



# **RAPPORT DE STAGE**

16 MAI 2022 - 04 JUIN 2022

JD Sports - Place de La Vache Noire,  
94110 Arcueil







## **REMERCIEMENTS**

Au terme de cette expérience enrichissante, j'aimerais adresser mes remerciements aux personnes ayant apporté leur soutien et leur aide de loin ou de près pour ce stage.

Tout d'abord, j'aimerais remercier l'IUT de Sceaux de m'avoir permise de vivre une réelle insertion professionnelle permettant de voir le mode de fonctionnement du monde du travail. Plus particulièrement, je remercie chaleureusement les professeurs de vente de nous avoir préparé à aborder au mieux cette première approche en entreprise. Je tiens également à adresser toute ma gratitude au directeur du magasin JD Sports à Arcueil, Monsieur Joël ATAKPAH, pour la confiance qu'il a bien voulu m'accorder en m'intégrant au sein de son équipe. Puis, les managers de l'enseigne qui ont été d'une extrême bienveillance en me formant, conseillant et encadrant tout au long de ce stage. Je remercie également l'ensemble de la team JD Sports pour l'accueil et l'ambiance de travail qui m'ont permis d'apprécier ce stage. Et enfin, je tiens à remercier mes parents pour les encouragements et le soutien qu'ils m'ont apporté tout au long de cette période. Ces quelques semaines de stage m'ont permis de m'imprégner dans le monde professionnel, d'approfondir et d'accroître mes connaissances en termes de vente et de relation client.

## **Engagement de non plagiat**

Je soussigné(e) : Aina Julia ANDRIANASOLO déclare être pleinement conscient(e) que le plagiat de tout ou partie de documents publiés sur toute forme de support, y compris l'internet, constitue une violation des droits d'auteur ainsi qu'une fraude caractérisée. En conséquence, je m'engage à citer toutes les sources que j'ai utilisées pour écrire ce rapport.

Date : 16 Mai 2022

Signature :

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Aina Julia ANDRIANASOLO', written on a light blue grid background.

Aina Julia ANDRIANASOLO

# SOMMAIRE

<b>INTRODUCTION .....</b>	<b>7</b>
<b>PARTIE I .....</b>	<b>8</b>
1. L'entreprise : .....	8
2. Le magasin : .....	8
3. La concurrence : .....	10
4. Le profil client: .....	10
<b>PARTIE II .....</b>	<b>11</b>
1. ANALYSE DEMARCHE MARKETING .....	11
a) Organisation de l'activité commercial : .....	11
b) Gestion des stocks et relation avec les fournisseurs : .....	13
c) Politique produit : .....	13
d) Argumentaires de vente : .....	15
e) Etude du merchandising, de la PLV, et la gestion du point de vente : .....	17
f) Moyen de communication du point de vente : .....	19
2 - ANALYSE CRITIQUE DES MISSIONS CONFIEES : .....	19
<b>CONCLUSION .....</b>	<b>22</b>
<b>REFERENCES SITOGGRAPHIQUES.....</b>	<b>23</b>

## INTRODUCTION

Étant en BUT technique de commercialisation, une conciliation entre pratique et théorie est fortement sollicitée et figure dans le programme. De ce fait, une première approche dans le monde professionnel se fait dès la première année à travers un stage de vente. Cette pratique dure entre 2 à 3 semaines selon le désir de chacun et doit obligatoirement nous mettre en situation de contact direct avec la clientèle.

Ayant une attirance particulière pour le domaine sportif, je voulais de préférence effectuer mon stage dans ce secteur. Pour trouver l'entreprise que j'allais intégrer, j'ai tout d'abord défini des critères, qui selon moi faciliterait non seulement ma recherche mais aussi mon quotidien durant cette période. J'ai alors établi une base de données selon le secteur mais aussi selon la proximité depuis mon domicile. Après l'élaboration de cette dernière, je me suis rendue directement en magasin. J'ai commencé par le centre commercial le plus proche de chez moi, La Vache Noire. J'y ai directement déposé quelques curriculum vitae et des lettres de motivations, tous secteurs confondus. Etant donné que ma venue en magasin s'est faite en fin décembre, et que la période des soldes approchait, je devais revenir en magasin en fin janvier, voire début février pour relancer ma candidature. A mon retour, un entretien a eu lieu avec le directeur du magasin JD Sports, Monsieur Joël ATAKPA. J'ai pu ainsi conclure mon contrat avec ce dernier.

