

« Logo de l'université et de votre IUT »

« nom prénom »

DUT Technique de Commercialisation

Première année

IUT

Promotion 2011

l'art de la vente



Rapport de stage

Camaïeu

Sommaire :

- ◆ Remerciement

- ◆ Introduction

- ◆ Présentation de l'entreprise Camaïeu

- ◆ Exposition de mes missions et de mes expériences au sein de Camaïeu

- ◆ Rapport d'étonnement sur l'entreprise

- ◆ Conclusion

- ◆ Bibliographie

- ◆ Sommaire des annexes

- ◆ Annexes

Remerciement :

Je tiens à remercier dans un premier temps, toute l'équipe pédagogique responsable du Diplôme Universitaire Technologique (DUT) Technique de Commercialisation de l'IUT, pour avoir assuré la partie théorique.

Je remercie également Monsieur pour l'aide et les conseils qu'il m'a apporté concernant les missions évoquées dans ce rapport.

Je tiens à remercier tout particulièrement aux personnes suivantes, pour l'expérience enrichissante et pleine d'intérêt qu'elles m'ont fait vivre durant ce stage au sein de l'entreprise Camaïeu:

- ♣ Madame , responsable de magasin Camaïeu, pour son accueil et la confiance qu'elle m'a accordée dès mon arrivée dans l'entreprise

- ♣ Madame, seconde de magasin Camaïeu, ma tutrice, pour m'avoir intégré rapidement au sein de l'entreprise et m'avoir accordée toute sa confiance ; pour le temps qu'elle m'a consacré tout au long du stage, en répondant a toutes mes questions.

- ♣ Mesdames ainsi que l'ensemble du personnel de Camaïeu pour leur accueil sympathique et leur coopération professionnelle tout au long de ce mois de stage.

Introduction :

C'est avec enthousiasme que j'effectue ma première année de DUT Technique de Commercialisation au sein de l'IUT .

Dans le cadre de ma formation universitaire, j'ai effectué un stage de 4 semaines à Camaïeu qui se situe au.

Mon choix c'est dirigé vers la vente en contact direct avec la clientèle pour mettre en pratique les connaissances acquises lors du cursus scolaire. Se stage ma permis de pouvoir connaitre mes réelle compétence en tant que commercial.

Camaïeu est un magasin spécialisée dans le prêt a porter féminin et qui donne a ses clientes la possibilité d'essayer les produits, échanger ou rembourser en cas de problème. Des vendeuses compétentes conseillent et guide la clientèle dans ses choix.

Quel sont les moyens mis en œuvre pour réaliser les missions ?

Dans un premier temps nous allons présenter l'entreprise camaïeu dans le marché national et international ; puis la situation de camaïeu Vernon dans le marcher régional.

Dans un second temps, je présenterai les taches et les résultats des différentes missions que j'ai réalisées ainsi que les nombreux apports que j'ai pu en tirer au cours de ce stage.

Enfin dans un troisième temps, un rapport d'étonnement sur une situation donnée de l'entreprise avec proposition de solution.

Dans ce dossier vous trouverez toutes les informations nécessaires sur le magasin et les missions réalisées ainsi que des annexes pour mieux comprendre les missions réalisée.

Première partit :

Présentation de l'entreprise Camaïeu

Statut de Camaïeu

Raison sociale : Camaïeu international

Enseigne : Camaïeu

Activité exercé: prêt-à-porter féminins et accessoires

Secteur d'activité : commerce de détail d'habillement en magasin spécialisé

Président : Jean-François DUPREZ

Forme juridique : Société par Actions Simplifiée (SAS)

Siège sociale : 211 avenue de BRAME

BP 229

59054 ROUBAIX Cedex 1 France

Téléphone : +33 (0)3.20.99.71.13

Site web: www.camaieu.fr

Camaïeu a été créé en 1984, avec un concept de boutique de vêtement et accessoires destinés aux 20-40 ans.

Par sa notoriété, son nombre de boutiques, et ses performances commerciales et financières, Camaïeu est devenu le leader du prêt a porter féminin en France. A l'international Camaïeu poursuit avec succès son programme de développement en démultipliant son concept (en annexe un graphique a barre qui montre l'évolution de son implantation a l'international). En 2000, camaïeu se lance à l'international avec sa première implantation en Pologne et en Espagne, et s'introduit en bourses.

En 2004, c'est leur 20^{ème} anniversaire et le début de leur développement en Russie. La 100^{ème} ouverture international et, la 500^{ème} ouverture mondiale marquera l'année 2006. L'ouverture au monde du e-commerce sera celle de 2009, une nouvelle façon de communiquer car il y a peu de communication chez Camaïeu. Une nouvelle forme de vente pour concrétiser leur place de leader dans le marché français.

