



INSTITUT UNIVERSITAIRE DE TECHNOLOGIE DE SAINT-ETIENNE

▪

DEPARTEMENT TECHNIQUES DE COMMERCIALISATION

SAE2 VENTE

A1-5

Rapport des outils d'aide à la vente pour le sketch

Jade MONTELLANO

Elise PAILLET

Lou WILLEPOTTE

Mme Françoise Viallon

Groupe A1-5

Promotion 2022-2025

Remerciements :

Tout d'abord, nous voulions adresser nos remerciements à Mme Françoise Viallon (professeur de négociation) qui nous a accompagné durant cette SAE du semestre 2 et durant toute l'année.

De plus, nos remerciements iront à Mme Fasang (professeur de ressources et culture numérique) qui nous a permis de structurer tous nos documents sur les supports tels que Word et Canva.

Table des matières

Remerciements :	1
Table des matières	2
Introduction :	3
I) Contextualisation :	4
II) Objectifs :	5
III) Les outils d'aide à la vente :	6
A) Prise de contact :	6
B) Plan de découverte :	6
C) Cap SONCASE :	7
D) Objectionnaire :	7
E) Composition « Kepourtous » et « Kicrousty » :	8
F) Fiche de prospection :	8
G) Théâtralisation :	9
1) Carte de visite :	9
2) Banderole :	9
3) Flyer	9
4) La dégustation :	10
H) Annexes :	11
1) Prise de contact :	11
2) Plan de découverte :	12
3) Cap SONCASE :	13
4) Objectionnaire :	15
5) Composition « Kepourtous » et « kicrousty » :	17
6) Fiche de prospection :	18
7) Bon de commande :	20
8) Théâtralisation :	21
8.1) Carte de visite :	21
8.2) Banderole :	22
8.3) Flyer :	23

Introduction :

Au semestre 2, la SAE vente se présente sous la forme d'un sketch. Afin de pouvoir être à l'aise et savoir comment le mener, la réalisation d'outils d'aide à la vente nous a été demandée.

Leur réalisation nous a permis de comprendre les différentes étapes et phases de l'entretien.

La contextualisation du sketch est le salon mondial de l'hôtellerie, de la restauration et de l'alimentation, le Sirha. Nous rencontrerons plusieurs personnes de secteurs différents dont un responsable d'une maison d'hôte.

Les outils d'aide à la vente qu'on a mis en place sont les suivants :

- Une phase de contact afin de savoir comment commencer l'entrevue avec le responsable.
- un plan de découverte pour en apprendre davantage sur la maison d'hôte et savoir comment nous pouvons l'aider.
- Un cap SONCASE en forme de tableau qui répertorie tous nos points forts afin de pouvoir faire face à ses objections et le rassurer.
- Une fiche produit afin de lui proposer les produits les plus adaptés à son besoin et à sa demande.
- Un objectionnaire pour anticiper ses éventuelles réticences face à notre produit et les contrer du mieux possible.
- Une fiche prospection afin de répertorier toutes les informations nécessaires pour répondre par la suite à son besoin.
- Pour le stand nous avons mis en place une banderole, des flyers et des cartes de visite afin de laisser des traces et de rester à la disposition des personnes présentes au salon.

Nous allons vous les présenter ci-dessous en vous expliquant leur utilité.

I) Contextualisation :

Dans le cadre de notre deuxième semestre et de notre unité d'enseignement « Vente et Négociation », nous serons évaluées sur notre capacité à vendre un produit adapté à la demande d'un potentiel client lors du salon Sirha, à Lyon.

Le sketch de vente durera 15min, nous serons dans la peau de commerciales juniors de l'entreprise Charles Chocolartisan et avons deux produits à notre proposer :

Nous rencontrerons des propriétaires de maison d'hôtes qui souhaitent inclure de la pâte à tartiner dans leurs petits déjeuners.

Les prix affichés seront hors taxes et hors frais de livraison.

En dessous de 61€ de commande, les frais de port en France métropolitaine seront de 10€, au-dessus ils seront offerts.

Nous avons la possibilité de faire bénéficier le client de 7% de remise si la commande excède 120€. Le règlement se fait à la commande et le délai d'expédition peut être de 48h à 9 jours, à la suite de l'encaissement.