Ainsi, j'ai intégré le magasin JD Sports à Arcueil, une boutique spécialisée dans le sportswear. Deux catégories sont présentes dans le magasin, le footwear et le textile. Pour ma part, j'ai intégré la team footwear mais cela ne m'a tout de même pas empêché d'accomplir quelques tâches pour le textile. Mes missions se sont alors articulées autour de la vente, plus précisément de la vente assistée. Cela comprend la prise de commande, la vente en face à face et la gestion des stocks. J'ai ainsi effectué le même travail qu'une vendeuse confirmée à l'exception de l'encaissement. Étant surtout positionné au footwear, mon rapport de stage se concentrera donc particulièrement sur cette catégorie.



# PARTIE I

## 1. L'entreprise :

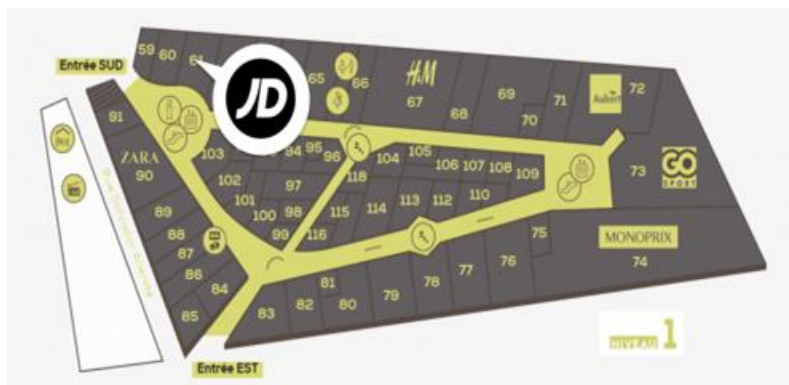
JD Sports est une entreprise britannique spécialisée dans la vente d'articles sportswear. Cette dernière met en avant dans ses enseignes des vêtements, des baskets et des accessoires (sacs, chaussettes, etc.) de différentes marques. JD Sports est en partenariat avec diverses marques célèbres telles que Nike, Adidas, Fila, Ellesse, Champion, Puma et bien d'autres encore. Néanmoins, elle possède également ses propres marques comme Mackenzie, Brookhaven, Carbini, Sonneti, Supply & Demand, ou encore Pink Soda Sport qu'elle met en vente dans ses enseignes. Cette dernière doit surtout sa renommée par la vente de baskets et porte ainsi le nom du « Roi anglais incontesté de la basket ».

Créée en 1981 par John Wardle et David Makin, JD Sports a à son actif 478 magasins dont 78 en France et 400 au Royaume Uni. Elle accumule en 2021 un chiffre d'affaire de 142 700,00 euros en France. Actuellement, JD Sports ne cesse de grandir et se tourne de plus en plus vers l'international. Elle a ainsi conquis plusieurs pays tels que l'Australie, l'Allemagne, la Suède, l'Asie, les Pays-Bas, l'Italie, la Belgique, l'Espagne, les Etats-Unis, le Danemark et le Portugal.

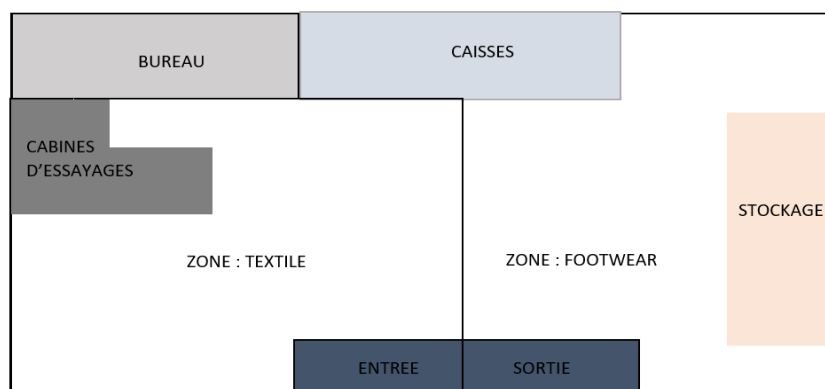
## 2. Le magasin :

Le magasin que j'ai intégré durant mon stage a été celui d'Arcueil dans le centre commercial La Vache Noire. Il est situé à l'entrée principal du centre commercial, ce qui en fait un grand avantage. En effet, même s'il existe une autre entrée pour ce centre, le fait que le magasin soit positionné à l'avant mène à l'attractivité de la clientèle. Il est ainsi visible de tous, de par son emplacement mais aussi de par sa vitrine lumineuse.





