

1. Branche et entreprise

Compétences-clés

- 1.1 Besoins de la clientèle
- 1.2 Produits et prestations de service
- 1.3 Produits alternatifs et de la concurrence
- 1.4 Lignes directrices et buts de l'entreprise
- 1.5 Développements de la branche et de l'entreprise
- 1.6 Processus d'exploitation
- 1.7 Commerce
- 1.8 Commerce international
- 1.9 Circuit économique
- 1.10 Flux des marchandises
- 1.11 Vente et marketing
- 1.12 Financement du commerce
- 1.13 Conditions légales

Profil B

1. Branche et entreprise

1.1 Identifier les besoins du client

Idée directrice

La juste perception des besoins des clients constitue l'une des bases du succès d'une entreprise. Lors d'un entretien, beaucoup de clients s'attendent à ce qu'on aille au devant de leurs besoins. Il importe donc que les employés de commerce procèdent à une évaluation exacte des besoins du client. La proposition de produits ou de services spécifiques n'est pas primordiale.

Objectif général

1.1.1 L'employé de commerce fait preuve d'habileté lors d'entretiens de vente et de conseil, en étant ouvert aux besoins de ses clientes et clients.

	Objectifs détaillés	Conseils	Aspects partiels pour les STA	Objectif atteint	Favorise l'acquisition de compétences sociales	Favorise l'acquisition de compétences méthodologiques	Taxonomie
Préparer un entretien avec un client B réd. /E	1.1.1.1 Je prépare un entretien simple avec un client sur la base d'une procédure prédéterminée et réunis de manière autonome tous les documents ad hoc.	Je prépare les documents destinés aux clients, me procure des échantillons de marchandises ou des documents de travail ainsi que des prospectus, prix courants, etc. Si mon entreprise d'apprentissage n'est pas active dans la vente, je procède de la même manière pour un entretien de conseil.	<ul style="list-style-type: none"> - prépare les documents sur la base d'un plan prédéterminé - réunit les documents de manière autonome - les documents sont complets 	<input type="checkbox"/>	1.8 Disposition à la performance	2.1 Approche analytique et planifiée	C 2
Mener un entretien avec un client B/E	1.1.1.2 Lorsque je parle avec des clients je me montre attentif à leurs besoins. Je les écoute et leur pose des questions pour bien saisir leurs idées ou problèmes.	Il s'agit de la manière dont on montre à l'interlocuteur qu'on l'écoute attentivement et suit ses propos.	<ul style="list-style-type: none"> - se montre attentif aux besoins des clients - écoute calmement - saisit les idées ou problèmes et pose des questions pour bien comprendre 	<input type="checkbox"/>	1.5 Souplesse 1.6 Aptitude à la communication	2.9 Techniques de négociation	C 3
S'enquérir des besoins du client B/E	1.1.1.3 Un entretien avec un client est constitué de questions ouvertes et fermées. Pour saisir exactement les besoins du client, je pose des questions ouvertes. A la fin de l'entretien, je résume correctement les besoins formulés.	En posant des questions ouvertes, je permets à mon interlocuteur de répondre de manière exhaustive. J'obtiens ainsi de nombreuses informations intéressantes. Je procède de la même manière avec des personnes que je ne connais pas, p. ex. au téléphone ou au guichet. La pyramide de Maslow est un outil adéquat pour classer les différents besoins des clients.	<ul style="list-style-type: none"> - pose au bon moment des questions fermées - pose des questions ouvertes pour cerner les besoins - identifie les besoins formulés et les résume correctement 	<input type="checkbox"/>	1.15 Aptitude aux négociations	2.9 Techniques de négociation	C 3

1. Branche et entreprise

1.1 Identifier les besoins du client

Objectif général

1.1.2 L'employé de commerce sait que des propositions de solution pratique exigent au préalable la définition exacte des besoins du client. Il est capable d'identifier les besoins du client à l'aide d'outils adéquats.

	Objectifs détaillés	Conseils	Aspects partiels pour les STA	Objec-tif atteint	Favorise l'acquisition de compétences sociales	Favorise l'acquisition de compétences méthodologiques	Taxonomie
Présenter des arguments et des propositions B/E	1.1.2.1 Dans leurs achats, les clients sont guidés par la raison et les sentiments. Je suis capable d'y répondre spontanément par des arguments et des propositions appropriés.	Par mes questions, j'ai appris quels étaient les besoins des clients. Je m'y réfère pour émettre des propositions.	<ul style="list-style-type: none"> - identifie les motifs d'achat des clients et en tient compte - soumet des propositions convaincantes - avance des arguments appropriés 	<input type="checkbox"/>	1.5 Souplesse 1.6 Aptitude à la communication	2.10 Techniques de vente	C 3
Saisir et transmettre les besoins des clients B/E	1.1.2.2 Lors de nouvelles situations de conseil ou de vente, je saisis les besoins du client et les note consciencieusement. Je classe les besoins / mots-clés de façon que d'autres collaborateurs puissent comprendre les désirs des clients.	Lorsque je transmets les désirs des clients, je relève par exemple: <ul style="list-style-type: none"> • dans quelle mesure le client a besoin du produit ou du service • la valeur de prestige de la prestation • les possibilités de financement. 	<ul style="list-style-type: none"> - note les besoins des clients en style télégraphique - les saisit complètement et les classe - d'autres peuvent comprendre les désirs des clients 	<input type="checkbox"/>	1.13 Aptitude au transfert	2.2 Techniques de travail	C 3
Classifier les clients et les groupes d'intérêts B réd./E	1.1.2.3 Je classe nos groupes de clients et d'interlocuteurs de manière autonome sur la base d'un certain nombre de critères que j'ai moi-même sélectionnés. Je l'explique à une personne qui connaît bien la branche, de sorte qu'elle puisse facilement comprendre mon raisonnement.	Les critères peuvent être: <ul style="list-style-type: none"> âge, sexe, profession, statut social, culture, fortune, revenu, propriétaire d'une villa, employeur, taille de l'entreprise, chiffre d'affaires, etc. 	<ul style="list-style-type: none"> - classe de manière autonome les groupes de clients et d'interlocuteurs - le choix des critères est judicieux - les explications sont faciles à comprendre et à suivre pour une personne qui connaît la branche 	<input type="checkbox"/>	1.13 Aptitude au transfert	2.2 Techniques de travail	C 2

1. Branche et entreprise

1.1 Identifier les besoins du client

Objectif général

1.1.3 Durant sa formation, l'employé de commerce prend conscience de l'importance de sa présentation et de son attitude envers les clients.