Concernant la théâtralisation de notre espace de vente, nous avons fait réalisé une bannière au nom de la marque, des cartes de visites au nom de chaque commerciales junior

II) Objectifs :

Pour cette mise en scène, nous devons être capable d'accueillir un suspect.

Il faudra également cerner son besoin grâce à un plan découverte, qui va nous permettre d'établir son profil.

Puis répondre efficacement à sa demande à l'aide d'un argumentaire de vente.

Nos outils d'aide à la vente devront être efficaces et construits selon les méthodes vues en classe afin de traiter efficacement toute demande ou objection.

Nous devons également faire usage d'un vocabulaire et d'une posture professionnelle.

L'objectif de ce sketch est de nous mettre dans une situation de face à face spontanée et professionnelle.

Mais également de nous faire mettre en application nos outils d'aide à la vente.

III) Les outils d'aide à la vente :

A) Prise de contact :

La prise de contact constitue la première phase des outils d'aide à la vente. Effectivement, dans le contexte d'un salon, elle a lieu lorsqu'une personne se présente devant le stand.

Elle nous permet de nous présenter et de faire connaître notre entreprise.

Cette phase est très structurée et respecte un ordre bien précis d'étapes qui sont les suivantes : politesse, remerciements, gestion du temps, ordre du jour, présentation de l'entreprise, remise de la carte de visite.

Ses étapes sont obligatoires afin de réaliser une phase d'accueil réussie et structurée mais elle est adaptable en fonction des situations dans lesquelles la commerciale se trouve.

En ce qui concerne le sketch, nous avons dû adapter cette phase puisque nous n'avons pas eu de contact avec les personnes et nous devons apprendre à connaître tous les nouveaux suspects qui ne connaissent peut-être pas l'entreprise que l'on représente.

Nous avons par conséquent mis en place une phase d'accueil en 4 étapes : Politesse, ordre du jour, présentation de l'entreprise et remise de la carte de visite.

Dans l'annexe 1, chaque étape est présentée.

B) Plan de découverte :

Après avoir mis en place notre phase d'accueil afin d'installer une relation de confiance avec le prospect et de nous être présenté, c'est le moment d'en apprendre davantage sur nos responsables de la maison d'hôte.

Le plan de découverte fait suite à la phase d'accueil. Il se compose de 4 étapes.

Tout d'abord, la situation actuelle permet de poser des questions sur des domaines larges et diverses concernant l'entreprise afin de mieux les connaître.

Les questions portent en général, sur l'effectif de l'entreprise, l'activité, la concurrence, la clientèle et savoir si on a affaire au décideur.

Ensuite, nous avons la situation future, qui va nous permettre de connaître les perspectives d'évolution de l'entreprise et savoir comment elle veut se positionner dans le futur.

En ce qui concerne une maison d'hôte nous pouvons lui demander si une perspective d'ouverture d'autres maisons d'hôtes est prévue.

En outre, la phase de la solution actuelle arrive, elle consiste à connaître ce que le client possède par rapport au produit que nous commercialisons afin de comprendre son besoin.

Le but ici est de connaître la satisfaction du prospect sur les produits qu'ils utilisent actuellement et donc ce qui pourrait nous amener à lui proposer nos produits.

Enfin, la solution future est la dernière phase qui va nous permettre de conclure cette partie par une potentielle commande du prospect.

Nous allons donc poser toutes les questions relatives aux quantités, au budget et à la livraison.

Voir annexe 2 :

C) Cap SONCASE :

Le CAP SONCASE va nous servir tout au long du sketch pour convaincre les prospects sur des sujets divers .

Il sert à montrer les avantages qu'on peut apporter au client et en quoi cela peut être bénéfique pour son entreprise.

Pour chaque sujet il a quatre parties : caractéristiques, avantages, preuve et SONCASE.

Nous avons essayé de diversifier les caractéristiques pour pouvoir toucher plusieurs profils, c'est pour cela qu'elles portent sur l'entreprise, les produits (Kepourtous et Kicrousty) et les services de notre entreprise.

