Chapitre 03 — Mise en application

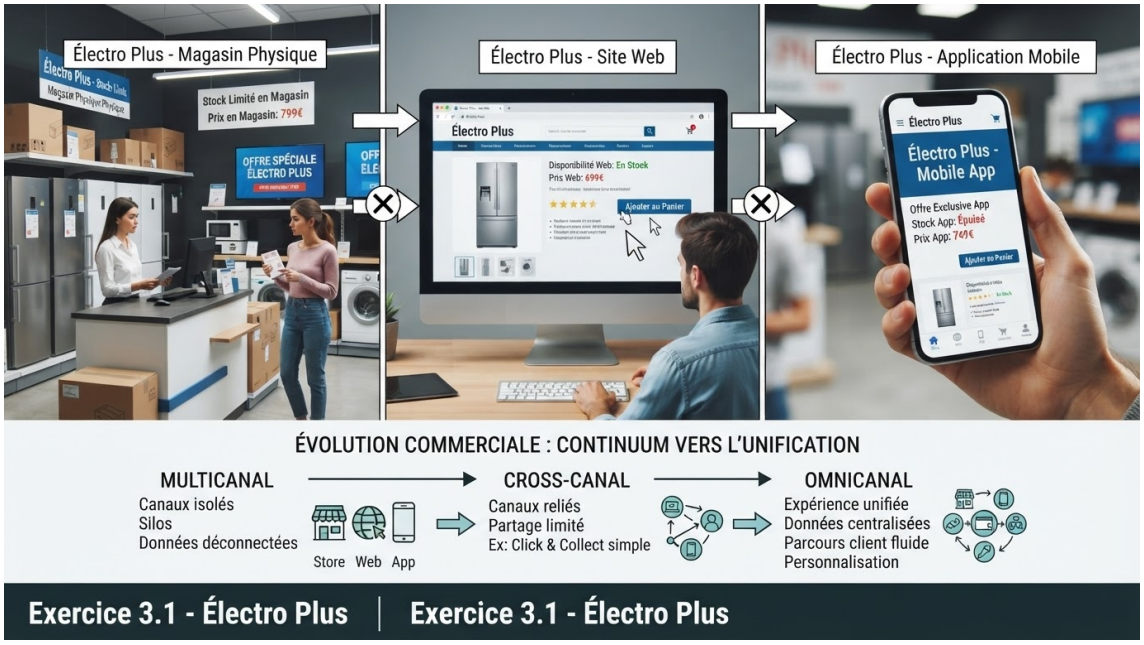
Vendre dans un contexte omnicanal — De l'argumentaire au cadre juridique

4 dossiers · 11 questions

FEUILLE ÉLÈVE

Électro Plus — Trois canaux qui s'ignorent

« Électro Plus » possède un magasin, un site et une application qui fonctionnent de façon totalement indépendante : stocks non partagés, prix différents, pas d'accès à l'historique client en magasin.



Électro Plus · Électronique grand public — Canaux cloisonnés

Document 1 — Constat chez Électro Plus

- Magasin, site et application ne partagent ni stocks, ni prix, ni historique client.

1 **Situez l'enseigne Électro Plus sur le continuum multicanal / cross-canal / omnicanal, en justifiant votre choix.**

2 **Expliquez en huit lignes ce qu'impliquerait concrètement l'unification systémique des données, des stocks, des prix et des communications.**

■ À retenir — Le continuum omnicanal

Le passage du multicanal au cross-canal puis à l'omnicanal repose sur l'unification des données, des stocks, des prix et de la communication autour d'une vision unique du client.

Jardins du Monde — Convaincre un profil Confort/Argent

Mme Lefèvre, chez « Jardins du Monde », cherche un robot tondeuse et présente un profil SONCASE dominant « Confort/Argent ». Elle a repéré un modèle équivalent moins cher sur un site concurrent.



Jardins du Monde · Jardinerie — Vente d'un robot tondeuse

Document 2 — Profil client Mme Lefèvre

- Motivations SONCASE dominantes : Confort et Argent.

3 **Construisez un argumentaire CAP complet pour le robot tondeuse, adapté au profil SONCASE Confort/Argent de Mme Lefèvre.**

4 **Enrichissez cet argumentaire d'arguments propres à l'omnicanal : simplicité du parcours, modalités de retrait, sécurité de paiement.**

5 **Traitez l'objection prix de Mme Lefèvre, liée à un site concurrent moins cher, sans dénigrement.**

■ À retenir — CAP et SONCASE

L'argumentaire CAP doit être calé sur le profil SONCASE dominant du client. En omnicanal, il s'enrichit d'arguments de fluidité du parcours. Le traitement d'une objection prix passe par la reformulation puis le report vers la valeur ajoutée.

Électroménager du Sud — Une erreur de vendeur sur le droit de rétractation

Un client d'« Électroménager du Sud » veut se rétracter vingt jours après une commande passée sur tablette en magasin avec livraison à domicile ; le vendeur lui répond, à tort, que le délai est dépassé.



Électroménager du Sud · Vente à distance en magasin — Erreur sur le délai légal

Document 3 — Situation litigieuse

- Commande sur tablette en magasin, livraison à domicile ; rétractation demandée à J+20.

6 **Corrigez l'erreur du vendeur en citant le délai légal applicable à cette commande.**

7 **Distinguez la garantie légale de conformité de la garantie des vices cachés.**

8 **Rédigez la réponse professionnelle que le vendeur aurait dû formuler face à la demande de rétractation du client.**

■ À retenir — Rétractation et garanties

Toute commande à distance ouvre un droit de rétractation de 14 jours, prolongeable jusqu'à 12 mois sans information conforme. La garantie légale de conformité se distingue de la garantie des vices cachés.

SportMax — Piloter la performance omnicanale

« SportMax » enregistre en mars 1 840 contacts, 312 ventes, un CA TTC de 48 672 €, 28 retraits sur 45 commandes web, et 17 réclamations post-livraison.



Exercice 3.10 - SportMax

SportMax · Articles de sport — Bilan mensuel omnicanal

Document 4 — Données du mois de mars chez SportMax

- Contacts : 1 840 ; ventes : 312 ; CA TTC : 48 672 €.
- Retraits click & collect : 28 sur 45 ; réclamations post-livraison : 17.

9 **Calculez le taux de transformation et le panier moyen de SportMax pour le mois de mars.**

10 **Calculez le taux de retrait click & collect et le taux de réclamation post-livraison, puis interprétez chaque résultat.**

11 **Rédigez la fiche d'activité (sept rubriques) et le plan de soutenance E41 pour une vente omnicanale vécue en stage chez SportMax.**

■ À retenir — Indicateurs de performance omnicanale

Le taux de transformation et le panier moyen mesurent l'efficacité globale ; le taux de retrait et le taux de réclamation éclairent la qualité de l'expérience omnicanale.