	Objectifs détaillés	Conseils	Aspects partiels pour les STA	Objec-tif atteint	Favorise l'acquisition de compétences sociales	Favorise l'acquisition de compétences méthodologiques	Taxonomie
Appliquer les règles du savoir-vivre B/E	1.1.3.1 Je sais comment me conduire dans les différentes situations que je rencontre dans mon entreprise et suis capable d'expliquer correctement à un collègue à quoi je fais attention. Je sais comment me comporter dans diverses situations. Je suis capable de l'expliquer clairement à une tierce personne en utilisant mes propres mots. Dans la pratique, je me comporte en conséquence.	Exemples: • accueillir les clients ou visiteurs et prendre congé d'eux • m'entretenir durant les pauses avec des personnes bien plus âgées que moi • répondre au téléphone.	- explique à des collègues à quoi il/elle prête attention dans sa manière de se conduire - explique clairement à une tierce personne son comportement dans diverses situations - se comporte de manière appropriée dans des cas pratiques	<input type="checkbox"/>	1.1 Présentation adaptée à la situation 1.14 Civilité	2.12 Fixer des objectifs et des priorités	C 3
Répondre aux plaintes B/E	1.1.3.2 Je réagis calmement et sans parti pris aux plaintes, réclamations, objections ou critiques, qu'elles proviennent de personnes externes à l'entreprise, de clients ou de personnes travaillant dans l'entreprise et auxquelles j'ai affaire, et les aborde dans le but d'y trouver une solution.		- réagit avec amabilité à la plainte du client - identifie le problème et recherche des solutions - transmet la plainte	<input type="checkbox"/>	1.16 Communiquer son rapport aux valeurs 1.7 Aptitude à gérer les conflits	2.12 Fixer des objectifs et des priorités 2.7 Techniques de résolution de problèmes	C 3
Formuler des plaintes B/E	1.1.3.3 Dans une situation concrète, je choisis les mots justes pour formuler une critique, un doute, un problème ou un plainte et expose de manière objective ce qui me tient à cœur.		- s'exprime de manière compréhensible - argumente objectivement sur la base de faits évidents - a des idées pour la procédure ultérieure	<input type="checkbox"/>	1.16 Communiquer son rapport aux valeurs	2.12 Fixer des objectifs et des priorités	C 3

1. Branche et entreprise

1.2 Proposer des produits et des services

Idée directrice

Le succès à long terme d'une entreprise dépend de la qualité des produits et services offerts. Seules les entreprises ayant une approche professionnelle de la vente et de la qualité du service à la clientèle peuvent réussir.

Objectif général

1.2.1 L'employé de commerce prend à cœur de toujours contribuer à la qualité du service de son entreprise.

	Objectifs détaillés	Conseils	Aspects partiels pour les STA	Objectif atteint	Favorise l'acquisition de compétences sociales	Favorise l'acquisition de compétences méthodologiques	Taxonomie
Connaître les prestations de services B/E	<p>1.2.1.1 De façon autonome, j'établis pour mon entreprise d'apprentissage une liste de trois à cinq prestations de services essentielles. Cette liste comprend:</p> <ul style="list-style-type: none"> • les prestations de services • la description exacte des avantages pour le client <p>Je choisis moi-même les éléments de la liste. Celle-ci comprend des prestations déjà offertes et éventuellement des prestations que l'on pourrait offrir.</p>	Je demande dans mon entreprise d'apprentissage quels avantages un excellent service peut apporter et quels coûts supplémentaires il engendre.	<ul style="list-style-type: none"> - établit de façon autonome une liste d'au moins 3 prestations de services - la liste comprend pour chaque cas la description exacte des avantages pour le client - propose de nouvelles prestations de services adéquates 	<input type="checkbox"/>	1.13 Aptitude au transfert	<p>2.2 Techniques de travail</p> <p>2.3 Techniques de décision</p>	C 3
Expliquer un fichier clients B/E	<p>1.2.1.2 J'explique spontanément en quoi des informations sur les clients sont importantes pour la qualité du service de mon entreprise d'apprentissage. Je cite par cœur au moins cinq arguments pour la gestion d'un fichier clients.</p>	"Le client est roi." Si je connais bien mes clients, je peux leur offrir un bon service. Que dois-je savoir sur mes clients?	<ul style="list-style-type: none"> - explique les principaux éléments du fichier clients - explique spontanément l'importance de l'information des clients - cite par cœur 5 arguments corrects 	<input type="checkbox"/>	1.13 Aptitude au transfert	2.2 Techniques de travail	C 2

1. Branche et entreprise

1.2 Proposer des produits et des services

	Objectifs détaillés	Conseils	Aspects partiels pour les STA	Objec- tif atteint	Favorise l'acquisition de compé- tences sociales	Favorise l'acquisition de compé- tences méthodolo- giques	Taxo- nomie
Gérer un fichier clients B/E	1.2.1.3 Je sais gérer de manière autonome un fichier clients d'après un modèle. Le but de ce fichier est un service optimal à la clientèle, donc tous les lots de données doivent être complets.	Si mon entreprise d'apprentissage n'a pas que quelques clients individuels, mais p. ex. une clientèle variée ou seulement des clients dans d'autres départements, je me pose les questions suivantes: Quelles personnes ou organisations dépendent de nous? Qui servons-nous? Quels sont les besoins et exigences des personnes ou organisations auxquels nous devons satisfaire? J'écris les réponses sous forme d'une liste sur mon ordinateur.	<ul style="list-style-type: none"> - gère de manière autonome le fichier client - la mise à jour est toujours assurée - tous les lots de données sont entièrement saisis dans les délais impartis 	<input type="checkbox"/>	1.3 Discrétion 1.13 Aptitude au transfert	2.2 Techniques de travail	C 3

1. Branche et entreprise

1.2 Proposer des produits et des services

Objectif général

1.2.2 L'employé de commerce démontre sa faculté d'offrir des produits et des services de manière adaptée au client.

	Objectifs détaillés	Conseils	Aspects partiels pour les STA	Objec-tif atteint	Favorise l'acquisition de compétences sociales	Favorise l'acquisition de compétences méthodologiques	Taxonomie
Connaître les produits et les services B/E	1.2.2.1 A l'aide de documents, je suis en mesure de décrire, dans les délais impartis, de manière autonome et précise comment mon entreprise d'apprentissage fabrique un nombre déterminé de produits courants ou fournit des services courants.	A cette fin, j'utilise si possible un logiciel me permettant de dessiner et d'annoter un ordigramme	<ul style="list-style-type: none"> - description autonome et exacte à l'aide de documents - a présenté le nombre de produits fixé préalablement - travail exécuté dans les délais impartis 	<input type="checkbox"/>	1.8 Disposition à la performance	2.1 Approche analytique et planifiée	C 1
Présenter des produits et des services B réd./E	1.2.2.2 Je sais présenter des produits ou services de mon entreprise d'apprentissage de manière autonome et en fonction des besoins des clients. A cet effet, j'utilise les documents disponibles.		<ul style="list-style-type: none"> - présentation autonome des produits/services - la présentation est adaptée au client - a utilisé les documents disponibles à bon escient 	<input type="checkbox"/>	1.6 Aptitude à la communication	2.6 Techniques de présentation	C 2
Connaître les formes de vente B/E	1.2.2.3 J'énonce de manière autonome les avantages et les inconvénients d'au moins trois formes de vente. En outre, je suis en mesure de proposer spontanément des solutions contribuant à réduire les inconvénients. Je porte ma réflexion sur un service ou un produit auquel j'ai déjà eu affaire, mais qui n'appartient pas à mon champ d'activité quotidien.	Exemples de formes de vente: <ul style="list-style-type: none"> - vente directe - vente par téléphone - vente par Internet - vente sur catalogue - etc. 	<ul style="list-style-type: none"> - énonce de manière autonome les avantages et les inconvénients de diverses formes de vente applicables à des services/produits n'appartenant pas à son champ d'activité quotidien - au moins 3 formes de vente sont complètes - propose des solutions susceptibles de réduire les inconvénients 	<input type="checkbox"/>	1.4 Responsabilité	2.7 Techniques de résolution de problèmes	C 3