Ensuite la partie avantage est le petit texte que nous pourrions utiliser pour convaincre les prospects du bénéfice que cela pourra leur apporter.

Les avantages que nous avons détaillés sont toujours fait par rapport au potentiel client.

Puis pour compléter l'explication de cet avantage nous allons être accompagné de la preuve. Elle va nous permettre de montrer concrètement ce que l'on avance par des choses que l'on dispose déjà comme des certifications ou les conditions de fabrications.

Enfin la partie SONCASE (sécurité, orgueil, nouveauté, confort, argent, sympas et écologique) qui va nous permettre de donner nos avantages en fonction du profil du prospect que l'on a face à nous.

Comme vous pouvez le voir nous avons essayé de toucher un maximum de profil pour être préparé au mieux;

Voir annexe 3

D) Objectionnaire :

Pour la résiliation de notre sketch nous avons dû mettre en place un objectionnaire. Nous avons utilisé la méthode « AIR » vu en cours de vente, ce qui nous permettra de répondre aux éventuelles barrières du prospect.

Le “A” correspond à **accepter**, faire comprendre à l’interlocuteur que nous comprenons son objection.

Le “I”, pour **interroger**, questionner l’interlocuteur sur les raisons de l’objection.

Le “R” pour **répondre**, donner un argument susceptible de convaincre l’interlocuteur et donc le faire changer d’avis.

Nous avons donc recensé neuf éventuelles objections dans le but est d’être préparé durant notre échange avec les prospects sur le salon :

Vos pâtes à tartiner sont trop chères, vous n’êtes pas très connu, je vais réfléchir, vos produits sont industriels, vos produits sont trop sucrés, vos délais de livraison sont trop long, ce ne sont pas des produits bon pour la santé, je suis juste curieuse, je ne veux pas changer.

En outre, nos potentielles objections sont larges et touchent tous les domaines afin d’être préparés sur un maximum de sujet que ce soit sur le produit lui-même sur l’entreprise ou sur nous les commerciaux.

Voir annexe 4

E) Composition « Kepourtous » et « Kicrousty » :

Nous avons décidé de réaliser une fiche produit qui présente les deux pâtes à tartiner.

Nous avons détaillé ces produits car c’est les deux pâtes à tartiner que nous allons les vendre sur le stand : Kicrousty et Kepourtous.

Cette fiche produit est essentielle pour chaque commerciale cela nous permet de recenser toutes les informations essentielles de nos pâtes à tartiner. De plus, il faut connaître par cœur le produit pour pouvoir répondre à toutes les questions des prospects .

Pour nous commerciales, cela permet de montrer que l’on est professionnel dans notre vente et que l’on sait ce que l’on vend ce qui va les rassurer.

Pour la réalisation de cette fiche nous sommes allés prendre les informations directement sur le site concernant la composition, les ingrédients, la valeur nutritionnelle, la conservation, la fabrication, l’utilisation, le prix et les choses essentielles à savoir sur les pâtes à tartiner.

Plus nous connaissons notre produit, plus il sera facile pour nous de le vendre.

F) Fiche de prospection :

Grâce au plan de découverte, les questions posées par le commerciale donnent les informations importantes sur le prospect et, c'est à ce moment que la fiche de prospection rentre en jeu.

La fiche de prospection est remplie durant l'entretien avec les informations importantes de la personne en face.

Elle résume toutes les questions qui vont être posées et le commerciale n'a plus qu'à rentrer les coordonnées du prospect et remplir les différentes réponses données.

Cette fiche permet de résumer et synthétiser tout en ayant les informations centrales du prospect pour par la suite analyser son profil et répondre au mieux à ses besoins.

G) Théâtralisation :

Afin d'apporter un côté réaliste à notre sketch de vente, nous allons théâtraliser l'espace. Pour cela, nous allons nous servir de différents moyens.

1) Carte de visite :

La carte de visite est un outil essentiel pour assurer une bonne prise de contact avec un potentiel client. Elle est remise pendant la phase d'accueil avec le client.

Elle recense toutes les informations de contact de base d'un employé : nom, prénom, numéro de téléphone, adresse mail électronique, poste occupé dans l'entreprise.

