

Proposition pédagogique N 4
Contexte professionnel « Métiers de la vente »
Identifier des besoins et proposer une solution adaptée au parcours client

Compétences communes ciblées :

- Rechercher et exploiter l'information
- Identifier les besoins
- Proposer une solution adaptée au parcours client



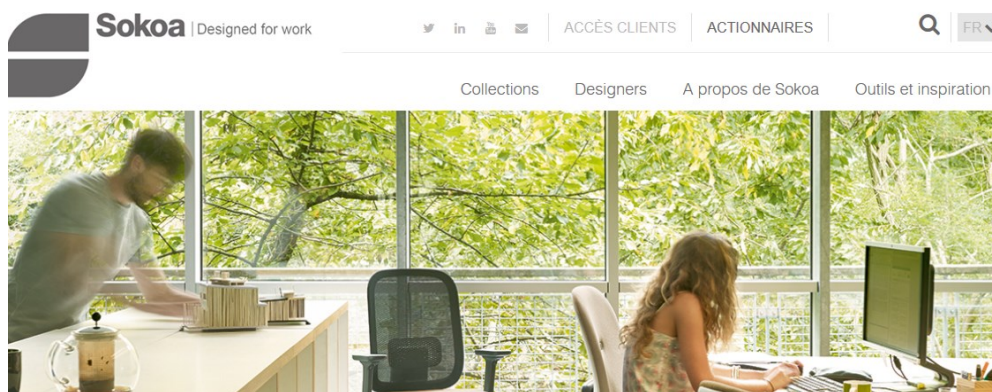
Proposition pédagogique N°3

Contexte professionnel « Métiers de la vente »

Sokoa est une entreprise qui propose une gamme complète de solution d'assises au design contemporain, conçues pour aménager et décorer les divers espaces de travail et espaces publics en France comme à travers le monde. Sokoa est le numéro un des fabricants de sièges de bureau en France. Il conçoit ainsi des ensembles modulables et réalisables en plus de 120 coloris, complétés par des accessoires (tablettes, cloisons phoniques, bacs à plantes). L'assortiment permet de décliner à volonté poufs, modules de base, chauffeuses et de créer des compositions personnalisées de vingt mètres de long.

Sokoa a été créée en 1971 à partir d'un projet de développement visant à contribuer à la création d'emplois au Pays Basque en s'appuyant sur l'épargne populaire. Aujourd'hui, l'entreprise dispose de plus de 1.000 actionnaires, parmi lesquels tous les salariés.

Sokoa n'a cessé de s'agrandir et a acquis plusieurs entreprises en Europe autour de son métier. Le groupe possède trois marques : Sokoa, Genexco et Sellex.



Vous débutez une période de formation en milieu professionnel (pfmp) dans le service commercial du siège social de la société Sokoa, située à Bezons dans le Val d'Oise (95).

Monsieur Perez, l'un des responsables commerciaux pour la zone France, vous accueille dans son service.

Il vous présente l'entreprise Sokoa et vous demande dans un premier temps d'analyser les informations commerciales communiquées sur les différents médias sociaux et les outils numériques d'aide à la vente mis à disposition des commerciaux. (Mission 1)

Vous allez procéder ensuite au traitement d'une demande transmise par un client potentiel (également appelé prospect) par l'outil Facebook Messenger en exploitant un plan de découverte des besoins. (Mission 2)

Enfin, vous proposerez une solution commerciale adaptée en lien avec le projet soumis. (Mission 3)

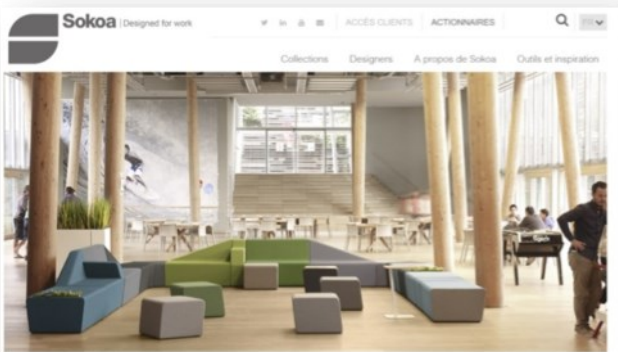


Mission 1 – Analyser la communication de l'entreprise Sokoa sur les différents médias sociaux et les outils numériques d'aide à la vente

Activité 1. Comprendre la communication commerciale de Sokoa

Monsieur Perez vous demande d'analyser la communication commerciale de Sokoa sur différents medias digitaux

Consulter le site internet de l'entreprise Sokoa : <https://www.sokoa.com/>



1.1. Identifier les principales informations que le prospect peut recueillir grâce aux différents onglets.

Onglets	Informations recueillies
Réseaux sociaux	Compte twitter de l'entreprise, vidéo de présentation des collections de l'entreprise sur YouTube, profil LinkedIn de l'entreprise, mail de contact
Clients	Espace sécurisé pour les clients
Actionnaires	Informations dédiées aux futurs actionnaires
Collections	Présentation des différents espaces et gammes de produits
Designers	Présentation des différents designers participant à la création des produits
À propos de Sokoa	Présentation de l'organisation structurelle de l'entreprise
Outils et inspiration	Présentation de l'actualité
News	

(Mettre en évidence la notion de site vitrine)

1.2. Dans l'onglet « Outils et inspiration », préciser l'intérêt des fonctionnalités proposées pour prendre connaissance des collections Sokoa.