1. Branche et entreprise

1.2 Proposer des produits et des services

	Objectifs détaillés	Conseils	Aspects partiels pour les STA	Objec-tif atteint	Favorise l'acquisition de compétences sociales	Favorise l'acquisition de compétences méthodologiques	Taxonomie
Montrer l'utilité des produits ou des services B/E	1.2.2.4 Pour des produits ou services courants de mon entreprise d'apprentissage, je décris clairement, en mes propres termes, <ul style="list-style-type: none"> • où on les utilise • quelles sont leurs particularités • en quoi ils sont utiles. Ce faisant, je me réfère aux besoins concrets des clients.	Je réponds par exemple aux questions suivantes: <ul style="list-style-type: none"> • Comment les prospectus, lettres publicitaires, offres, etc. décrivent-ils les avantages des prestations de mon entreprise d'apprentissage? • A quels avantages supplémentaires ai-je déjà pensé? • Qui a besoin des prestations de mon entreprise, et pour quoi? • Quels besoins couvrent-elles? Je rassemble soigneusement les documents sur les produits ou services courants dans un classeur.	<ul style="list-style-type: none"> - se réfère, dans ses propos, aux besoins concrets des clients - expose clairement le domaine d'utilisation - relève des particularités spécialement utiles pour le client 	<input type="checkbox"/>	1.6 Aptitude à la communication 1.11 Assurance	2.6 Techniques de présentation 2.7 Techniques de résolution de problèmes	C 2
Convaincre les clients B/E	1.2.2.5 Lors d'un entretien avec un client, je sais présenter nos services ou produits à l'aide d'arguments pertinents et ciblés sur la demande du client.	Pour ce faire, j'utilise les documents disponibles dans mon entreprise d'apprentissage.	<ul style="list-style-type: none"> - utilise des arguments appropriés au produit/service - cible ses arguments sur la demande du client - présente ses arguments de manière appropriée et convaincante 	<input type="checkbox"/>	1.6 Aptitude à la communication	2.10 Techniques de vente	C 3

1. Branche et entreprise

1.3 Connaître les produits alternatifs et ceux de la concurrence

Idée directrice

Un bon employé de commerce observe le marché et connaît les produits et services équivalents de concurrents potentiels.

Objectif général

1.3.1 L'employé de commerce s'intéresse à la situation actuelle du marché et aux produits et services proposés par la concurrence.

	Objectifs détaillés	Conseils	Aspects partiels pour les STA	Objectif atteint	Favorise l'acquisition de compétences sociales	Favorise l'acquisition de compétences méthodologiques	Taxonomie
Connaître les produits de la concurrence B/E	1.3.1.1 Je cite les principaux services ou produits d'un concurrent au moins. A l'aide des prospectus/documents disponibles, je suis en mesure de montrer de manière convaincante à un client, en quoi les prestations et la politique d'assortiment du concurrent sont différentes ou identiques à celles de mon entreprise d'apprentissage.	Je visite d'autres entreprises, me fais envoyer des prospectus, discute avec des camarades qui y travaillent, etc. Si possible, je visite des foires et des expositions spécialisées, où je recueille des informations sur les produits concurrents. Le terme "politique d'assortiment" répond à la question: qu'offrons-nous au juste? Pour les administrations ou les institutions similaires, la question est: quels sont les services de notre département ou de notre bureau?	- cite les principaux services/ produits d'un concurrent - montre en quoi la politique d'assortiment est identique ou différente - montre de manière convaincante au client en quoi les prestations sont identiques ou différentes	<input type="checkbox"/>	1.13 Aptitude au transfert	2.5 Traitement des informations	C 2
Décrire le marché environnant B	1.3.1.2 Je peux décrire correctement à une personne spécialisée à l'aide de mes propres mots dans quel environnement mon entreprise évolue sur le marché.		- la description du marché environnant est correcte. - la description est facile à suivre pour une personne spécialisée - utilise ses propres mots		1.13 Aptitude au transfert	2.5 Traitement des informations	C 2

1. Branche et entreprise

1.3 Connaître les produits alternatifs et ceux de la concurrence

Objectif général

1.3.2 L'employé de commerce est disposé à entrer en matière sur les objections des clients et à défendre de manière convaincante les avantages de ses produits et services par rapport aux produits alternatifs et à ceux de la concurrence.

	Objectifs détaillés	Conseils	Aspects partiels pour les STA	Objectif atteint	Favorise l'acquisition de compétences sociales	Favorise l'acquisition de compétences méthodologiques	Taxonomie
Réfuter des objections B/E	1.3.2.1 J'énonce les trois objections le plus souvent formulées contre le principal produit ou service de mon entreprise d'apprentissage et suis en mesure de les réfuter de manière appropriée.	La plupart des objections sont irrationnelles. Le client dit quelque chose mais s'imaginer autre chose. C'est pourquoi je connais <ul style="list-style-type: none"> • les différents types d'objections • les règles permettant de réfuter des objections. 	<ul style="list-style-type: none"> - décrit de manière compréhensible le produit ou service principal - justifie le choix du produit ou service principal - a réfuté de manière appropriée les trois objections les plus souvent formulées 	☐	1.6 Aptitude à la communication	2.9 Techniques de négociation	C 2

1. Branche et entreprise

1.4 Objectifs de l'entreprise

Idée directrice

Chaque entreprise a ses objectifs propres. Il est indispensable de bien connaître ces objectifs pour pouvoir représenter son entreprise à l'extérieur et comprendre les procédures et décisions en matière d'économie d'entreprise.

Objectif général

1.4.1 L'employé de commerce s'intéresse aux objectifs de l'entreprise et contribue, dans le cadre de son champ d'activité, à ce qu'ils soient atteints.

	Objectifs détaillés	Conseils	Aspects partiels pour les STA	Objec-tif atteint	Favorise l'acquisition de compétences sociales	Favorise l'acquisition de compétences méthodologiques	Taxonomie
Importance du schéma directeur pour le travail personnel B/E	1.4.1.1 Je sais expliquer en mes propres termes ce que le schéma directeur de mon entreprise signifie concrètement pour mon travail personnel.	Je me procure le schéma directeur de mon entreprise d'apprentissage ou celui d'une autre entreprise.	<ul style="list-style-type: none"> - cite en nombre voulu les raisons d'établir un schéma directeur - formule des rapports à son propre travail - avance des arguments concrets pour la mise en œuvre 	<input type="checkbox"/>	<p>1.8 Disposition à la performance</p> <p>1.9 Aptitude à l'apprentissage</p>	<p>2.1 Approche analytique et planifiée</p> <p>2.12 Fixer des objectifs et de priorités</p>	C 3
Attitude de mon entreprise d'apprentissage envers les collaborateurs et la gestion du personnel B/E	1.4.1.2 Je sais présenter mon entreprise d'apprentissage de manière autonome selon les critères suivants: <ul style="list-style-type: none"> • sa position fondamentale concernant les requêtes des collaboratrices et collaborateurs en matière de salaire, de développement personnel, de sécurité sociale et de codécision • ses principes en matière de gestion du personnel • ses visions concernant l'évolution technique. <p>Mon exposé est clair, aussi pour un profane.</p>	<p>Je tire mes informations du schéma directeur de mon entreprise d'apprentissage, d'entretiens avec mes supérieurs et d'observations personnelles.</p> <p>J'utilise pour ma présentation des documents clairs, préparés par moi-même. Je sais que je dois étayer chaque affirmation. J'ai recours pour ma présentation à des outils tels que panneaux, rétroprojecteurs, etc.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - prend position, de façon claire pour un profane, sur des requêtes de collaboratrices et collaborateurs en matière de salaire, de développement personnel, de sécurité sociale et de codécision - énonce, dans sa présentation préparée de manière autonome, les principes en matière de gestion du personnel - expose ses visions concernant l'évolution technique 	<input type="checkbox"/>	<p>1.16 Communiquer son rapport aux valeurs</p>	<p>2.5 Traitement des informations</p> <p>2.6 Techniques de présentation</p>	C 2

