
Jupes cuir	JUC	29	16.00 €
Pantalons jeans homme	PAJH	30-31	12.00 €
Pantalons jeans femmes	PAJF	32-33	12.00 €
Pantalons polyester	PAP	34-35	9.00 €
Pantalons coton	PAC	36	7.50 €
Parkas	PAR	37	15.00 €
Pulls coton	PUC	38-39	7.00 €
Pulls acrylique	PUA	40	6.50 €
Pulls laine	PUL	41	11.00 €