Le catalogue Sokoa, nuancier, show room virtuel sont des fonctionnalités simples et très visuelles pour découvrir la richesse des collections de mobilier

- 1.3. Justifier la diversité des moyens de contact proposés par Sokoa
 Les réseaux sociaux : Twitter, Linked in, Youtube et la messagerie avec l'onglet « Contactez-nous » s'adaptent à tous les types de prospect en fonction de leur choix de prise de contact et du contexte.
 Ils proposent des contenus variés au niveau des informations communiquées à la fois sur le fond et la forme (texte, vidéo....)

Se rendre sur le compte twitter Sokoa

<https://twitter.com/SOKOAchairs>



- 1.4. Décrire le profil Twitter de l'entreprise Sokoa en expliquant le contenu des principales rubriques.

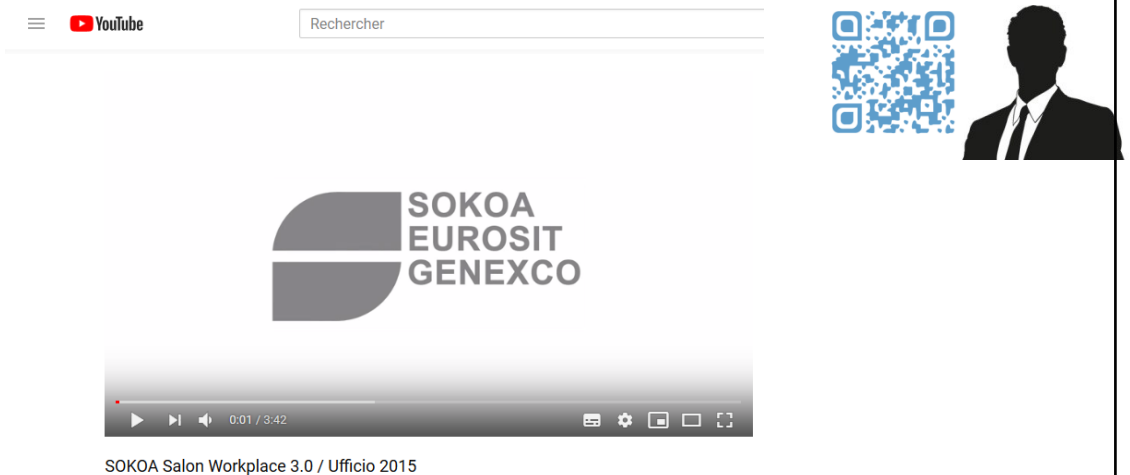
@nomutilisateur Twitter /Photo de profil /Biographie /« tweet », « abonnements » et « abonnés » /Image de bannière /Tweet épinglé

- Tweets: Publications faites sur Twitter
- Abonnés: Personnes qui suivent mes tweets Qu'est-ce que l'onglet « Connecter » ?

- 1.5. Indiquer l'utilité pour Sokoa de disposer d'un compte Twitter d'entreprise.
 Outil de « réseautage » pour entrer en contact avec des prospects
 Renforcer sa présence en ligne et son référencement
 Augmenter les liens vers le site internet grâce au partage d'articles, de blogs, d'informations inédites, et à quelques hashtags
 Identifier les produits et services de Sokoa, événements liés à l'actualité de l'entreprise, mettre en avant sa notoriété, développer son image, développer la relation avec les clients...

Augmenter la notoriété et la visibilité de Sokoa, diffuser de l'information sur l'entreprise, son activité, ses produits... C'est une opportunité de contact avec le public qui permet de recruter des prospects, booster les ventes.

Visionner sur Youtube, la vidéo relative à la présence de Sokoa lors d'un évènement spécifique <https://www.youtube.com/watch?v=kjaVgPbZ0kQ&feature=youtu.be>



1-7 Nommer l'évènement commercial spécifié dans la vidéo en précisant le type de clientèle ciblée.

Salon professionnel : immobilier de bureau. Sokoa y participe depuis 25 ans. Clientèle professionnelle

1-8 Indiquer l'innovation technologique présentée par le directeur et expliquer pourquoi celui-ci utilise une tablette.

Des sièges connectés très pratiques, pour des sièges d'accueil. La présentation sur la tablette offre une démonstration très visuelle de la solution de ces sièges connectés.

1-9 Expliquer l'intérêt commercial pour la société « Sokoa » de participer à ce type d'évènement commercial.

Présenter ses produits, rencontrer des clients et des prospects... Faire un lien avec la question 2.1

Activité 2. Découvrir les outils numériques d'aide à la vente mis à disposition des commerciaux

Satisfait de votre travail d'analyse relatif à la communication de Sokoa, monsieur Perez vous dirige maintenant vers la découverte de deux outils d'aide à la vente (le showroom virtuel et l'appli catalogue)

⇒ **S'approprier le showroom virtuel Sokoa**

<http://www.sokoa.com/showroom/>



Lancer le showroom virtuel et découvrir les produits proposés par Sokoa.

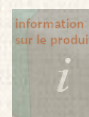
Aide à la navigation sur le showroom

À partir de l'aide à la navigation, en bas à droite, découvrez le showroom virtuel en cliquant sur « panorama suivant » ou « panorama précédent ». Vous pouvez également vous déplacer à l'aide de la souris.



Démarrer l'autorotation

Placer votre curseur sur les deux lettres « i » qui apparaissent et cliquer.



➤ **Naviguer en autonomie à présent !**

2.1 Indiquer les avantages pour Sokoa et pour ses clients potentiels de pouvoir utiliser la fonctionnalité « showroom virtuel »

- Intérêt pour Sokoa.

Présentation permanente des collections, valorisation et théâtralisation de l'offre (mise en scène des produits dans un espace de travail), opportunité de contact avec le prospect.