1. Branche et entreprise

1.4 Objectifs de l'entreprise

	Objectifs détaillés	Conseils	Aspects partiels pour les STA	Objec- tif atteint	Favorise l'acquisition de compé- tences sociales	Favorise l'acquisition de compé- tences méthodolo- giques	Taxo- nomie
Connaître les objectifs économiques de l'entreprise B/E	1.4.1.3 J'expose avec mes propres mots à une per- sonne étrangère à la branche les objectifs de notre entreprise dans les domaines suivants: - produits et services - position sur le marché - relations avec les clients - ou autres aspects de l'entreprise.		<ul style="list-style-type: none"> - expose en ses propres termes les objectifs de l'entreprise d'apprentissage en matière de produits ou services - expose en ses propres termes les objectifs de l'entreprise d'apprentissage relatifs à sa position sur le marché - expose en ses propres termes les objectifs de l'entreprise d'apprentissage concernant les relations avec les clients ou d'autres aspects de l'entreprise 	□	1.5 Souplesse 1.13 Aptitude au transfert	2.5 Traitement des informations 2.6 Techniques de présentation	C 2

1. Branche et entreprise

1.4 Objectifs de l'entreprise

Objectif général

1.4.2 Il va de soi pour l'employé de commerce d'orienter son travail vers les objectifs visés.

	Objectifs détaillés	Conseils	Aspects partiels pour les STA	Objec-tif atteint	Favorise l'acquisition de compétences sociales	Favorise l'acquisition de compétences méthodologiques	Taxonomie
Atteindre les objectifs B/E	<p>1.4.2.1</p> <p>Lorsqu'on me confie une tâche d'une certaine envergure, je procède de manière systématique. Je planifie mon travail en utilisant la "méthode des six étapes":</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. information 2. planification 3. décision 4. réalisation 5. contrôle 6. évaluation <p>Si mon maître d'apprentissage ne connaît pas ce procédé, je le lui explique. Si mon entreprise utilise une autre méthode de planification du travail, je l'applique.</p>		<ul style="list-style-type: none"> - choisit et justifie le procédé - utilise la méthode choisie de manière systématique et explique la manière de procéder - est en mesure d'appliquer le procédé au moyen d'un exemple donné 	<input type="checkbox"/>	1.8 Disposition à la performance	2.1 Approche analytique et planifiée 2.8 Gestion de projets	C 3
Citer les objectifs du comportement d'équipe B réd./E	<p>1.4.2.2</p> <p>Je cite trois aspects qui favorisent/entravent une bonne collaboration et peux les illustrer sur la base d'exemples que j'ai moi-même choisis.</p>		<ul style="list-style-type: none"> - cite 3 aspects qui favorisent une bonne collaboration - cite 3 aspects qui entravent une bonne collaboration - les exemples choisis sont judicieux 	<input type="checkbox"/>	1.12 Aptitude au travail en équipe	2.8 Gestion de projets	C 2

1. Branche et entreprise

1.5 Suivre l'évolution de la branche

Idée directrice

Les employés qui se tiennent au courant des évolutions dans leur branche peuvent mieux agir au sein de l'entreprise et saisissent mieux les besoins des clients. Les évolutions et tendances d'actualité sont régulièrement discutées au sein de l'entreprise. Cela incite les collaborateurs à suivre spontanément ces évolutions.

Objectif général

1.5.1 L'employé de commerce se sert des canaux d'information accessibles et s'intéresse aux développements dans sa branche.

	Objectifs détaillés	Conseils	Aspects partiels pour les STA	Objectif atteint	Favorise l'acquisition de compétences sociales	Favorise l'acquisition de compétences méthodologiques	Taxonomie
Utiliser les canaux d'information concernant la branche B/E	1.5.1.1 Je connais différentes sources d'information pour me renseigner sur l'évolution de ma branche. De trois sources différentes, je choisis un article paru l'année précédente et suis capable, à l'aide de quelques notes, d'en faire un compte-rendu correct, bien structuré et rédigé en mes propres termes.	Je demande à mes formateurs quelles associations, administrations ou autres institutions fournissent régulièrement des informations à mon entreprise d'apprentissage. Je me renseigne auprès d'elles sur des publications spécialisées et m'intéresse aux sessions et séminaires qu'elles organisent. Par ailleurs, je lis aussi souvent que possible des journaux et magazines économiques, tels l'Agefi, Bilan, PME-Magazine, etc.	<ul style="list-style-type: none"> - connaît différentes sources d'information - a choisi trois articles de différentes sources et en fait, à l'aide de quelques notes, un compte rendu correct, rédigé en ses propres termes - ces notes sont bien structurées et correctes quant au contenu 	<input type="checkbox"/>	1.6 Aptitude à la communication 1.8 Disposition à la performance	2.12 Fixer des objectifs et des priorités	C 2
Montrer des changements à court terme dans la branche B/E	1.5.1.3 A une personne étrangère à la branche, je sais montrer clairement deux changements qui pourraient se produire actuellement ou tout prochainement dans ma branche.	Ces changements peuvent tout concerner: nouveaux ou autres services, nouveaux ou autres canaux de distribution, nouveaux types d'organisation du travail, taille des départements ou des entreprises, qualité, mondialisation, automatisation, etc. Par "branche" on entend ici p. ex.: fiduciaires, ateliers de construction mécanique, commerce de détail, administrations communales, etc.	<ul style="list-style-type: none"> - montre clairement deux changements imminents possibles - justifie son choix - cite des conséquences possibles pour la branche 	<input type="checkbox"/>	1.11 Assurance	2.6 Techniques de présentation	C 2

1. Branche et entreprise

1.6 Les processus de travail dans l'entreprise

Idée directrice

Des processus de travail rationnels sont profitables au succès de l'entreprise. Il permettent de satisfaire au mieux les désirs des clients. C'est pourquoi il importe que les employés de commerce puissent décrire et analyser les processus de travail dans l'entreprise et participer à leur organisation.

Objectif général

1.6.1 L'employé de commerce s'efforce en tout temps de comprendre les processus de travail simples au sein de l'entreprise, de les analyser et, le cas échéant, de soumettre des propositions d'amélioration.

	Objectifs détaillés	Conseils	Aspects partiels pour les STA	Objectif atteint	Favorise l'acquisition de compétences sociales	Favorise l'acquisition de compétences méthodologiques	Taxonomie
Décrire des processus de travail B/E	1.6.1.2 Au moyen d'un ordinogramme, je décris des processus de travail dans mon entreprise tels que <ul style="list-style-type: none"> • l'exécution d'une commande • le trafic des paiements au moyen des signes usuels dans la branche sans rien omettre.	L'ordinogramme montre comment au sein de l'entreprise, les travaux s'enchaînent logiquement, se déroulent en parallèle ou se chevauchent.	<ul style="list-style-type: none"> - explique l'ordinogramme complet établi par ses soins - les signes utilisés sont courants dans la branche - identifie les intersections 	<input type="checkbox"/>	1.5 Souplesse 1.6 Aptitude à la communication	2.6 Techniques de présentation	C 2
Analyser des processus de travail B/E	1.6.1.3 Je cite trois à cinq critères me permettant d'analyser les processus de travail dans mon entreprise d'apprentissage. A l'aide d'un ou deux de ces critères, j'ai examiné de près deux processus pas trop compliqués, et j'ai vérifié ce qui est particulièrement bien et ce que je pourrais améliorer.	Exemples de critères: <ul style="list-style-type: none"> • le temps utilisé • les éventuels malentendus entre les collaborateurs assignés à la même tâche • les déchets (écologie) • les coûts • la diversité du travail 	<ul style="list-style-type: none"> - cite au moins trois critères et justifie son choix - a examiné de près, à l'aide d'un critère, deux processus pas trop compliqués et explique ce qui est particulièrement bien - a examiné de près, à l'aide d'un critère, deux processus pas trop compliqués et explique ce que l'on pourrait améliorer 	<input type="checkbox"/>	1.7 Aptitude à gérer les conflits 1.13 Aptitude au transfert	2.1 Approche analytique et planifiée 2.4 Techniques de créativité	C 4
Proposer des améliorations B/E	1.6.1.4 Je soumetts des idées ou des propositions permettant de mieux atteindre les objectifs de l'entreprise ou de les atteindre plus facilement. Je sais expliquer pourquoi je présente cette proposition. Elle peut aussi porter sur des petites questions pratiques.		<ul style="list-style-type: none"> - soumet des idées ou des propositions - celles-ci permettent de mieux atteindre les objectifs de l'entreprise ou de les atteindre plus facilement - peut justifier sa proposition 	<input type="checkbox"/>	1.11 Assurance	2.7 Techniques de résolution de problèmes 2.11 Réflexion pluridisciplinaire	C 5