Aujourd'hui Camaïeu, compte 739 points de ventes dont 493 en France. Camaïeu est très présent en Europe comme en République Tchèque, Belgique, au Moyen-Orient tel que l'Arabie Saoudite et en Asie en Russie.

Camaïeu crée, fabrique et vend ses propres collections au meilleur rapport qualité prix du marché. Les produits suit la mode sans être prisonnier de la mode et les produits sont décliner en plusieurs couleur pour que la cliente puisse choisir selon ces couleurs préféré.

Ces principaux concurrents sont le Groupe BEAUMANOIR, Zara, H&M...

Camaïeu compte à la fin de 2008 : 3 millions de clientes, 50 millions d'articles vendu par an, et 4800 collaborateurs.

Il est 2^{ème} sur le marché français derrière le groupe Beaumanoir, et pour conforter sa position il décide de se développer de plus en plus sur le plan national et international ainsi que d'assurer une motivation constante du personnel.

Le chiffre d'affaire est en constante augmentation jusqu'en 2008 (en annexes un histogramme montrant l'évolution du chiffres d'affaires de camaïeu). L'entreprise ouvre des nouveaux magasins et ces nouveaux magasins contribuent à l'augmentation du chiffre d'affaires. Camaïeu veut ouvrir une centaine de nouveaux magasins en 2010.

L'organisation de Camaïeu est simple afin de faciliter les échanges à tous les niveaux de l'entreprise. Ainsi chaque magasin est constitué d'une équipe de vendeuses Co-animée par une responsable et son adjointe. Le siège de Roubaix regroupe toutes les activités de management, marketing, finance...et une plate forme unique pour approvisionner quotidiennement les magasins.

Les sept valeurs de Camaïeu sont :

- ♣ **Le gout de la performance** : Camaïeu essaye toujours de faire mieux pour améliorer les résultats.
- ♣ **Le plaisir** : l'équipe de Camaïeu a le plaisir de travailler et à réussir.
- ♣ **La confiance** : en soi et dans les autres est la condition pour mieux avancer

- ♣ **La simplicité** : Camaïeu suit le chemin le plus direct et simple pour son action quotidienne
- ♣ **La fierté** : l'équipe de Camaïeu est fière des valeurs et des résultats de leur entreprise
- ♣ **L'ouverture** : l'équipe camaïeu est prête à s'informer, apprendre pour progresser
- ♣ **La solidarité** : en toute circonstance les équipes Camaïeu sont solidaires.

présentation du magasin

Adresse : Camaïeu

taille de la surface de vente: 200m² avec les cabines

taille de la réserve : 20m²

disposition et visibilité de l'enseigne: situé au dessus de l'entrée. Elle est de couleur rouge et violette : les couleurs du logo

Type de merchandising privilégié : SEDUCTION : car ce point de vente regroupe les facteurs d'ambiances musique, sol, décoration et la mise en valeurs des produits en facing ou sur les bustes en hauts de chaque thèmes.

Nom du responsable magasin :

effectifs présents : responsable, adjointe, vendeuses, stagiaires.

(La localisation de camaïeu est en annexe)

Environnement du magasin :

Environnement commercial de Camaïeu : se situe a la sortie de

Concurrents : il n'y a pas de concurrent direct dans la galerie car Camaïeu est le seul magasin de prêt à porter féminin. Les concurrents indirects sont.

Provenance des clients :

Zone de chalandise primaire :