- Intérêt pour les clients potentiels.
Prendre connaissance de la gamme de produit de manière visuelle avec possibilité d'obtenir des informations sur les produits présentés.

Découvrir l'appli Catalogue Sokoa



<https://www.youtube.com/watch?v=cHJ4xSiAiS0&feature=youtu.be>

2.2 Indiquer le nom de l'outil qui va permettre de présenter les offres ainsi que son avantage principal.

Une tablette qui remplace la mallette du commercial, surchargée de documentation.

2.3 Lister les différents supports numériques d'aide à la vente auxquels a accès le commercial Sokoa.

Photos, tarifs, fiches techniques, vidéo...

2.4 Repérer trois avantages apportés par cette application numérique Catalogue Sokoa pour un commercial

Fonctionnalités	Intérêts
Présentation du produit	Valoriser la présentation, accéder à toutes les informations produits
Envoi d'un e-mail	Laisser une trace de votre visite
Envoi d'un lien	Solutionner le problème des pièces jointes trop lourdes

Mission 2 – Identifier les besoins du client potentiel (prospect)

Monsieur Perez vous transmet la demande d'information d'un client potentiel communiquée par l'outil tchat « Messenger » de Facebook.

Activité 1. Préparer son plan de découverte des besoins

⇒ Prendre connaissance du document 1 ci-dessous

Document 1. Message sur la page Facebook Messenger « Contactez-nous »

Sokoia | Designed for work

ACCÈS CLIENTS | ACTIONNAIRES

Collections Designers A propos de Sokoia Outils et inspiration

Accueil / Contactez-nous

CONTACTEZ-NOUS

Votre message

* champs obligatoires

Vous êtes :

Effectifs :

Société :

Titre :

Nom / Prénom :*

Code postal :

Ville :

Pays :

Téléphone : *

Mail :*

Société anonyme

0 à 9
10 à 49
50 à 200
 + de 200

LA FNAC

Mme
 M.

PACHOUD

75008

PARIS

FRANCE

06.26.....

Angel.PACHOUD@La-fnac.com

Type de société

Objet de la demande

Nom et fonction

Votre message :

Bonjour,
Je vous sollicite pour un projet d'aménagement
Pour le siège parisien à Ivry sur Seine: une salle de repos pour le personnel.
L'aménagement doit favoriser une atmosphère propice à la créativité, à l'échange, au travail collaboratif.
Merci par avance de votre retour
Cordialement
A.PACHOUD – Responsable agencement intérieur FNAC (Siège et magasins)

1-1 Repérer sur le document 1 à l'intérieur des bulles, les principales informations indiquées dans le message envoyé par le client potentiel (Nom et fonction de l'expéditeur, type d'entreprise, objet de la demande)

1-2 Indiquer si ces informations vous semblent suffisamment précises et justifier votre réponse

Les informations apportées ne sont pas assez précises, aucune indication sur le budget, la surface, le délai de pose...

⇒ **Prendre connaissance du document 2**. Les ressources sur Padlet



<https://padlet.com/identifierlesbesoins/6x418szbofcm>

1-4 Repérer trois mobiles d'achat adaptés à la demande reçue en justifiant votre réponse
Nouveauté et sympathie: une salle de repos pour le personnel
Confort : propice à la créativité et à l'échange

1-5 Rédiger une question fermée pour entrer en contact avec ce client potentiel
Avez-vous déjà pris contact avec une entreprise concurrente ?

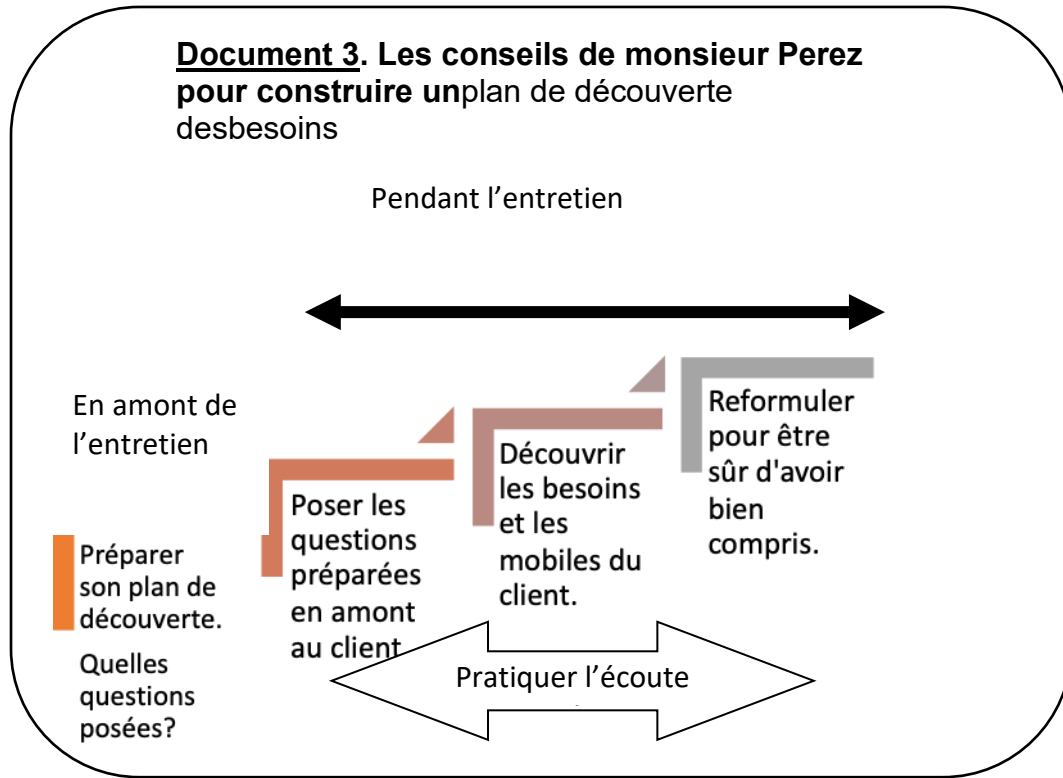
1-6 Rédiger une question ouverte pour amener le client potentiel à donner une information complémentaire
De quoi avez-vous besoin concrètement ?