1. Branche et entreprise

1.7 Commerce

Idée directrice

Le commerce lie les producteurs aux consommateurs. Afin d'assumer cette tâche avec succès, les commerçants doivent connaître les principes, les processus et les structures du commerce.

1.7.1 Objectif général

Les commerçants s'intéressent aux comportements humains étant à la base de l'économie et du commerce.

	Objectifs détaillés	Conseils	Aspects partiels pour les STA	Objectif atteint	Favorise l'acquisition de compétences sociales	Favorise l'acquisition de compétences méthodologiques	Taxonomie
Marchandises/ Prestations de service E/B	1.7.1.1 Je suis en mesure de répartir les différentes marchandises et prestations de service de mon entreprise dans un tableau, selon les quatre points de vue habituels qui me sont connus.	Points de vue: <ul style="list-style-type: none"> • libres • économiques • matériels • immatériels 	<ul style="list-style-type: none"> • sélectionne les produits et prestations de service de l'entreprise en guise d'exemples • ordonne les exemples correctement selon les différents points de vue • dresse un tableau clair 	<input type="checkbox"/>	Capacité de transfert	Savoir utiliser les sources d'information	C 2

1. Branche et entreprise

1.7 Commerce

Idée directrice

Le commerce lie les producteurs aux consommateurs. Afin d'assumer cette tâche avec succès, les commerçants doivent connaître les principes, les processus et les structures du commerce.

1.7.2 Objectif général

Les commerçants sont capables de présenter les structures du commerce en Suisse.

	Objectifs détaillés	Conseils	Aspects partiels pour les STA	Objectif atteint	Favorise l'acquisition de compétences sociales	Favorise l'acquisition de compétences méthodologiques	Taxonomie
Importance E/B	1.7.2.1 Je rédige un bref exposé où je décris l'importance de la branche du commerce pour l'économie suisse, à l'aide des statistiques données et/ou de propres informations récoltées.	Sources d'information: <ul style="list-style-type: none"> médias quotidiens ouvrages spécialisés Office fédéral des statistiques Secrétariat d'Etat pour l'économie organisations de la branche connaisseurs de la branche dans l'entreprise autres 	<ul style="list-style-type: none"> rédige un bref exposé irréprochable sur le plan orthographique souligne clairement l'importance du commerce récolte autonome des informations à partir de source sérieuses 	<input type="checkbox"/>	Capacité de transfert Saine confiance en soi	Savoir gérer les sources d'information	C 5

1. Branche et entreprise

1.8 Commerce international

Idée directrice

L'économie suisse dépend dans une large mesure du commerce extérieur. Le commerce international croissant rapidement est réglementé par des contrats internationaux. Les commerçants doivent connaître les structures, fonctions, répercussions et développements futurs du commerce extérieur suisse et des conventions internationales les plus importantes.

1.8.1 Objectif général

Les commerçants disposent d'une idée claire des raisons et fondements entourant le commerce d'importation en Suisse. Ils sont conscients du fait que ce commerce est soumis à différentes limitations restrictives.

	Objectifs détaillés	Conseils	Aspects partiels pour les STA	Objec- tif atteint	Favorise l'acquisition de compé- tences sociales	Favorise l'acquisition de compé- tences méthodolo- giques	Taxo- nomie
Raisons pour l'Importation E/B	1.8.1.1 Dans le cadre d'un bref exposé oral, j'explique avec quatre arguments convaincants pourquoi la Suisse a besoin d'importations. Par argument, je cite deux exemples issus de la pratique.	<ul style="list-style-type: none"> • matières premières • coûts de production • savoir-faire • marché intérieur 	<ul style="list-style-type: none"> • peut citer les quatre arguments • cite deux exemples adéquats par argument • les exemples sont proches de la pratique, c.-à-d. en rapport avec les conditions suisses 	<input type="checkbox"/>	Capacité de communication Capacité de transfert	Techniques de présentation	C 2
Restrictions de commerce tarifaires et non tarifaires E/B	1.8.1.2 En cinq minutes, j'explique oralement la différence entre les restrictions de commerce tarifaires et non-tarifaires, en illustrant mes propos avec des exemples parlants issus de la pratique.	Restrictions tarifaires: <ul style="list-style-type: none"> • taxes douanières • impôts Restrictions non-tarifaires: <ul style="list-style-type: none"> • formalités douanières fastidieuses • prescriptions de sécurité • prescriptions de santé • réglementations écologiques • autres 	<ul style="list-style-type: none"> • présente oralement ses explications en cinq minutes, de manière claire et compréhensible • choisit chaque fois un exemple adéquat issu de la pratique • la différence est compréhensible pour l'interlocuteur 	<input type="checkbox"/>	Capacité de transfert	Techniques de créativité	C 2

1. Branche et entreprise

1.9 Circuit économique

Idée directrice

Dans leur chemin entre la matière première, le développement et jusqu'au consommateur, les biens et les prestations de service sont généralement traités par différentes entreprises. Les différentes parties d'un circuit économique se différencient selon les fonctions qu'elles remplissent. Sur la base de ces faits, les commerçants doivent connaître la structure, les différentes formes d'exploitation et les règles fondamentales d'un circuit économique.

1.9.1 Objectif général

Les commerçants s'intéressent aux structures des différents circuits économiques en fonction du produit et sont conscients du positionnement de leur entreprise au sein du circuit économique.

	Objectifs détaillés	Conseils	Aspects partiels pour les STA	Objec- tif atteint	Favorise l'acquisition de compé- tences sociales	Favorise l'acquisition de compé- tences méthodolo- giques	Taxo- nomie
Le circuit économique E/B	1.9.1.1 Je représente de manière graphique le circuit économique d'un produit de mon entreprise librement choisi. Je sais positionner correctement mon entreprise et expliquer les caractéristiques et tâches des différents niveaux de manière plausible pour une personne non-avertie.	Circuit économique: <ul style="list-style-type: none"> • acquisition des matières premières • producteurs • commerce en gros • commerce de détail • consommateurs 	<ul style="list-style-type: none"> • représente graphiquement de manière correcte le circuit économique du produit choisi • ordonne les niveaux, attribue correctement les tâches et explique le tout de manière plausible pour une personne non-avertie • positionne correctement l'entreprise dans le circuit économique 	<input type="checkbox"/>	Capacité de transfert	Techniques de présentation	C 2

1. Branche et entreprise

1.9 Circuit économique

Idée directrice

L'économie suisse dépend dans une large mesure du commerce extérieur. Le commerce international croissant rapidement est réglementé par des contrats internationaux. Les commerçants doivent connaître les structures, fonctions, répercussions et développements futurs du commerce extérieur suisse et des contrats internationaux les plus importants.