Elle contient aussi informations primaires sur l'entreprise : nom, logo, adresse.

Elle permet au client de toujours savoir comment nous contacter, qui appeler et lui assure d'être aidé en cas de besoin.

Pour le sketch, nous aurons chacun notre carte de visite personnalisée. (Annexe 8.1)

2) Banderole :

La banderole est un accessoire non négligeable lors des salons.

Elle comporte le nom de l'entreprise souvent en gros caractère, respecte la charte graphique de l'entreprise et permet d'être vue de loin par les suspects et les prospects.

Pour le sketch, nous avons prévu une banderole au nom de l'entreprise. (Annexe 8.2)

3) Flyer

Le flyer peut s'apparenter à la carte de visite de l'entreprise mais avec beaucoup plus de détails.

Elle ne donne pas d'infos sur les commerciaux il peut être sous forme de dépliants ou seulement d'une plaquette.

Il recense les informations essentielles et superflues sur l'entreprise : on y trouve les informations de contact, le(a) créateur(trice) de l'entreprise, parfois l'histoire de l'entreprise, les produits phares. Le flyer est un outil de communication très pratique car il peut être imprimé en grand nombre et distribué à beaucoup de personnes en même temps.

Les suspects, détenteurs de ce flyer, deviennent alors des prospects et donc peut-être de futurs clients pour l'entreprise. Il crée un lien entre l'entreprise et le client. Grâce à Canva, nous avons créé un flyer pour l'entreprise qui sera disponible sur notre stand. (Annexe 8.3)

4) La dégustation :

La dégustation des produits est intéressante car elle crée un lien plus fort entre l'entreprise et le suspect, faire goûter les produits permet au futur client de se rendre compte, se faire sa propre idée concrète et évite l'hésitation, la peur quant à la qualité du produit.

Lors du sketch, nous mettrons à disposition des petites tartines avec le produit pour que le prospect puisse goûter nos produits. La dégustation donne aussi envie d'acheter, c'est un outil très efficace qui pousse à l'achat.

H) Annexes :

1) Prise de contact :

Politesse :

Bonjour, bienvenue sur notre stand, nous sommes ... commerciales juniors chez chocolartisan

Ordre du jour :

Que puis-je faire pour vous / en quoi puis-je vous aider ?

Présentation entreprise :

En ce qui concerne notre entreprise, elle a été créée en 2009 par Roland Charles, nous sommes spécialistes français dans la conception de pâtes à tartiner sans huile de palme.

Et nous sommes fiers de mettre en avant nos valeurs qui sont l'audace, la fabrication 100% française, la bienveillance et l'apprentissage.

Remise carte de visite :

Comme nous vous l'avons déjà précisé nous sommes commerciaux juniors chez chocolat artisan, nous sommes les représentantes de l'entreprise lors des événements professionnels, mais nous également commerciales, chacune sur un secteur différent, voici nos cartes de visite.

2) Plan de découverte :

Situation actuelle	Situation future
<p>Pouvez-vous m'en dire plus sur votre activité ? Etes-vous décisionnaire ? Combien avez-vous de salariés ? Qui sont vos clients ? Qui sont vos concurrents, plutôt locaux ou nationaux ? Combien de petits-déjeuners avez-vous environs l'habitude de servir par jour ? Combien de clients avez-vous le week-end ? la semaine ? durant les vacances ? De combien de chambres se compose votre maison d'hôte ? Qu'est ce qui est mis à disposition pour le petit déjeuner ? Sur quelle période avez-vous le plus de monde ? Est-ce que le petit déjeuner est inclus dans la formule ?</p>	<p>Avez-vous des perspectives d'évolution ? Avez-vous comme projet d'ouvrir d'autres établissements ?</p>
Solution actuelle	Solution future
<p>Qu'est-ce que vous utilisez au petit déjeuner comme accompagnement pour tartiner ?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Confiture - Beurre - Miel - Pâte à tartiner <p>S'ils s'en ont déjà servi :</p> <p>Utilisez-vous de la pâte à tartiner pour vos clients actuels?</p> <p>Est-ce que vous étiez satisfait de ces pâtes à tartiner ? Quel type ? au lait, noir ? Uniquement pour le petit déjeuner ? Est-elle en libre-service ? Qu'est ce qui fait que vous souhaitiez changer de pâte à tartiner ? Combien de pots était utilisé par jour ? Est-ce que vous souhaitez goûter nos produits ? Les clients étaient-ils satisfaits ? S'ils s'en n'ont jamais servi :</p> <p>Pourquoi n'avez-vous jamais acheté de pâte à tartiner ? Qu'est ce qui fait que vous veniez sur notre stand ? êtes-vous intéressé ?</p>	<p>Quel est votre budget ? Combien vous faut-il de pots de pâtes à tartiner ? Combien de Kepourtous et de Kicrousty ? Quand souhaitez-vous être livré ? Y a-t-il une chose que vous auriez oublié de me mentionner ?</p>