1-7 Rédiger une question alternative pour que le client potentiel puisse préciser sa demande.
Préférez-vous un espace ouvert ou un espace cloisonné ?

Activité 2. Concevoir un plan de découverte des besoins

En groupe, à partir de vos connaissances acquises lors de l'activité 1 et en s'appuyant sur les consignes de monsieur Perez (document 3)

2-1 Construire le plan de découverte des besoins du client potentiel sur l'annexe 1



Le plan de découverte est un plan de questionnement utilisé pour préparer et effectuer un entretien commercial. Il a pour but de découvrir la nature du besoin et les mobiles du client. Le commercial pourra ainsi proposer le bon produit au client

Annexe 1 Proposition d'un plan de découverte des besoins



Activité 3. Exploiter le plan de découverte des besoins dans le cadre d'une situation commerciale

Monsieur Perez a validé votre plan de découverte des besoins. Vous devez sous son contrôle, contacter en visioconférence, madame Pachoud, responsable de l'agencement intérieur de la FNAC afin d'identifier précisément ses besoins. Avant de vous laisser en autonomie vivre cette situation professionnelle, monsieur Perez vous propose un exercice d'entraînement.



En groupe, à partir des conseils de monsieur Perez (Document 4) et d'une note de service qu'il a émise à destination du service commercial (document5).

3-1 Interpréter le rôle de ces trois professionnels afin de reconstituer la situation commerciale d'identification des besoins du prospect. Vous exploiterez votre plan de découverte liée au projet de réaménagement envisagé par madame Pachoud de la FNAC.

Document 4 : Conseils de monsieur Perez pour la simulation de la situation professionnelle selon l'attribution des rôles suivants

- Le commercial : joue la scène, prend des notes à partir de son plan de découverte des besoins
- Le client potentiel (madame Pachoud) : joue la scène
- Le responsable du service commercial : remplit la grille d'observation / enregistrement audio ou vidéo



Consignes jeu de rôle Espace détente personnel	
Client	Vendeur
<p>Est conduit à préciser les éléments suivants</p> <ul style="list-style-type: none"> * Souhaite une proposition sur la collection convivialité, gamme MENDI. * L'aménagement doit favoriser une atmosphère propice à la créativité, à l'échange, au travail collaboratif. * Surface de l'espace : 80 m² * Accessoires souhaités : Tablettes mobiles en bois, module électrique * Matière : Enduit PVS 	<ul style="list-style-type: none"> * Questionne à l'aide du plan de découverte * Reformule les besoins du client * Convient d'un délai pour formuler une proposition



NOTE DE SERVICE

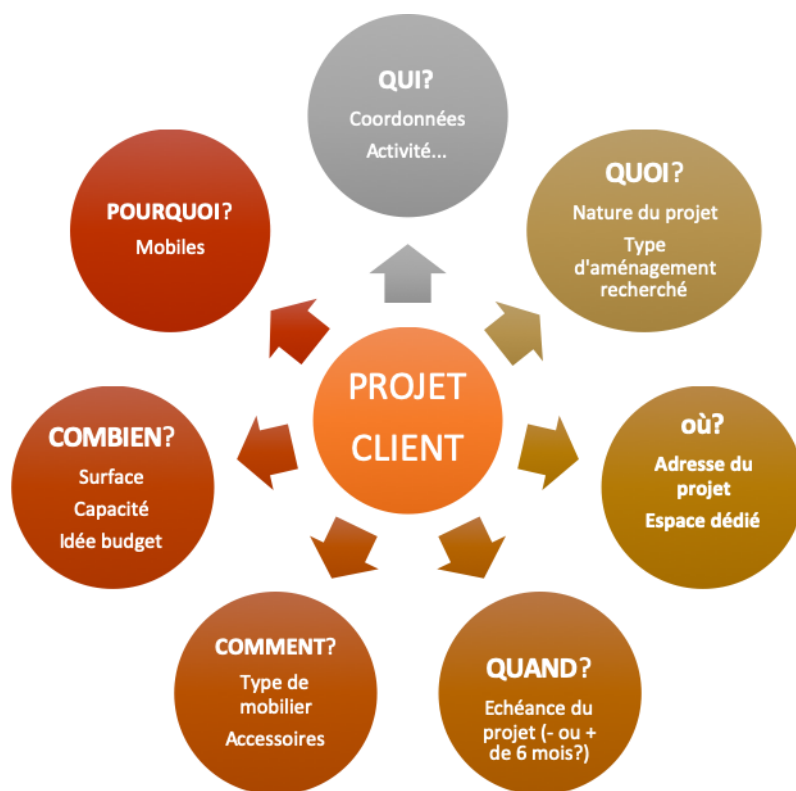
Expéditeur : Monsieur. Perez

Destinataire : service commercial

Objet : méthode à utiliser pour la découverte des besoins

- Pour information
- Pour action
- Pour archivage

Lors d'échanges avec un client potentiel sur Messenger, voici les informations les plus importantes à obtenir. Vous devrez utiliser pour cela, une méthode simple permettant de tout balayer : le « 3 QOCP ».