1.9.2 Objectif général

Les commerçants sont conscients de l'importance des entreprises de commerce au sein du circuit économique.

	Objectifs détaillés	Conseils	Aspects partiels pour les STA	Objec- tif atteint	Favorise l'acquisition de compé- tences sociales	Favorise l'acquisition de compé- tences méthodolo- giques	Taxo- nomie
Fonctions du commerce E/B	1.9.2.1 Dans le cadre d'une discussion sur la nécessité du commerce, j'argumente de manière pragmatique et fair-play. Je démontre clairement l'utilité que les fonctions fournies par le commerce amènent à l'économie globale.	Fonctions du commerce: <ul style="list-style-type: none"> • compensation des quantités • assortiment • stockage • conseil/information • financement • etc. 	<ul style="list-style-type: none"> • argumente de manière pragmatique sur l'importance du commerce pour l'économie globale • démontre clairement dans les arguments les fonctions exercées par les entreprises de commerce • pendant la discussion, avance les arguments de manière logique découlant du contexte adéquat 	<input type="checkbox"/>	Saine confiance en soi	Gérer les sources d'information	C 3
Comparer les présentations d'entreprise B	1.9.2.2 Je compare d'une façon autonome la présentation de mon entreprise formatrice par rapport à celle d'une autre branche. En m'appuyant sur deux aspects de ma comparaison (exemple propre à mon entreprise) je démontre comment la présentation est appliquée en pratique.	La présentation met en valeur tous les éléments permettant de présenter l'entreprise Beaucoup d'entreprises ont pour cela des directives précises	<ul style="list-style-type: none"> • explique la présentation de la propre entreprise • compare la présentation de l'entreprise formatrice avec celui d'une autre branche • démontre à partir de deux aspects l'application pratique de la présentation 	<input type="checkbox"/>	Capacité de transfert		C 3

1. Branche et entreprise

1.10 Flux des marchandises

Idée directrice

La tâche principale du commerce est de proposer des marchandises et des prestations de service. Celles-ci doivent être sélectionnées, acquises, transportées et stockées. Afin qu'ils comprennent toutes les connexions du flux de marchandises, les commerçants doivent disposer de connaissances de base à tous les niveaux, même si les différentes activités sont exécutées par des spécialistes.

1.10.1 Objectif général

Les commerçants sont capables d'analyser l'assortiment de leur propre entreprise et de le comparer à ceux de la concurrence.

		Objectifs détaillés	Conseils	Aspects partiels pour les STA	Objec- tif atteint	Favorise l'acquisition de compé- tences sociales	Favorise l'acquisition de compé- tences méthodolo- giques	Taxo- nomie
Connaître la composition de l'assortiment E/B	la de	<p>1.10.1.1 Je sais expliquer simplement et clairement à un collaborateur inexpérimenté la notion de composition d'assortiment sur la base de la structure d'assortiment. Je peux renforcer mes explications et les illustrer graphiquement avec deux exemples de différentes entreprises de commerce, dont la mienne..</p>	<p>Structures d'assortiment :</p> <ul style="list-style-type: none"> assortiment mince assortiment large assortiment profond assortiment plat 	<ul style="list-style-type: none"> choisit deux exemples adéquats explique correctement les structures à l'aide d'une représentation graphique explique la notion de composition d'assortiment de manière compréhensible pour un collaborateur inexpérimenté 	<input type="checkbox"/>	<p>Capacité de communication</p> <p>Capacité de transfert</p>	<p>Gérer les sources d'information</p>	C 2
Comparer les assortiments E/B		<p>1.10.1.2 Sur la base d'informations que j'ai récoltées, je sais comparer l'assortiment de mon entreprise (ou d'un département) avec celui d'une entreprise concurrente, selon les points de vue de l'aménagement de l'assortiment..</p> <p>Je transmets oralement mes conclusions écrites à mon formateur, de manière claire et compréhensible.</p>	<p>Points de vue de l'aménagement de l'assortiment :</p> <ul style="list-style-type: none"> composition de l'assortiment prix qualité continuité caractère saisonnier 	<ul style="list-style-type: none"> récolte les informations nécessaires de manière autonome compare les deux entreprises sur la base de différents points de vue de manière correcte transmet oralement les conclusions écrites de manière claire et compréhensible 	<input type="checkbox"/>	<p>Capacité de communication</p> <p>Capacité de transfert</p>	<p>Techniques de présentation</p> <p>Gérer les sources d'information</p>	C 4

1. Branche et entreprise

1.10 Flux des marchandises

Idée directrice

La tâche principale du commerce est de proposer des marchandises et des prestations de service. Celles-ci doivent être sélectionnées, acquises, transportées et stockées. Afin qu'ils comprennent toutes les connexions du flux de marchandises, les commerçants doivent disposer de connaissances de base à tous les niveaux, même si les différentes activités sont exécutées par des spécialistes.

1.10.2 Objectif général

Les commerçants montrent de l'intérêt en vue d'acquérir les fondements théoriques de l'achat sur la base d'exemples pratiques.

	Objectifs détaillés	Conseils	Aspects partiels pour les STA	Objec- tif atteint	Favorise l'acquisition de compé- tences sociales	Favorise l'acquisition de compé- tences méthodolo- giques	Taxo- nomie
Sources d'approvisionnement E/B	1.10.2.1 Sur la base d'exemples présentés par mes soins, j'explique de manière convaincante à mon formateur les canaux qui ont servi à acheter les marchandises, ainsi que les points de vue probables qui ont joué le rôle décisif pour l'attribution des commandes aux fournisseurs respectifs.		<ul style="list-style-type: none"> • cite les canaux d'achat corrects • décrit différents points de vue qui peuvent jouer un rôle dans le choix des fournisseurs • justifie de manière convaincante quels sont les points de vue décisifs pour l'exemple en question 	<input type="checkbox"/>	Capacité de communication Capacité de transfert	Techniques de présentation	C 3
Moment de la commande E/B	1.10.2.2 Sur la base d'un exemple donné, je peux déterminer le moment adéquat de passer commande et expliquer les états de stock décisifs en la matière	<ul style="list-style-type: none"> • stock maximal • cote d'alerte du stock • stock minimum • stock de sécurité • ventes à défaut 	<ul style="list-style-type: none"> • présente la formule de calcul correcte • explique correctement les niveaux de stock décisifs pour la commande • calcule correctement le moment de la commande pour l'exemple en question 	<input type="checkbox"/>	Capacité de transfert	Gérer les sources d'information	C 2

1. Branche et entreprise

1.10 Flux des marchandises

Idée directrice

La tâche principale du commerce est de proposer des marchandises et des prestations de service. Celles-ci doivent être sélectionnées, acquises, transportées et stockées. Afin qu'ils comprennent toutes les connexions du flux de marchandises, les commerçants doivent disposer de connaissances de base à tous les niveaux, même si les différentes activités sont exécutées par des spécialistes.

1.10.3 Objectif général

Les commerçants reconnaissent l'importance d'un stock bien géré pour toute entreprise de commerce. Ils sont disposés d'appliquer ces connaissances dans la pratique du travail quotidien.