3) Cap SONCASE :

Caractéristiques	Avantages	Preuve	SONCASE
Pâte à tartiner sans huile de palme	Montre que vous êtes soucieux de la qualité des produits que vous mettez à disposition de vos clients.	Description du produit / condition de fabrication	Sécurité
Pâte à tartiner sans huile de palme	Affirme votre fibre écologique, montre que vous vous souciez de l'environnement.	Description du produit / condition de fabrication	Écologique
Date de conservation à durée minimale (mdd)	Réduit le gaspillage alimentaire sur un produit qui ne se périmé pas, le dépassement de la date de péremption peut seulement jouer sur la force du goût du produit. Il ne devient en aucun cas dangereux pour la santé du consommateur.	Condition de conservation	Confort
14 ans d'expertise	Sont le gage d'une entreprise pérenne, qui a su développer son savoir-faire et ses compétences au fil des années	Date de création Certification du spécialiste de la pâte à tartiner	Sécurité
Seul spécialiste de la pâte à tartiner en France	Assure une qualité premium des produits et donc une image plus haute gamme de votre entreprise.	Certification	Orgueil Sécurité
Décerné maître artisan chocolatier	Cette nomination prouve une vraie maîtrise de son savoir-faire et assure une certaine qualité et un goût unique.	Certification	Sécurité Orgueil
Adapté aux personnes diabétiques	Inclut toutes les personnes qui ne peuvent pas consommer de la pâte à tartiner classique.	Conditions de fabrication	Confort Sécurité
Made in France	Assure une production plus respectueuse de l'environnement et une localité des produits non négligeable.	Conditions de fabrication	Sécurité Confort
Frais de port offert pour + de 61€ d'achat	Les frais de port gratuits à partir de 61€ permettent de réaliser des économies.	Conditions de livraison	Argent

Livraison 2 à 9 jours à partir du moment de l'expédition	Ce mode de livraison garantie une livraison rapide et un certain confort vis-à-vis de vos stocks.	Conditions de livraison	Confort
Lécithine de tournesol	Est un émulsifiant naturel qui émulsifie les graisses et qui facilite la dégradation excédentaire de celles-ci dans le sang. Cela montre que vous vous souciez de la santé de votre clientèle.	Description du produit	Sécurité
Feuillantine croquante (Kicrousty)	Permet une explosion de saveurs et de textures en bouche.	Description du produit	Orgueil Nouveauté
Texture lisse (Kepourtous)	Garde l'authenticité de la pâte à tartiner. Convient à un plus grand nombre de personnes.	Description du produit	Confort Sécurité
Vanille de Madagascar	Est présente dans les deux produits, elle apporte une touche exotique et un goût unique.	Description du produit	Nouveauté
Sans noisettes (Kepourtous)	Permet une dégustation même aux intolérants au fruits à coque, qui sont présents dans de nombreuses pâtes à tartiner. C'est un produit versatile qui convient à tout le monde.	Description du produit	Confort Sécurité

4) Objectionnaire :

Vos pâtes à tartiner sont trop chères

Je comprends que cela peut paraître cher,
mais connaissez-vous des maîtres artisans experts dans leur domaine et vendant des pâtes à tartiner à ce prix-là ?
De plus, nous utilisons des produits locaux de qualité qui expliquent que le prix soit légèrement élevé.