- Pensez à proposer au client de visiter notre espace show-room virtuel et de visualiser nos collections grâce au site internet.
- Pensez à bien reformuler toutes les informations principales en fin d'entretien et à les noter sur la fiche contact. Cela valorisera votre professionnalisme, crédibilisera auprès du prospect l'intérêt que vous lui portez, et permettra d'enrichir notre base de données prospects !

Ralph Perez
Responsable commercial

Afin de vous aider à synthétiser ce que vous avez appris suite à cette simulation d'une situation professionnelle, monsieur Perez revient sur certains points essentiels :



3-2 Indiquer l'intérêt de la reformulation.

Permet de valider votre compréhension, condition « sine qua non » de formuler une offre commerciale

3-3 Expliquer l'intérêt de la prise de notes dans le cadre de la découverte des besoins.

Valoriser votre professionnalisme et crédibiliser auprès du prospect l'intérêt que vous lui portez, sans compter la valeur des informations à reporter sur le fichier client...

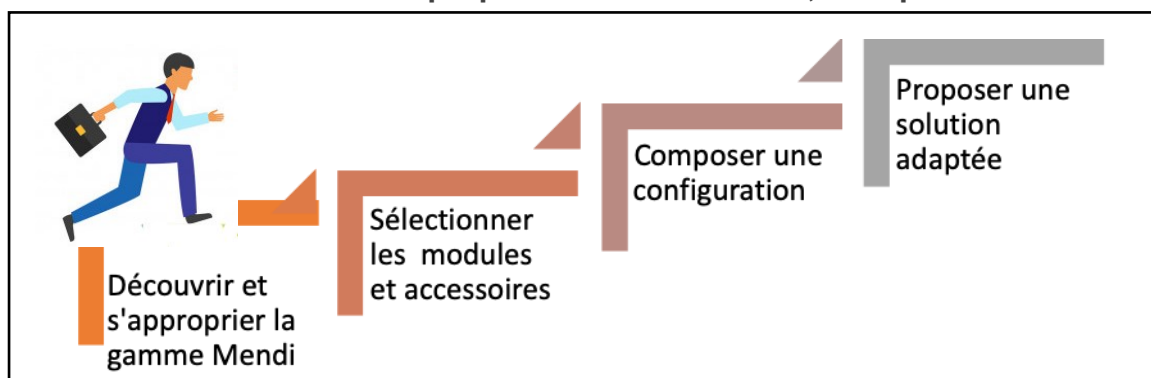
3-4 Justifier l'intérêt de proposer ce plan de découverte.

Seul une parfaite connaissance des besoins du client va permettre d'établir la proposition parfaitement adaptée. Avoir compris les attentes du prospect permettra d'argumenter avec plus d'efficacité.

Mission 3 – Proposer une solution adaptée aux besoins exprimés par le prospect client

Sur la base des besoins exprimés par madame Pachoud, monsieur Perez vous demande de formaliser une solution adaptée concernant le projet d'aménagement d'une salle de repos du personnel.

➤ Avant d'arriver à la proposition commerciale, 3 étapes à traverser...



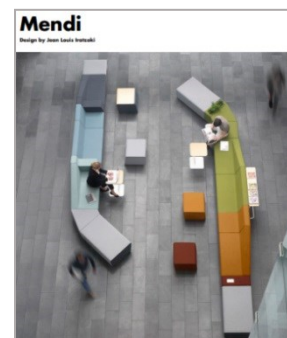
Activité 1. Élaborer le projet commercial

1^{ère} étape – Découvrir et s'appropriier la gamme Mendi

La première étape de votre démarche est de vous approprier la gamme Mendi. Monsieur Perez vous oriente sur cette gamme qui correspond aux besoins exprimés par madame Pachoud, responsable de l'agencement intérieur de la FNAC, dans le projet d'aménagement d'une salle de repos.

⇒ Télécharger le catalogue Mendi et l'enregistrer sur votre session.

<https://www.sokoa.com/fr/sokoa-outils/telechargements.html>



⇒ Visionner la vidéo Mendi afin de découvrir en rythme, toutes les possibilités de ce programme modulaire, astucieux, flexible, et coloré

<http://youtu.be/Xmiiuu3v8z-s>
(1mn30)



- À partir de la consultation du catalogue et de la vidéo :

1-1 Indiquer l'avantage principal de la gamme Mendi.

La modularité, c'est-à-dire que la gamme est flexible et évolutive.

1-2 Repérer les trois tailles de composition possibles en précisant ce qui les distingue.

Small, Médium, Large. Ce qui les distingue c'est le nombre de modules proposé par composition.

2^{ème} étape - Sélectionner les modules et accessoires

La seconde étape de votre démarche consiste à sélectionner des produits afin de faire une proposition adaptée à la demande de la Fnac.

À partir des besoins exprimés par madame Pachoud pris en note par vos soins lors de la visioconférence (document 1 extrait des notes de la visioconférence) et des configurations présentées dans le catalogue (pages 6-7, 10-11 et 14-15)

Document 1 : extrait des notes prises lors de la visioconférence avec madame Pachoud (FNAC)

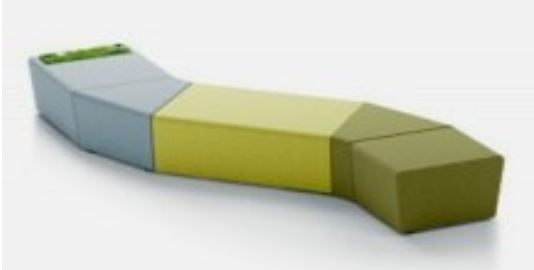


Besoins de la cliente Mme Pachoud

- *Gamme : Mendi*
- *Surface : 80 m²*
- *Accessoires souhaités : tablettes mobiles en bois, module électrique*

1-3 Sélectionner les produits qui vous permettront de visualiser votre projet

Le tableau ci-dessous peut être reproduit avec un logiciel de traitement de texte ou un tableur ou téléchargé.