	Objectifs détaillés	Conseils	Aspects partiels pour les STA	Objec- tif atteint	Favorise l'acquisition de compé- tences sociales	Favorise l'acquisition de compé- tences méthodolo- giques	Taxo- nomie
Données de stock E/B	1.10.3.1 a) Je sais calculer les trois plus importantes données de stock sur la base d'exemples donnés et expliquer leur signification. b) Je sais interpréter les données calculées par rapport à l'exemple en question.	<ul style="list-style-type: none"> état du stock rotation du stock durée du stock 	<ul style="list-style-type: none"> sait présenter la signification des trois plus importantes données de stock calcule correctement les exemples donnés interprète correctement les résultats 		Capacité de transfert	Gérer les sources d'information	C 1 C 3
Buts E/B	1.10.3.2 A l'attention d'un collègue nouveau ou inexpérimenté, je décris avec mes propres mots et de manière compréhensible, sur la base d'un exemple que j'ai choisi, les trois buts essentiels de la gestion du stock et les conflits de buts qui en découlent.	<ul style="list-style-type: none"> aptitude à livrer limitation des coûts limitation de l'engagement de capital 	<ul style="list-style-type: none"> décris tous les trois buts essentiels avec ses propres mots montre également les conflits de buts sur la base de l'exemple choisi les informations sont compréhensibles pour un collaborateur inexpérimenté 	<input type="checkbox"/>	Capacité de communication Capacité de transfert	Techniques de présentation	C 2
Inventaire et inventories E/B red.	1.10.3.3 a) Je sais expliquer avec mes propres mots et de manière compréhensible les termes "inventaire" et "inventories". b) Je sais justifier de manière compréhensible la nécessité d'inventories.		<ul style="list-style-type: none"> explique les notions avec ses propres mots de manière compréhensible et correcte justifie de manière convaincante la nécessité d'inventories l'exemple choisi soutient la fondation 	<input type="checkbox"/>	Capacité de communication Capacité de transfert	Gérer les sources d'information	C 2 C 2 C 1

<p>Stocker les marchandises</p> <p>E/B</p>	<p>1.10.3.4 Sur la base de différents exemples de marchandises de mon entreprise, je sais expliquer les notions suivantes de gestion de stock manière compréhensible pour un collègue non-averti:</p> <ul style="list-style-type: none"> • fonction de stock • types de stock • principes de stock • flux de marchandises au stock • risques de stockage 		<ul style="list-style-type: none"> • choisit des exemples adéquats de l'entreprise, qui illustrent bien les propos • explique toutes les cinq notions • explique de manière compréhensible et convaincante pour un nouveau collaborateur 	<input type="checkbox"/>	<p>Capacité de communication</p> <p>Capacité de transfert</p>	<p>Gérer les sources d'information</p>	<p>C 2</p>
--	---	--	---	--------------------------	---	--	------------

1. Branche et entreprise

1.10 Flux des marchandises

Idée directrice

La tâche principale du commerce est de proposer des marchandises et des prestations de service. Celles-ci doivent être sélectionnées, acquises, transportées et stockées. Afin qu'ils comprennent toutes les connexions du flux de marchandises, les commerçants doivent disposer de connaissances de base à tous les niveaux, même si les différentes activités sont exécutées par des spécialistes.

1.10.4 Objectif général

Les commerçants sont conscients de l'importance déterminante pour le commerce de la fluidité des expéditions et de la logistique. Aussi, ils sont particulièrement motivés d'acquérir les connaissances spécialisées nécessaires pour la collaboration avec les commissionnaires de transport et les logisticiens.

	Objectifs détaillés	Conseils	Aspects partiels pour les STA	Objec- tif atteint	Favorise l'acquisition de compé- tences sociales	Favorise l'acquisition de compé- tences méthodolo- giques	Taxo- nomie
Tâches de l'expédition E/B	1.10.4.1 J'explique les trois tâches essentielles du commissionnaire de transport dans mes propres mots.	<ul style="list-style-type: none"> • intermédiaire • transporteur • autres prestations de service 		<input type="checkbox"/>	Capacité de communication Capacité de transfert	Gérer les sources d'information	C 2
Tâches de la logistique E/B	1.10.4.2 Sur la base d'un produit de mon entreprise, je représente graphiquement le chemin depuis le producteur jusqu'au consommateur, en indiquant à quels endroits la logistique assume quelles activités.		<ul style="list-style-type: none"> • représente graphiquement le chemin de manière claire • représente le chemin depuis le producteur jusqu'au consommateur, sur la base d'un produit adéquat qu'il a choisi lui-même • montre correctement les différentes activités de la logistique 	<input type="checkbox"/>	Capacité de communication	Approche en réseau Techniques de présentation	C 3
Voies et supports de transport E/B	1.10.4.3 Sur la base d'un exemple donné d'un transport de marchandises de mon entreprise (genre de marchandise, point de départ et d'arrivée, dispositions spéciales), je choisis les supports de transport adéquats, décris l'itinéraire des marchandises de manière compréhensible et justifie la solution que je préconise.		<ul style="list-style-type: none"> • décrit de manière compréhensible un itinéraire de transport logique destiné à la marchandise • choisit les supports de transport adéquats • justifie la solution préconisée de manière convaincante 	<input type="checkbox"/>	Capacité de communication Capacité de transfert Saine confiance en soi	Gérer les sources d'information	C 3

1. Branche et entreprise

1.11 Vente et marketing

Idée directrice

En Suisse, l'offre étant plus forte que la demande, les entreprises doivent accorder une grande attention à l'écoulement de leurs produits. En conséquence, les commerçants doivent être familiers des instruments de promotion des ventes, de fidélisation et du marketing.

1.11.1 Objectif général

Les commerçants suivent intensément l'utilisation des instruments éprouvés et le développement des nouveaux outils de promotion des ventes, de fidélisation et de marketing.

	Objectifs détaillés	Conseils	Aspects partiels pour les STA	Objec- tif atteint	Favorise l'acquisition de compé- tences sociales	Favorise l'acquisition de compé- tences méthodolo- giques	Taxo- nomie
Données de vente E/B	1.11.1.1 Je connais trois données de vente importantes pour mon entreprise et, sur la base de deux exemples, je peux expliquer comment les modifications des chiffres peuvent se répercuter sur la politique d'affaires et les mesures qu'elles provoquent.	<ul style="list-style-type: none"> • bénéfique • chiffre d'affaires • chiffre d'affaires par m2 • chiffre d'affaires par collaborateur (par personne ou par heure) • chiffre d'affaires par client 	<ul style="list-style-type: none"> • cite trois données de vente importantes pour l'entreprise • montre deux répercussions possibles des modifications de chiffre de vente sur la politique d'affaires • dégage les mesures rendues nécessaires en raison des modifications des chiffres de vente 	<input type="checkbox"/>	Capacité de communication Capacité de transfert	Gérer les sources d'information	C 2
Importance des mesures de promotion des ventes E/B red.	1.11.1.2 a) J'explique correctement à mon formateur l'importance et la signification de cinq mesures de promotion des ventes. b) Sur la base de ces cinq mesures, je compare mon entreprise avec une société concurrente à l'aide d'un tableau.	Mesures possibles: <ul style="list-style-type: none"> • vitrine • espace de vente • guidage de la clientèle • présentation des marchandises • éclairage • musique de fond • ambiance de l'espace • service extérieur • autres 	<ul style="list-style-type: none"> • explique la signification de cinq mesures de promotion des ventes clairement différentes • conçoit un tableau explicite • à l'aide d'un tableau, compare son entreprise et une entreprise concurrente en démontrant quelle société travaille avec quelle mesure 	<input type="checkbox"/>	Capacité de communication Capacité de transfert Communiquer sa propre échelle de valeurs	Gérer les sources d'information	C 2 C 4 C 6

<p>Mix marketing</p> <p>E/B</p>	<p>1.11.1.3</p> <p>Je présente un produit ou une prestation de service donnés de mon entreprise à l'aide d'un mix marketing et avec mes propres mots.</p>	<p>Mix marketing:</p> <ul style="list-style-type: none"> • product (produit) • price (prix) • place (distribution/vente) • promotion (publicité) 	<ul style="list-style-type: none"> • présente un produit ou une prestation de service avec les deux composantes de mix marketing prix et produit correctes • présente un produit ou une prestation de service avec la composante de mix marketing publicité correcte • présente un produit ou une prestation de service avec la composante de mix marketing distribution/vente correcte 	<input type="checkbox"/>	<p>Capacité d'apprendre</p> <p>Techniques de présentation</p>	<p>C 3</p>
---------------------------------	---	--	--	--------------------------	---	------------

1. Branche et entreprise

1.12 Financement du commerce

Idée directrice

Le commerce comporte de nombreux risques. Il implique, entre autres, le danger de pertes matérielles et financières. C'est pourquoi les commerçants doivent au courant de ces facteurs de risques et des aspects financiers.