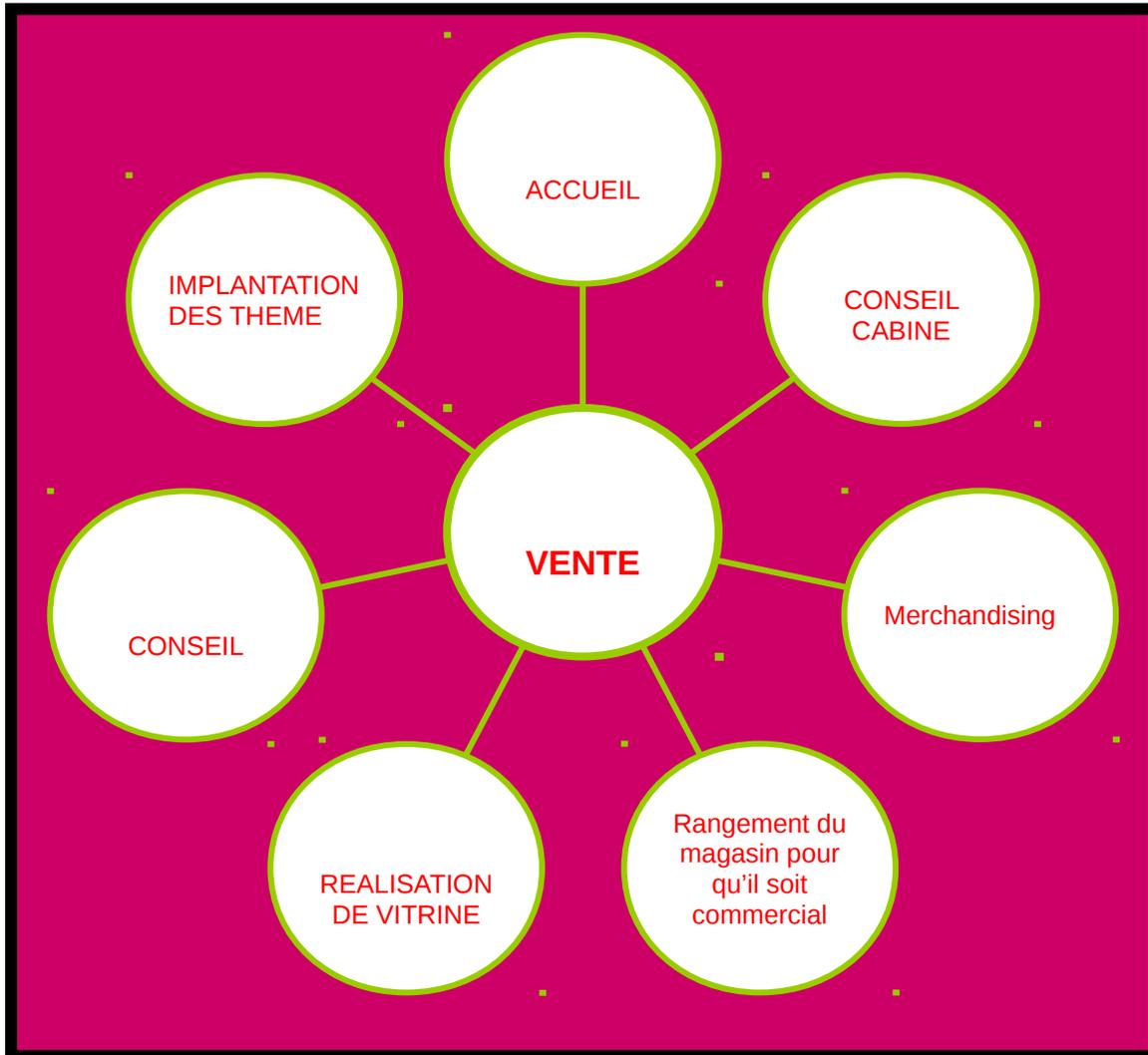
Zone de chalandise secondaire :

Zone de chalandise tertiaire :

Segments de clientèle visés : se sont les femmes du plus jeunes (20 ans) au plus vieux (40 ans). Les adolescents et adultes demandeurs de nouveautés.

Seconde partie : exposition de mes missions et de mes expériences au sein de Camaïeu.

La mission principale de mon stage est la vente ; et il y a plusieurs missions regroupé autour.



Il y a d'autres missions dans l'optique de la vente tels que la réalisation de vitrine, le rangement des articles par thème ; les conseils, la vente... Tout sera développé dans cette partie ainsi que des annexes pour mieux comprendre.

Dans un premier temps nous allons voir le cadre et contexte des missions ainsi que les objectifs. Tout d'abord nous allons voir les missions de conseil, accueil et principalement de la vente. Puis dans un second temps nous allons voir les moyens commerciaux mis en œuvre pour vendre tel que du merchandising, réalisation de vitrine ou bien l'implantation des thèmes.

Ensuite sur les promotions des « 10 jours » qui sont une action commerciale, tout ce qui est fait en amont. Enfin sur la réception des colis et son fonctionnement.

I. Cadre, contexte et objectifs des missions réaliser.

La première semaine, j'ai réaliser différente missions pour connaître à quel poste je suis le plus a l'aise et performante.

Les objectifs sont d'abord qualitatifs et cela passe par l'accueil des clientes avec le sourire et la bonne humeur, soit un accueil chaleureux. C'est dans le but a inciter la cliente a venir car elle sait quand elle vient a Camaïeu Leclerc de Vernon elle aura un accueil chaleureux.

Un objectif qualitatif en premier lieu permet de vendre puis en second lieu cela devient un objectif quantitatif. L'un ne va pas sans l'autres.

S'il n'y a pas un accueil de qualité, chaleureux, un accompagnement de la cliente l'objectif quantitatif ne suivra pas.

Les 3 mots principaux et objectifs de Camaïeu

II. La vente autour des conseils et de l'accueil.

A. Les conseils cabines

On est là pour conseiller la cliente et lui proposer un produit plus adapté. En effet les clientes si elle le souhaitent peuvent essayer les produits qu'ils ont choisis pour voir si la taille est exacte ou bien si la couleur ou la forme du produit leur va. En cas de besoin, on va lui chercher une taille plus adaptée et si l'on trouve pas on apporte un modèle similaire, dans le même style.

