

Dossier



T2CM

Atert Lycée Redange

Produits : Accessoires de luxe

2017/2018

Table des matières

a) Présentation de INSTYLE	3
Pourquoi acheter chez notre entreprise et pas chez les autres ?	3
b) Présentation du/des produit(s)/service(s)	4
Clientèle.....	4
Idée.....	4
Nos produits	5
c) Présentation de la stratégie commerciale/marketing	5
Quelle est votre clientèle cible ?	5
Comment comptez-vous attirer de la clientèle ?	5
Quel est le prix de vente ?	5
Quelle est votre stratégie de prix ?	6
Quelles sont vos actions commerciales, vos publicités, etc. ?	6
Quelle est votre stratégie de communication ?	6
d) Mise en pratique de la stratégie commerciale sur le stand de la Foire EE	6
e) Le processus de vente	7
Foire :	7
Accueil du client :	7
Souhait du client :	7
Conseil au client :	7
Décision du client :	7
Rédaction du bon de commande :	7
Fin de la vente :	7
A l'école :	8



a) Présentation de INSTYLE

Notre entreprise d'entraînement s'appelle « InStyle » et nous vendons des accessoires de luxe. Nous comptons 14 salariés et chacun a son rôle dans l'entreprise. Le siège social de l'entreprise d'entraînement est situé à Redange.

L'idée générale de l'entreprise est de vendre des accessoires de luxe aux adolescents pour un prix qui est plus abordable que les accessoires des autres marques de luxe comme par exemple Versace, Gucci.

Les adolescents veulent toujours être stylés et à la mode, c'est-à-dire qu'ils veulent être « in style », c'est la raison pour laquelle notre entreprise d'entraînement s'appelle « InStyle ».

Notre logo contient une moustache pour représenter la clientèle masculine et un baiser qui représente la clientèle féminine. Le logo contient aussi le buste d'une femme et d'un homme, aussi que le nom de l'entreprise « InStyle ». Les couleurs primaires du logo sont noire et blanc. Les couleurs sont neutres pour les hommes comme pour les femmes.

Le cercle représente que notre entreprise ne discrimine pas les différents sexes car les deux sexes sont représentés dans le cercle.

Pourquoi acheter chez notre entreprise et pas chez les autres ?

- Prix plus bas que ceux de nos concurrents directs
- Personnel courageux et motivé
- Articles de bonne qualité
- Bon service à la clientèle, personnel formé spécialement
- Stand attrayant
- Bonne gestion/ relation avec les clients
- Connaissance des besoins des clients
- Nombreux accessoires (montres, casquettes, ceintures etc.)



b) Présentation du/des produit(s)/service(s)

Clientèle

Nous avons choisi ces produits de marques, car nous voulons avoir un assortiment pour cibler une population plus large de produits chers et de produits avec des prix plus abordables (p.ex. Gucci est plus chère que Guess).

Nos produits se distinguent des produits de la concurrence car nos prix sont très compétitifs et nous vendons seulement des produits avec une bonne qualité des marques bien connues.

Pour conclure, nos clients sont des jeunes adolescents et adultes avec un certain budget.

Idée

Un élève de notre classe avait l'idée de vendre des produits de marque car la vente d'accessoires de luxe est très intéressante d'un point de vue économique.

La classe a trouvé cette idée géniale et nous étions tous d'accord avec cette proposition.

Puisque nous sommes aussi des adolescents, nous voudrions offrir des accessoires de marque parce que les accessoires de marque sont toujours à mode. Tout le monde a des accessoires n'importe quel que soit son âge.



Nos produits

- **Casquettes:** Tommy Hilfiger, Adidas, Stüssy, Mitchell & Ness, Djinns, Lacoste
- **Montres :** Lacoste, Fossil, Casio, Swarovski, Michael Kors, Calvin Klein, Daniel Wellington
- **Ceintures :** Versace, Hermès, Lacoste, Gucci, Guess, Louis Vuitton
- **Lunettes de soleil :** Ray-Ban, Guess
- **Sac à main :** Michael Kors, Guess, Lui-Jo

c) Présentation de la stratégie commerciale/marketing

Quelle est votre clientèle cible ?