1.12.1 Objectif général

Les commerçants sont capables d'engager les instruments les plus appropriés pour contrer les dangers potentiels qui menacent le commerce.

	Objectifs détaillés	Conseils	Aspects partiels pour les STA	Objec- tif atteint	Favorise l'acquisition de compé- tences sociales	Favorise l'acquisition de compé- tences méthodolo- giques	Taxo- nomie
Evaluer les risques E red./B	1.12.1.1 Pour chacun parmi trois risques d'approvisionnement (nationaux ou internationaux), je cite une possibilité / un instrument qui permet de le limiter, de manière à éviter de mettre le commerce en péril. Je peux expliquer les mesures à un collaborateur inexpérimenté avec mes propres mots.	<ul style="list-style-type: none"> • vol • guerre • grève • accident • intempéries • pas de livraison • escroquerie • etc. 	<ul style="list-style-type: none"> • montre pour trois risques différents dans quelle mesure ils peuvent représenter un danger pour le commerce • désigne les instruments corrects/utiles pour contrer les risques respectifs • les explications sont convaincantes pour un collaborateur inexpérimenté 	<input type="checkbox"/>	Capacité de communication Capacité de transfert	Techniques de présentation	C 2

1. Branche et entreprise

1.13 Conditions légales

Idée directrice

Le commerce est exposé à la fois aux exigences économiques et aux réglementations et lois fixées par l'Etat. Afin de pouvoir prendre les décisions correctes et conformes aux lois, les commerçants doivent connaître les prescriptions qui concernent les activités commerciales.

1.13.1 Objectif général

Les commerçants d'intéressent à toutes les formes de taxes (taxes douanières, impôts) et modes de prélèvement exerçant une influence sur leurs activités commerciales.

	Objectifs détaillés	Conseils	Aspects partiels pour les STA	Objec- tif atteint	Favorise l'acquisition de compé- tences sociales	Favorise l'acquisition de compé- tences méthodolo- giques	Taxo- nomie
Taxe sur la valeur ajoutée E/B	1.13.1.1 Sur une demi-page A4, je peux décrire correctement à l'attention de mon formateur dans quelle mesure la TVA influence le calcul du prix d'un produit important donné de mon entreprise.	Je récolte les informations nécessaires auprès de la personne / du département responsable de mon entreprise.	<ul style="list-style-type: none"> choisit une forme de représentation claire et adaptée démontre correctement comment la TVA influence le calcul du prix explique l'influence de manière concrète et convaincante sur la base d'un exemple donné 	<input type="checkbox"/>	Capacité de communication Capacité de transfert	Gérer les sources d'information	C 3
Tâches de l'administration douanière E/B	1.13.1.2 Je peux citer les quatre tâches principales de la douane et peux les décrire chacune avec un exemple issu de la pratique librement choisi.	<ul style="list-style-type: none"> prélever les taxes appliquer les mesures du commerce extérieur protection de la population / de l'environnement tâches de sécurité et de police 	<ul style="list-style-type: none"> cite correctement les quatre tâches principales choisit des exemples issus de la pratique (de son entreprise) les exemples illustrent les tâches de manière convaincante 	<input type="checkbox"/>	Capacité de communication Capacité de transfert	Gérer les sources d'information	C 2

1. Branche et entreprise

1.13 Conditions légales

Idée directrice

Le commerce est exposé à la fois aux exigences économiques et aux réglementations et lois fixées par l'Etat. Afin de pouvoir prendre les décisions correctes et conformes aux lois, les commerçants doivent connaître les prescriptions qui concernent les activités commerciales.

1.13.2 Objectif général

Les commerçants sont conscients des avantages de mesures uniformes et de leur importance pour le fonctionnement du commerce.

	Objectifs détaillés	Conseils	Aspects partiels pour les STA	Objec- tif atteint	Favorise l'acquisition de compé- tences sociales	Favorise l'acquisition de compé- tences méthodolo- giques	Taxo- nomie
Standards E/B red.	1.13.2.1 Je résume les plus importantes mesures standardisées pour mon entreprise. Je cite aussi bien les mesures standardisées internes comme externes.	Je m'informe dans mon entreprise pour savoir quels produits ou procédures de travail sont définis par des standards internes ou externes (normes/prescriptions). Je rédige mon exposé en me basant sur ces informations.	<ul style="list-style-type: none"> • rédige un bref texte sans fautes • décrit les nombreuses unités de mesures standardisées qui sont relatives à mon entreprise • cite des exemples internes et externes 	<input type="checkbox"/>	Capacité de transfert Communiquer sa propre échelle de valeurs	Gérer les sources d'information	K-3
Différence prescriptions - normes E/B	1.13.2.2 A l'aide d'un tableau, je montre quelles sont les différences entre les prescriptions étatiques et les normes de l'économie.	Prescriptions: <ul style="list-style-type: none"> • étatiques, souveraines • obligatoires • Suisse, UE Normes: <ul style="list-style-type: none"> • industrie, commerce • volontaires • branche, CEN, ISO 		<input type="checkbox"/>	Capacité de communication Capacité de transfert	Techniques de présentation	C 2

1. Branche et entreprise

1.13 Conditions légales

Idée directrice

Le commerce est exposé à la fois aux exigences économiques et aux réglementations et lois fixées par l'Etat. Afin de pouvoir prendre les décisions correctes et conformes aux lois, les commerçants doivent connaître les prescriptions qui concernent les activités commerciales.

1.13.3 Objectif général

Les commerçants sont toujours disposés à vérifier l'impact des différentes lois sur le commerce et les entreprises commerciales.

	Objectifs détaillés	Conseils	Aspects partiels pour les STA	Objec- tif atteint	Favorise l'acquisition de compé- tences sociales	Favorise l'acquisition de compé- tences méthodolo- giques	Taxo- nomie
Explications de bases conformes	1.13.3.1 Je suis capable d'appliquer correctement trois bases ou prescriptions conformes pour l'importance de l'entreprise et son influence sur le travail quotidien		<ul style="list-style-type: none"> commente correctement trois bases ou prescription conformes explique logiquement le lien de ces bases par rapport à l'entreprise démontre correctement l'influence pour le travail quotidien 	<input type="checkbox"/>	Capacité de transfert	Technique de présentation	K-2
Liens pratiques des lois et prescriptions E/B	1.13.3.2 Sur la base de quatre exemples donnés issus de mon entreprise, je peux expliquer correctement comment les lois et prescriptions importantes sont appliquées dans la pratique au moyen de réglementations et directives internes.		<ul style="list-style-type: none"> attribue correctement aux prescriptions légales les directives internes respectives explique correctement les liens respectifs pour les quatre exemples en question sur la base des exemples, explique de manière compréhensible l'approche pratique des directives d'entreprise 	<input type="checkbox"/>	Capacité de communication Capacité de transfert	Gérer les sources d'information	C 3