

MINISTERE DE LA COMMUNAUTE FRANCAISE
ADMINISTRATION GENERALE DE L'ENSEIGNEMENT ET DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE
ENSEIGNEMENT DE PROMOTION SOCIALE DE REGIME 1

DOSSIER PEDAGOGIQUE

UNITE DE FORMATION

**METIERS DE L'ALIMENTATION :
BASE DES TECHNIQUES DE VENTE**

ENSEIGNEMENT SECONDAIRE SUPERIEUR DE TRANSITION

<p>CODE : 71 42 11 U 21 D1 CODE DU DOMAINE DE FORMATION : 704 DOCUMENT DE REFERENCE INTER-RESEAUX</p>
--

**Approbation du Gouvernement de la Communauté française du 20 août 2003
sur avis conforme de la Commission de concertation**

METIERS DE L'ALIMENTATION :
BASE DES TECHNIQUES DE VENTE
ENSEIGNEMENT SECONDAIRE SUPERIEUR DE TRANSITION

1. FINALITES DE L'UNITE DE FORMATION

1.1. Finalités générales

Conformément à l'article 7 du décret de la Communauté française du 16 avril 1991 organisant l'enseignement de promotion sociale, cette unité de formation doit :

- ◆ concourir à l'épanouissement individuel en promouvant une meilleure insertion professionnelle, sociale, culturelle et scolaire ;
- ◆ répondre aux besoins et demandes en formation émanant des entreprises, des administrations, de l'enseignement et, d'une manière générale, des milieux socio-économiques et culturels.

1.2. Finalités particulières

Cette unité de formation vise à permettre à l'étudiant, inscrit dans une formation qualifiante relevant du secteur de l'alimentation, d'acquérir des compétences de base en techniques :

- ◆ d'accueil, de conseil et de communication commerciale à la clientèle,
- ◆ de présentation, d'étiquetage des produits.

2. CAPACITES PREALABLES REQUISES

2.1. Capacités

Pour les compétences en mathématiques,

face à des documents, des situations-problèmes illustrant des situations professionnelles courantes des métiers de l'alimentation,

- ◆ identifier les données d'un problème et choisir le mode de calcul approprié :
 - ◆ utiliser les quatre opérations fondamentales, calculer des pourcentages et des proportions ;
 - ◆ estimer et comparer des grandeurs ;
 - ◆ utiliser les mesures appropriées.

Pour les compétences en langue française,

- ◆ construire des réponses à des questions globales sur le contenu de messages, de types variés, d'un niveau de langue courante ou professionnelle ;

- ◆ exprimer, à l'oral, un avis personnel et justifié, en veillant à l'exactitude des informations et/ou des arguments ;
- ◆ écrire, en démontrant une connaissance suffisante de la langue, un message structuré d'un niveau de langue courante.

Pour les compétences professionnelles liées au profil de l'étudiant dans un des métiers du secteur de l'alimentation (boulangier-pâtissier, traiteur, boucher-charcutier, épicier,...),

- ◆ identifier les types de produits de consommation courante mis en vente ;
- ◆ expliciter :
 - ◆ les règles d'hygiène de base à respecter dans la manipulation de produits frais ou surgelés,
 - ◆ les précautions à prendre pour conserver l'état de fraîcheur pour une présentation à la clientèle.

2.2. Titre pouvant en tenir lieu

Pour le volet mathématique et la connaissance de la langue française : CEB.

Pour le volet des compétences professionnelles liées au métier de l'alimentation : attestations de réussite de l'enseignement de promotion sociale couvrant au moins 200 périodes dans le secteur de l'alimentation.

3. HORAIRE MINIMUM DE L'UNITE DE FORMATION

3.1. Dénomination des cours	Classement	Code U	Nombre de périodes
Communication et accueil de la clientèle	CT	B	24
Techniques de vente	CT	B	20
Techniques de présentation des produits	PP	L	20
3.2. Part d'autonomie		P	16
Total des périodes			80

4. PROGRAMME

L'étudiant sera capable :

4.1. En communication et accueil de la clientèle,

lors de situations de communication simulées relatives à l'accueil de la clientèle pour un métier de l'alimentation,

- ◆ d'appliquer les formules de politesse, les usages téléphoniques habituels dans les relations commerciales ;
- ◆ de repérer les comportements créant un climat commercial favorable : tenue vestimentaire, soin, niveau de langage, élocution, attitudes non verbales, formules de salutation, etc. ;

- ◆ d'adopter les attitudes, les comportements et les niveaux de langage adéquats pour répondre à des demandes de renseignements ;
- ◆ de donner des informations sur la composition du produit et éventuellement des conseils pour sa consommation ;
- ◆ de mettre en œuvre des techniques de communication incitative, de questionnement et de reformulation de réponses, afin de déterminer le(s) besoin(s) de la clientèle ;
- ◆ de s'assurer de la bonne compréhension par la clientèle des termes professionnels utilisés.

4.2. En techniques de vente,

- ◆ de caractériser le style d'un magasin : environnement, aire de chalandise, répartition des rayons et des linéaires, signalisation, mobilier et matériel de présentation, ... ;
- ◆ d'identifier les techniques courantes de fidélisation de la clientèle (avantages et limites d'une carte de fidélité) ;
- ◆ de consulter des fichiers de clients, de marchandises et de fournisseurs ;
- ◆ de négocier une vente de produits courants ;
- ◆ de noter une commande simple (écrire lisiblement et correctement les quantités et les noms des produits) ;
- ◆ d'identifier les différents modes de paiement : le chèque- repas, les cartes de paiement, ...

4.3. En techniques de présentation des produits,

- ◆ de participer à l'organisation de l'étalage ;
- ◆ d'utiliser correctement le matériel de présentation ;
- ◆ d'afficher des étiquettes claires, précises en appliquant la législation en vigueur (prix, poids) ;
- ◆ de manipuler les produits :
 - ◆ en respectant les règles d'hygiène,
 - ◆ en prenant les précautions nécessaires pour le maintien de la présentation du produit ;
- ◆ de choisir la technique d'emballage la plus appropriée pour garantir au client:
 - ◆ un transport aisé,
 - ◆ la fraîcheur du produit,
 - ◆ une présentation décorative du produit (présentation de fête, colis-cadeau, ...).

5. CAPACITES TERMINALES

Pour atteindre le seuil de réussite, l'étudiant devra prouver qu'il est capable :

sur base d'une mise en situation simulée,

- ◆ de négocier une vente de produits alimentaires jusqu'à l'encaissement
 - ◆ en tenant compte des besoins et des demandes d'information ou de conseil de la clientèle ;
 - ◆ en mettant en œuvre, d'une manière adéquate, les techniques de base de la communication commerciale et de l'accueil de la clientèle ;

- ◆ de choisir les techniques de présentation et d’emballage des produits pour garantir à la clientèle :
 - ◆ un transport aisé,
 - ◆ la fraîcheur du produit,
 - ◆ une présentation décorative du produit (présentation de fête, colis-cadeau,...).

Pour la détermination du degré de maîtrise, il sera tenu compte des critères suivants :

- ◆ la clarté et la précision du vocabulaire utilisé,
- ◆ la qualité de la relation établie avec la clientèle (situation simulée),
- ◆ les choix opérés pour présenter les produits.

6. CHARGE(S) DE COURS

Un enseignant

7. CONSTITUTION DES GROUPES OU REGROUPEMENT

Aucune recommandation particulière.