Vous n'êtes pas très connu

Il est vrai que nous n'avons pas une très grande notoriété à l'échelle nationale,
mais est-ce que vous vous êtes déjà rendu dans le département de la Loire ?
Nous sommes basés à Civenas situé entre Roanne et Saint-Etienne et avons donc une très grande notoriété sur le secteur. De plus, notre gérant a été décerné maître artisan chocolatier.

Je vais réfléchir

Je comprends que cela puisse demander réflexion,
mais si l'on retarde trop n'avez-vous pas peur que nous n'arrivons pas à conclure convenablement ?
Je vous propose plutôt de trouver un accord dès à présent.

Vos produits sont industriels

Il est vrai que les pâtes à tartiner sont des produits souvent industriels.
Êtes-vous renseigné sur la fabrication de nos produits ?
En effet, nous ne les considérons pas comme des produits industriels puisque nos ingrédients sont essentiellement d'origine locale.

Vos produits sont trop sucrés

Je suis d'accord pour ce qui concerne la Kicrousty.
Mais puis-je vous présenter la Kepourtous ?
C'est une pâte à tartiner au chocolat noir qui correspond également aux diabétiques.

Vos délais de livraison sont trop long

Je comprends que cela peut paraître long,
mais est-ce que vous connaissez beaucoup d'entreprises avec des délais courts en ces temps ?
Avec notre livraison, vous êtes assuré d'être livré dans les temps.

Ce ne sont pas des produits bon pour la santé

Je comprends que la pâte à tartiner n'est pas considérée comme telle,
mais connaissez-vous nos produits ?
Le but pour nous est de faire des pâtes à tartiner de bonne qualité afin de faire attention à votre santé en utilisant des produits locaux. De plus, nous n'utilisons pas d'huile de palme.

Je suis juste curieuse, je ne veux pas changer

Je comprends,
mais ne pensez-vous pas qu'il faut essayer de nouvelles expériences ?
Vous allez être surpris par les avantages que notre entreprise peut vous apporter.

Vous êtes trop jeune :

Je comprends que notre jeune âge peut faire naître des doutes,
mais ne pensez-vous pas que si nous sommes ici en face de vous c'est que nous
avons les compétences
Vous êtes aussi passé par cette étape et vous pourrez voir que l'âge ne veut rien
dire sur notre professionnalisme.

5) Composition « Kepourtous » et « kicrousty » :

KEPOURTOUS	
Composition	Chocolat noir intense
Ingrédients	Chocolat en poudre 62% Mélange d'huile de tournesol et beurre de cacao Un émulsifiant : lécithine de tournesol Vanille de Madagascar
Valeur nutritionnelle	Pour 100g 504kcal / 2082 kJ Matières grasses : 40g dont acides gras saturés 7,7g Glucides : 43g dont sucres <0,5g dont polyols 40g Protéines : 5,6g Sel : 0,03g
Conservation	Date à durée minimale
Fabrication	Origine brésil
Utilisation	Pâte à tartiner au chocolat noir
A savoir	Sans huile de palme et adapté à tous Sans lait, sans noisette, sans gluten, sans sucre Adaptés pour les personnes diabétiques
-Prix	13€ ☐ 570g 8€ ☐ 280g

KICROUSTY	
Composition	Chocolat au lait Noisettes Feuilletines croquantes
Ingrédients	Huile de tournesol et beurre de cacao Chocolat en poudre = cacao et sucre Sucre Noisettes Lait écrémé Feilletine 5% = blé, sucre, beurre concentré, sucre de lait, protéines de lait, sel, orge, bicarbonate de sodium) Un émulsifiant : lécithine de tournesol Vanille de Madagascar
Valeur nutritionnelle	Pour 100g 575kcal / 2394 kJ Matières grasses : 39g dont acides gras saturés 6,4g Glucides : 48g dont sucres 46g Protéines : 6,7g Fibre : 3,7g Sel : 0,14g
Conservation	Date à durée minimale / à conserver fermé dans un placard entre 17 et 20°C
Fabrication	
Utilisation	Pâte à tartiner au chocolat au lait
A savoir	Sans huile de palme Numéro 1 sur l'échelle de la gourmandise

Prix	12€ ± 570g

6) Fiche de prospection :

Informations sur le client :

M. / Mme. _____

Adresse mail : _____@_____

Numéro de téléphone : _____

Est-il le décideur ?