EXEMPLE POSSIBLE D'UNE PROPOSITION D'ELEVE

Type de composition (Small, medium, large)	Photo de la composition sélectionnée	Nombre de compositions ¹ à prévoir pour occuper l'espace
Small		2
Medium		1
Accessoires de mobilité sélectionnés	Photos des accessoires	Nombre d'accessoires
<ul style="list-style-type: none"> - Tablette de mobilité bois - Module électrique 		<p>1</p> <p>1</p>

¹Composition : ensemble de modules qui, associés, forment une composition

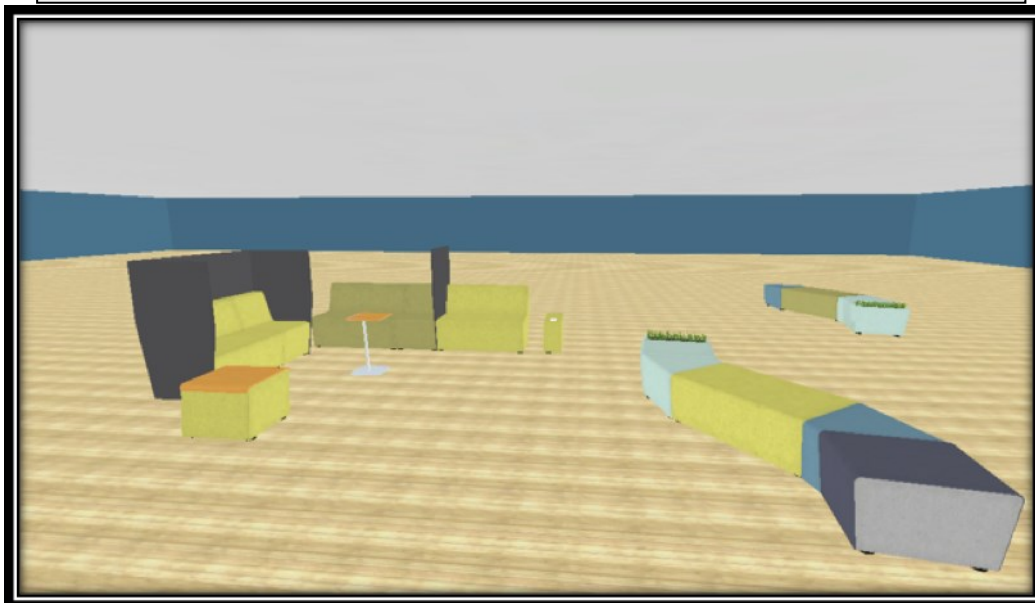
Activité 2. Proposer une solution adaptée au besoin du client

3^{ème} étape –Transmettre la configuration à madame Pachoud

La troisième étape de votre démarche consiste à transmettre par courriel la configuration du projet à madame Pachoud afin d'établir la proposition commerciale (étape 4).

2-1 Rédiger le courriel à transmettre à madame Pachoud (annexe 1) pour lui soumettre la proposition de configuration figurant en document 2 (elle sera envoyée en pièce jointe).

DOCUMENT 2 : Le visuel de la configuration



Annexe 1 : Courriel à transmettre à Madame Pachoud


Microsoft Word interface showing a draft email. The ribbon includes 'Fichier', 'Message', 'Insertion', 'Options', 'Format du texte', 'Révision', 'Antidote', 'PDF Architect 5 Creator', and 'PDF Architect 6 Creator'. The 'Message' ribbon is active, showing options like 'Couper', 'Copier', 'Coller', 'Reproduire la mise en forme', 'Presse-papiers', 'Texte simple', 'Carnet d'adresses', 'Vérifier les noms', 'Joindre un fichier', 'Joindre un élément', 'Signature', 'Assurer un suivi', 'Importance haute', 'Importance faible', 'Indicateurs', and 'Zoom'.

À...
Cc...
Objet :

Bonjour madame Pachoud

Veillez trouver en pièce jointe une proposition de configuration concernant votre salle de repos pour votre siège d'Ivry sur Seine.
Je vous recontacterai dans deux jours afin d'en discuter avec vous.
Je reste à votre entière disposition pour toute information complémentaire.

Bien cordialement
Nom élève

 Sokoia | Designed for work

4^{ème} étape – Proposer une solution adaptée suite à des modifications apportées par le client

Votre cliente madame Pachoud est vivement intéressée par le projet commercial que vous lui avez communiqué par courriel. A l'occasion de nouveaux échanges, elle vous fait part d'une demande plus précise.

2-2 Formaliser le travail préparatoire à cette deuxième proposition (annexe 2), à partir des nouvelles précisions transmises par madame Pachoud (document 3) et un extrait du catalogue Mendi (document 4).