Il faut être debout droite, avec le sourire et toujours prête à répondre au besoin de la cliente. Quand elle arrive la cliente, on lui passe une pancarte pour le nombre d'article qu'elle possède. On l'accompagne jusqu'à la cabine individuelle en précisant : « si vous avez besoin madame n'hésitez pas. »

Avec cette accueil et ces conseils en cabines font ressentir à la clientèle qu'on est là pour elle, à leurs écoute et qu'on fait de notre mieux pour répondre à ces attentes et ces besoins. En effet cela incite à fidéliser la clientèle car elle sait quand elle vient à Camaïeu du centre Leclerc à Vernon, on la conseillera au mieux et de tout faire pour répondre à ces besoins et attentes.

Une vendeuse située en cabines a énormément de tâches à réaliser ce qui sera répercuter sur les chiffres d'affaires du jour du magasin. De plus, ces conseils et son avis sur la tenue importent beaucoup sur le choix de la cliente. Il faut avoir l'argumentation exacte, appropriée pour inciter à acheter le produit si la cliente est indécise on lui propose de l'essayer avec d'autres articles dans une optique qu'elle achète l'ensemble des articles.

La cliente, on le conseil pour préciser que le produit lui va bien (au niveau de la taille ou bien de la couleur), c'est un avis extérieur.

On lui conseil de compléter sa tenue par un accessoires, une étole, un pantalon, une jupe, un gilet, ou bien le sac à main selon ce qu'elle a essayé.

La présentation d'un autre produit, pour un problème de taille doit se faire avec habileté. La cliente n'ose pas prendre la taille exacte par rapport à ces formes ou elle pense faire une taille

en dessous ou bien au dessous. Quand la cliente pense que ces la taille d'en dessous on dit : cette article taille petit, on a eu plusieurs clientes qui l'on essayé et nous l'on fait remarqué et pris l'article, qui leur convient le mieux. Par exemple une cliente prend du 40 au lieu du 42 et qu'il ne lui va pas, on va lui chercher l'article adéquat et on dit que cette article taille petit.

Par contre si c'est un produit qui est plus grand que ce qu'elle devrait prendre, on propose le même produit dans une taille inférieure pour qu'elle puisse remarquer d'elle-même. La vendeuse précise que celui-ci lui va nettement mieux que le précédent (si cela est vrai), de plus il est cintré. Après comment vous vous sentez ? Vous n'êtes pas serrer ? Vous pouvez faire des gestes sans être gêner. Toutes ces questions doivent être posé pour répondre au mieux a la cliente et que le produit soit adapter. Il faut que quand la cliente le mette a l'extérieur, qu'elle soit satisfaite des conseils données et qu'elle se sente a l'aise dedans. Si elle pence que l'autre lui va mieux, c'est qu'elle se sent a l'aise dedans et qu'elle n'aime pas les articles cintrés.

En ce qui concerne les conseils au niveau de la couleur ils sont beaucoup plus difficiles. En effet ici cela dépend des goûts de la cliente. Mais pour connaitre si cela va avec l'ensemble, ici nos conseils sont beaucoup plus faciles car le produit doit être en adéquation avec l'ensemble au niveau des couleurs. La vendeuse précise que les couleurs sont claires et tendances ; des couleurs d'été.

Par exemple une veste rouge peut aller avec du noir, bleu marine ou bien du blanc mais pas avec du vert kaki. Donc notre conseil se base sur l'ensemble, il faut que l'ensemble des articles soit coordonnées.

Parfois on rencontre des difficultés a proposer le produit à des clientes. Les principales objections que l'on a sont :

- « je l'ai déjà chez moi »
- « je suis venu juste pour cette article, j'en ai pas le besoin »
- « oui il est bien, je reviendrais une prochaine foi »
-

Ici il est difficile de faire changer d'avis a la cliente.

Lors de mon stage j'ai rencontré des difficultés sur ce point donc je mettais une autre argumentation en avant. Les arguments mise en avant sont : qu'il soit peu chère, que c'est un basique ou bien que l'on peut porter au printemps ou en été.

Si la cliente ne souhaite pas et reste sur son premier et choix je m'attarde pas plus. En effet elle aura une perception de force, elle pensera qu'on l'à force à prendre cette article. Cela n'est pas bon pour l'image de la marque Camaïeu.

B. l'accueil

Une vendeuse positionner à l'entrer/ à l'avant du magasin est là pour accueillir les clients avec le sourire et la phrase clef : « Bonjour madame ! ».

Chaque clientes au qu'elle on dit bonjour, c'est que l'on a remarqué de son arrivée et que l'on fera attention a elle.