

## TRAME DU DOSSIER PROFESSIONNEL

1. IDENTIFICATION DE L'ENTREPRISE		
Entreprise individuelle <input type="checkbox"/> OUI <input type="checkbox"/> NON (si oui, répondre à la partie ci-dessous)	OU	Entreprise sociétaire : <input type="checkbox"/> OUI <input type="checkbox"/> NON (si oui, répondre à la partie ci-dessous)
Nom :  Adresse :		Dénomination sociale : Adresse :  Forme juridique :
N° identification (n°RCS)	Nom du responsable :	
Numéro de téléphone :	Numéro de télécopie :	Adresse Internet :
Dimension du point de vente : .....m <sup>2</sup>  Accueil  Espace détente  Espace de vente  Cabines de soins esthétiques  Zone de stockage  Autres	Date de création :	
Nombre de salariés (emplois occupés) : responsable du point de vente / vendeur (se) / esthéticienne ...		
2. SITUATION DANS L'APPAREIL COMMERCIAL		
Activité(s) principale(s) :		
Forme de commerce (associé, intégré ou indépendant) :		
Type de commerce : (franchise, concession, chaîne volontaire, grande surface spécialisée)		
3. POSITIONNEMENT DE L'ENTREPRISE SUR LE MARCHÉ : CONCURRENCE		
<b>Dénomination des concurrents ( enseigne)</b>		

#### 4. POLITIQUE COMMERCIALE

<b>Politique de produits</b>	Famille(s) de produits vendus :  Exemples de Marques commercialisées :	Type d'assortiment :
	Prestations proposées :	
<b>Politique d'approvisionnement</b>	Circuit de distribution :	Stratégie de distribution :
<b>Politique de prix</b>	Niveau de gamme :	
<b>Politique de communication</b>	L'entreprise fait-elle : <ul style="list-style-type: none"><li>• des actions de communication publicitaire ? <input type="checkbox"/> OUI    <input type="checkbox"/> NON Exemple :</li><li>• des actions de communication promotionnelle ? <input type="checkbox"/> OUI    <input type="checkbox"/> NON Exemple :</li><li>• des actions de fidélisation ? <input type="checkbox"/> OUI    <input type="checkbox"/> NON Exemple :</li></ul>	
<b>5. TECHNIQUES DE MARCHANDISAGE</b>		
<b>Présentation des produits à la vente</b>	- Règles de présentation des produits dans l'entreprise :  - Type de mobilier, techniques d'implantation (horizontale, verticale) :	
<b>Participation à la signalétique</b>	- Mise à jour de l'étiquetage sur les produits ou dans les rayons (préciser l'activité et la fréquence) :	
<b>Maintien de l'attractivité du point de vente</b>	- Identification des facteurs d'ambiance du point de vente (ex : choix du mobilier, musique, couleurs, éléments de décoration...) :	

## FICHE PRODUIT

• Nom commercial	
• Marque	
• Identification du produit	
• Prix	
• Conditionnement et emballage	
• Contenance	
• Texture	
• Fonctions	
• Utilisation	
• Produits complémentaires	

## COMPOSITION

PRINCIPES ACTIFS	ROLES

## ARGUMENTATION

Rédiger deux arguments de vente du produit :

## FICHE PRESTATION

• Nom commercial	
• Marque	
• Identification de la prestation	
• Tarif	
• Durée de la prestation	
• Produits nécessaires	
• Objectif de la prestation	
• Fréquence de la prestation	
• Résultats	
• Contre indications	
• Produit(s) complémentaire(s) proposés	

## PROTOCOLE DE LA PRESTATION

ETAPE	PRODUITS, INSTRUMENTS, ET APPAREILS NECESSAIRES A L'ETAPE	OBJECTIF DE L'ETAPE