

TRAME DU DOSSIER PROFESSIONNEL

1. IDENTIFICATION DE L'ENTREPRISE		
Entreprise individuelle ☐ OUI ☐ NON (si oui, répondre à la partie ci-dessous)	OU	Entreprise sociétaire : ☐ OUI ☐ 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 :m² 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 MARCHE : CONCURRENCE		
Dénomination des concurrents (enseigne)		

4. POLITIQUE COMMERCIALE

Politique de produits	Famille(s) de produits vendus : Exemples de Marques commercialisées :	Type d'assortiment :
	Prestations proposées :	
Politique d'approvisionnement	Circuit de distribution :	Stratégie de distribution :
Politique de prix	Niveau de gamme :	
Politique de communication	L'entreprise fait-elle : - des actions de communication publicitaire ? ☐ OUI ☐ NON Exemple : - des actions de communication promotionnelle ? ☐ OUI ☐ NON Exemple : - des actions de fidélisation ? ☐ OUI ☐ NON Exemple :	

5. TECHNIQUES DE MARCHANDISAGE

Présentation des produits à la vente	- Règles de présentation des produits dans l'entreprise : - Type de mobilier, techniques d'implantation (horizontale, verticale) :
Participation à la signalétique	Mise à jour de l'étiquetage sur les produits ou dans les rayons (préciser l'activité et la fréquence) :
Maintien de l'attractivité du point de vente	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