☐ Oui ☐ Non

Depuis combien de temps ?

☐ <1 an ☐ <5 ans ☐ <10 ans ☐ <15 ans ☐ depuis toujours

Nombres de chambres actuelles ? _____

Projet d'agrandissement ?

☐ Oui ☐ Non

Utilisation de la pâte à tartiner ?

☐ Oui ☐ Non

Si oui, est-il satisfait de la pâte à tartiner choisie et du fournisseur ?

☐ Oui ☐ Non

Depuis combien de temps ? _____

Objectifs du client

☐ Meilleure qualité de produit ☐ Faire attention à la santé de son client ☐ Insatisfait du fournisseur ☐ Insatisfait du produit précédent ☐ Améliorer la diversité de son buffet ☐ Autres : _____

Détail de la commande :

Kicrousty : 10 € nombre :

Kepourtous : 6,67 € nombre :

Objections des clients :

☐ Trop chère ☐ Peu de notoriété ☐ Produits industrialisés ☐ Réflexion ☐ Trop sucré ☐ Délai de livraison trop long ☐ Pas intéressé ☐ Mauvais pour la santé

Conclusion sur les accords, profil SONCASE : _____

7) Bon de commande :



CHOCOLARTISAN
SIRET: 53516941100043
Roland CHARLES
2260 route de roanne, ZA
🌐 <https://www.pateatartiner.fr/>
Tel : 04.77.26.86.51

Bon de commande

Coordonnées	
FACTURATION	
Nom / Prénom	
Adresse	
Code Postal / Ville / Pays	
E-mail / n°Tel.	
LIVRAISON	
Adresse (si différente)	

Date :

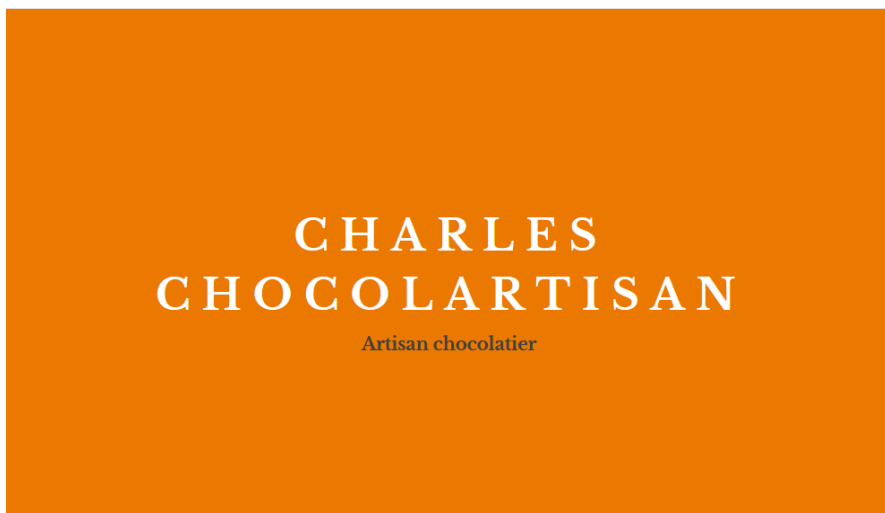
Désignation	Remarque	Prix Unitaire	Quantité	Montant HT
Kepourtous 280 g		6,67		0
Format 33 g Kepourtous-Lot de 5 pots		5		0
Kicrousty 570 g		10		0
Format 33 g Kicrousty-Lot de 5 pots		5		0
Total commande				- €
* Remise de 7% au-delà de 120 €				- €
Total HT				- €
*Frais de port offert dès 61€				10,00 €
Total TTC				12,00 €
TVA				12,00 €

8) Théâtralisation :

8.1) Carte de visite :



Recto de la carte de visite



Verso de la carte de visite


8.2) Banderole :



Banderole de 100 cm x 54 cm

8.3) Flyer :





CHOCOLARTISAN

ARTISAN CHOCOLATIER

2260 route de roanne, ZA, 42110 Civenns

04 77 26 86 51

