



# SOMMAIRE

<b>INTRODUCTION</b>	<b>7</b>
<b>CHAPITRE 1   APPROCHE COMMERCIALE DES PRODUITS</b>	<b>9</b>
IDENTIFICATION DES PRODUITS / SERVICES	9
LES STRATÉGIES DE DISTRIBUTIONS : DÉFINITIONS ET EXEMPLES	15
LES CIRCUITS DE DISTRIBUTIONS	17
LES CANAUX DE DISTRIBUTIONS	18
LES INTERVENANTS DU MARCHÉ	19
L'IMAGE DE MARQUE D'UN PRODUIT	20
LE PRIX DE VENTE D'UN PRODUIT	20
LA LÉGISLATION	22
<b>CHAPITRE 2   PRÉSENTATIONS DES PRODUITS</b>	<b>25</b>
LES DIFFÉRENTS TYPES D'ESPACES DE VENTE APPLIQUÉS À L'ESTHÉTIQUE	25
LE MOBILIER ET LES ESPACES DE PRÉSENTATION	27
LES TECHNIQUES DE MARCHANDISAGE OU « MARKETING »	29
LES TECHNIQUES DE RÉALISATION DES VITRINES	31
LA PUBLICITÉ SUR LIEU DE VENTE	32
L'ÉTIQUETAGE ET L'AFFICHAGE DES PRIX DES PRODUITS	33
<b>CHAPITRE 3   LES PRESTATIONS DE SERVICES</b>	<b>35</b>
LE PRIX DE VENTE D'UNE PRESTATION DE SERVICE	35
LA RÉGLEMENTATION RELATIVE À L'ESTHÉTIQUE : QUELQUES DATES INCONTOURNABLES QUE VOUS DEVEZ CONNAÎTRE	36
LES DIFFÉRENTES PRESTATIONS DE SERVICES	44
L'AFFICHAGE DES PRESTATIONS DE SERVICES	44
<b>CHAPITRE 4   LES TECHNIQUES DE VENTE</b>	<b>45</b>
<b>PARTIE I - LA COMMUNICATION</b>	<b>45</b>
SCHÉMA ET DÉFINITION	45
LES FORMES DE COMMUNICATION ET LES TECHNIQUES DE QUESTIONNEMENT	46
L'ENTRETIEN TÉLÉPHONIQUE	50
LA PRÉSENTATION ET LES SAVOIRS ÊTRES LIÉS À LA PROFESSION	52

<b>PARTIE II - LES OPÉRATIONS ADMINISTRATIVES</b>	<b>59</b>
L'ENCAISSEMENT ET LES MODES DE PAIEMENT	59
LE CARNET DE RENDEZ-VOUS	62
LE FICHER CLIENT	62
<b>ANNEXES</b>	<b>65</b>