Document 3 extrait du courriel de Madame Pachoud envoyé en retour de votre proposition

Bonjour,





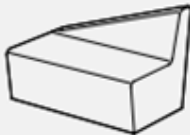


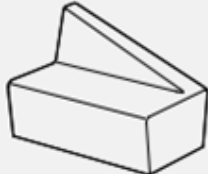

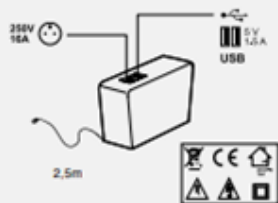






Je vous remercie bien sincèrement de votre proposition pour l'agencement de la salle de repos du siège de la FNAC. La qualité et l'esthétique du design de la composition sont tout à faits adaptés. Néanmoins, après réflexion et échanges avec la direction générale, je souhaiterais une nouvelle proposition avec les éléments suivants :

- ✚ Un choix de modules avec dossier
- ✚ La surface de l'espace était de 80 m². Je souhaite que 40 % de cet espace soit dédié à la circulation. Seuls 20% de la surface occupée seront attribués aux modules (le reste sera destiné à des tables, étagères...)

Je vous remercie par avance de la prise en compte de ces éléments et reste à votre disposition pour toute demande de précisions

Bien cordialement
Madame Pachoud

Document 4 Extrait du catalogue Mendi

<p>DIR0/N0</p>  <p>H415 x P555 x L550</p>	<p>DIV0/N0</p>  <p>H415 x P625 x L663 x 185</p>	<p>DIP0/N0</p>  <p>H415 x P670 x L540</p>	<p>DIQ0/N0</p>  <p>H415 x P670 x L1086</p>
<p>DID0/N0</p>  <p>H778 x P715 x L1086</p>	<p>DIX0/N0</p>  <p>H778 x P715 x L540</p>	<p>DIY0/N0</p>  <p>H778 x P715 x L1086</p>	<p>DIG0/N0</p>  <p>H778 x P715 x L1086</p>
<p>DIB0/N0</p>  <p>H778 x P715 x L220</p>	<p>DIE0/N0</p>  <p>H415 x P670 x L225</p>	<p>DIF0/N0</p>  <p>H415 x P670 x L225</p>	<p>DIT0</p>  <p>H49 x P650 x L530</p>
<p>DITN</p>  <p>H636 x P430 x L400</p>	<p>DITR</p>  <p>H735 x P386 x L1100</p>	<p>DICL</p>  <p>H1342 x P776</p>	 <p>H1342 x P776 x L800 -1126 -1695</p>

Annexe 2 : Formulation de la nouvelle proposition

Les mesures de la nouvelle répartition des surfaces

2-3 Calculer la surface dédiée à la circulation des clients

$$80 \times 0.4 = 32 \text{ m}^2$$

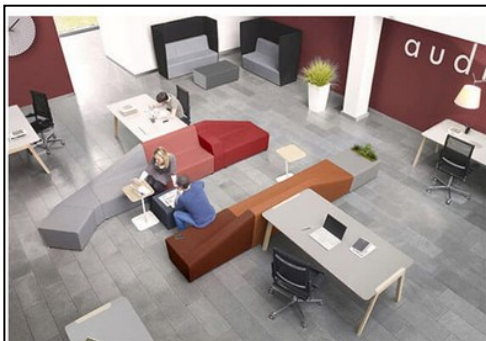
2-4 Calculer la surface dédiée au mobilier

$$80 - 32 = 48 \text{ m}^2$$

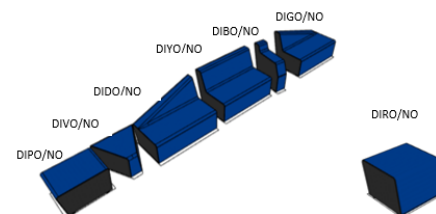
2-5 Calculer la surface dédiée aux modules

$$48 \times 0.2 = 9,6 \text{ m}^2$$

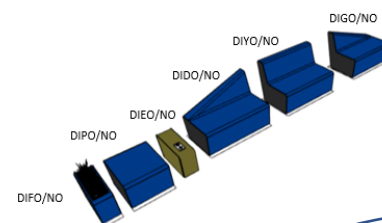
La nouvelle composition proposée



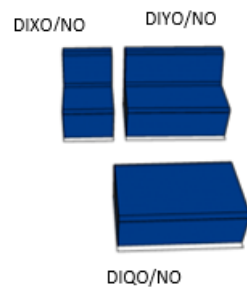
ASSISE 1



ASSISE 2



ASSISE 3



Annexe 2 (suite et fin) Formalisation de la nouvelle proposition

2-6 Reporter les références et côtes de chaque module et vérifier le calcul de la surface des éléments choisis.

Assises	Référence du module	Profondeur en mètre (m)	Longueur en mètre (m)	Surface en m ²
ASSISE 1	DIPO/NO	0.67	0.54	0.36
	DIVO/NO	0.625	0.663/0.185	0.27
	DIDO/NO	0.715	1.086	0.78
	DIYO/NO	0.715	1.086	0.78
	DIBO/NO	0.715	0.220	0.16
	DIGO/NO	0.715	1.086	0.78
	DIRO/NO	0.555	0.55	0.31
ASSISE 2	DIGO/NO	0.715	1.086	0.78
	DIYO/NO	0.715	1.086	0.78
	DIDO/NO	0.715	1.086	0.78
	DIEO/NO	0.670	0.225	0.15
	DIPO/NO	0.670	0.54	0.36
	DIFO/NO	0.670	0.225	0.15
ASSISE 3	DIXO/NO	0.715	0.54	0.39 X 2
	DIYO/NO	0.715	1.086	0.78 X 2
	DIQO/NO	0.67	1.086	0.73
	Total			9.51

La surface correspond bien à la demande de Mme Pachoud :