Notre clientèle cible est la classe supérieure et la classe moyenne qui sont intéressées à la mode et sont prêtes à payer une bonne qualité.

Comment comptez-vous attirer de la clientèle ?

Nous comptons attirer la clientèle en jouant à la roue de la fortune des marques connues. Nous lui donnons la chance d'épargner jusqu'à 20 % et nous lui offrons un chocolat. Pendant la foire, nous voulons distribuer des brochures. Nous abordons les clients potentiels et nous essayons de les convaincre d'acheter chez nous. En plus, on offre une gamme complète d'accessoires pour attirer l'attention de nos clients.

Quel est le prix de vente ?

Le prix de vente est de 29,90 € jusqu'à 815,00 €.



Quelle est votre stratégie de prix ?

Notre stratégie de prix est que chacun puisse s'acheter ce qu'il désire. Le client peut acheter des produits chers ou plus abordables. Nos clients peuvent gagner des réductions en tournant la roue de la fortune.

Quelles sont vos actions commerciales, vos publicités, etc. ?

Nous fixons un panneau avec le nom de l'entreprise pour que nous soyons visibles à la foire. En plus, nous portons des polos blancs avec notre logo dans le dos et un badge avec notre nom. Les clients savent directement avec qui ils sont en contact. Nous distribuons des brochures pour rendre les clients plus attentifs. Ils peuvent recevoir des réductions/ remises ou un chocolat. Cela nous différencie des autres entreprises.

Quelle est votre stratégie de communication ?

Notre stratégie de communication est d'aborder les clients potentiels et de distribuer des brochures.

d) Mise en pratique de la stratégie commerciale sur le stand de la Foire EE

Sur notre stand, se trouve une roue de fortune, tous les clients peuvent tourner une fois pour tenter leur chance. En tournant la roue les visiteurs peuvent gagner de 10% jusqu'à 20% sur nos produits. Mais ce n'est pas tout, en tournant la roue ils peuvent également gagner un petit chocolat de Noël. Pendant la journée nos collaborateurs distribuent des flyers, pour faire de la publicité de notre entreprise.



e) Le processus de vente

Le déroulement de la vente se déroule de la manière suivante :

Foire :

Accueil du client :

- Soit le client vient vers nous et nous l'accueillons gentiment.
- Soit nous essayons d'attirer le client vers notre stand, de le motiver et de l'intéresser par nos produits.

Souhait du client :

- Soit il nous indique un désir précis.
- Soit il s'intéresse à toute la gamme.

Conseil au client :

- Nous montrons les produits exposés ou dans le catalogue. Nous le conseillons, nous lui proposons des articles.

Décision du client :

- Soit le client se décide pour un/plusieurs produit(s).
- Si ce produit n'est pas disponible. Nous essayons de le diriger vers un autre produit et lui proposons des alternatives.

Rédaction du bon de commande :

- Nous complétons le cahier de commande (les conditions de vente, la date, le mode d'expédition, la référence, la désignation, la quantité et le prix)

Fin de la vente :

- Nous disons gentiment au client « au revoir » et nous le remercions pour l'achat ou pour la visite dans notre stand.



A l'école :

- Nous contrôlons des quantités disponibles dans le stock du produit.
- Nous écrivons une confirmation de commande.
- Nous complétons les données dans le courrier sorti.
- Nous envoyons le bon de livraison et le bon de réception au client « avec le produit » et la rédaction de la facture
- Mise à jour du fichier des articles réservés et du fichier des articles en stock
- Apposition et remplissage du Ticket comptable sur l'extrait de compte
- Comptabilisation dans le Journal, et le Grand-livre général
- Comptabilisation dans le Journal auxiliaire des clients
- Contrôle si facture payée
- Oui → Ok
- Non → Envoi Rappel