➤ 9.51m² inférieur à 9.6 m²

2.7. Vérifier la présence de tous les éléments attendus par madame Pachoud.

Tous les éléments sont bien présents

POUR PROPOSER UNE ACTIVITE COMPLEMENTAIRE ET ALLER PLUS LOIN

Activité 2. Proposer une solution adaptée au besoin du client

Le projet commercial (à réaliser si les élèves disposent d'un iPhone ou Ipad)



3^{ème} étape –Transmettre la configuration à madame Pachoud

À partir de la sélection des produits effectuée, représenter l'aménagement de la zone de repos du personnel, en 3D avec l'application App store Mendi 2

- ⇒ Créer votre configuration Mendi à l'aide des différents modules et accessoires tout en jouant avec les différentes couleurs finitions.
- ⇒ Visualiser et travailler sur votre configuration en 3D
- ⇒ Enregistrer votre projet directement sur votre smartphone ou tablette. Puis, vous l'enregistrerez en format jpeg ou png (format image) pour l'envoyer à madame Pachoud. À cette étape, vos principaux objectifs sont de maintenir la relation avec votre cliente et d'obtenir un accord de principe sur « l'esprit » du projet proposé.

Procédure à suivre après téléchargement de l'application :

The screenshot shows the '1 Créez votre pièce' screen. It includes instructions: 'Précisez les dimensions de votre pièce : longueur, largeur et hauteur des murs*. Personnalisez ensuite votre espace en choisissant le type de sol, le coloris des murs et du plafond et en rajoutant portes et fenêtres afin d'obtenir une reproduction fidèle de votre pièce.' Below this, there are three input fields labeled 'Longueur (m)', 'Largeur (m)', and 'Hauteur (m)'. At the bottom, there are buttons for 'Retour', language options 'FR EN ES', and 'Commencer'.

Penser à respecter la demande de la cliente en termes de surface.

2 Créez votre configuration Mendi

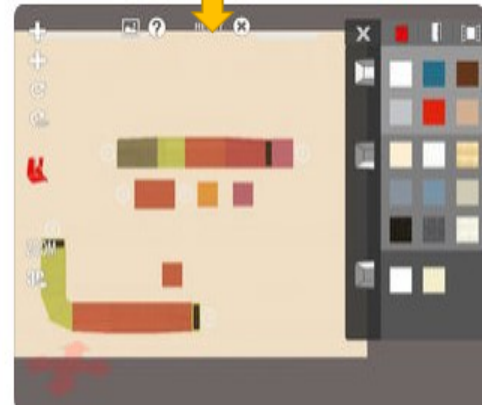
1. Choisir et ajouter des configurations et accessoires proposés dans la bibliothèque



2. Déplacer votre composition à l'intérieur de la pièce créée



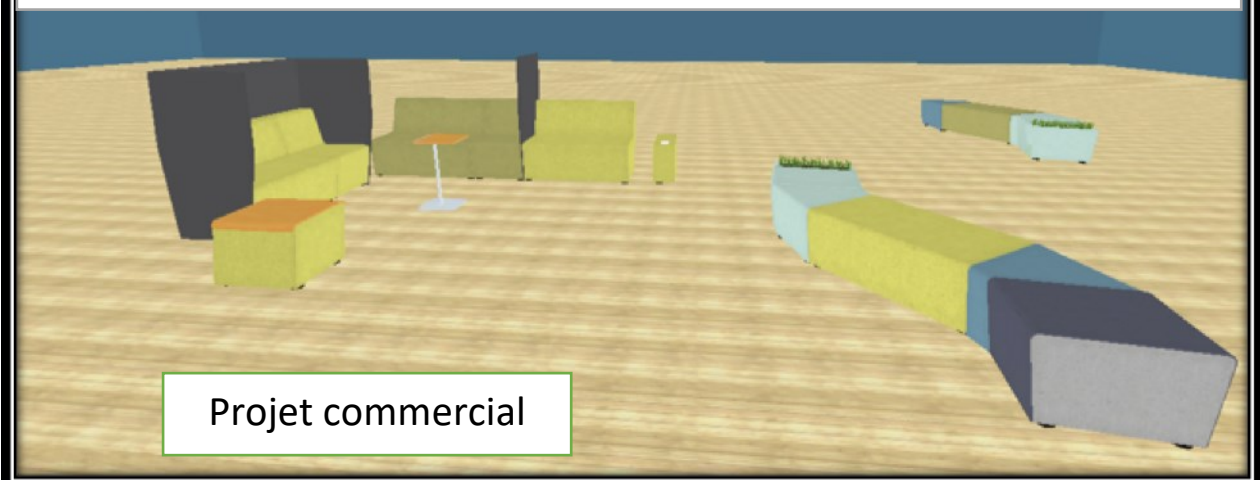
3. Visualiser en vue du dessus (2D)



4. Sauvegarder l'image de votre projet dans la galerie de votre appareil. Enregistrer votre projet en format jpeg ou png (format image) afin de l'envoyer à votre cliente.

Proposition de composition réalisée à partir de l'application

4. Enregistrer votre projet en format jpeg ou png (format image). Celle-ci sera sauvegardée dans la galerie de votre appareil et pourra ensuite être envoyé à votre cliente **FNAC**



Monsieur- Perez vous précise que Sokoia présente toujours ses projets à ses clients en 3D. En effet, cela permet au client de mieux visualiser la proposition émise.

Ouvrir le logiciel pConplanner, <https://pcon-planner.com/fr/download/> et réaliser le plan de votre aménagement à partir des modules et configurations placés dans la bibliothèque

Un kahoot

<https://play.kahoot.it/#/k/f4d13feb-34e5-4c34-a26d-aeda2d84cfaf>