Ce magasin offre une diversité de produits pour hommes, femmes, juniors, enfants et bébés. C'est d'ailleurs de cette manière que les produits sont présentés dans le magasin. Nous aurons 2 zones principales. La première, le textile, avec les catégories homme, femme, et junior. La seconde, la zone footwear, avec les catégories homme, femme, junior, enfants et bébé. Cette dernière est ainsi structurée de la manière suivante :



Étant un magasin de taille moyenne, j'ai intégré une équipe d'une quinzaine de personnes environ. La team JD Sport d'Arcueil se compose :

- D'un directeur : Monsieur Joël ATAKPAH
- D'un manager textile : Monsieur Rogane GELENGA
- D'un manager footwear : Monsieur Yannick KETEVATOMA
- D'un assistant manager : Monsieur Freddy LOPES MOREIRA
- Des vendeurs en CDI
- Des stagiaires

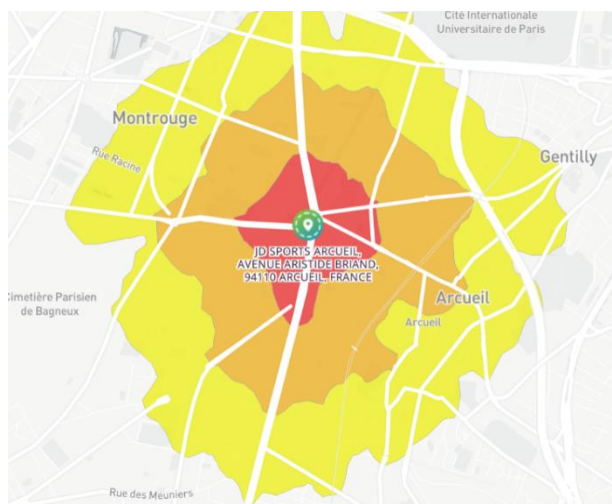
### 3. La concurrence :

En général, sur le territoire français, les concurrents de JD Sports sont Courrir et Foot locker. Étant dans le centre commercial de La Vache Noire, le JD Sport d'Arcueil a pour concurrent principal Courrir et pour concurrent indirect Go Sport. Le JD Sports d'Arcueil a un très bon emplacement. En effet, dans les alentours, il a pour unique concurrence Courrir. Il n'aura que des concurrents indirects tels que Go Sport, Sport Système, Rock Riders, etc. Cependant, cela représente un risque car en effet la clientèle a 50% de chance de choisir leur magasin plutôt que l'enseigne Courrir. JD Sports se doit donc d'être irréprochable dans ses ventes mais surtout son service client.

### 4. Le profil client:

JD Sports est un magasin offrant des produits pour toutes catégories d'âges. Elle propose autant de produits pour hommes comme pour femmes, juniors, ou encore enfants et bébés. Cependant sa clientèle est généralement jeune et figure dans la catégorie des 15-30 ans. Ayant des produits pour tous les budgets, le panier moyen d'un client chez JD Sports s'élève à 75 euros. Sa clientèle vient principalement d'Arcueil, de Gentilly et de Montrouge comme on peut le voir sur la zone de chalandise suivante :

#### Zone de chalandise



Temps de trajet des clients (à pieds) :

**Zone jaune : 20 min**

**Zone orange : 10 min**

**Zone rouge : 3 min**

La provenance de la clientèle est variée. Cependant, on peut voir grâce à cette zone de chalandise que les clients les plus éloignés de l'enseigne sont à 20 minutes à pied du magasin.

## PARTIE II

### 1. ANALYSE DEMARCHE MARKETING :

#### a) Organisation de l'activité commercial :

Intégrer la team JD Sports est à la fois un privilège et un synonyme d'exigence. Il s'agit d'ailleurs une des valeurs que l'entreprise prône. En effet, en occupant un poste de vendeur, on se doit d'appliquer des techniques de vente et d'accueil précises. Au sein de JD Sports, cette dernière est appelée "GOALS". Par ailleurs, avant d'intégrer un post de vendeur en magasin, il est impératif de passer les « e-learning », une formation en ligne qui se présente sous la forme d'un test (QCM). On retrouvera notamment sur ce test des modules pédagogiques sur différents thèmes : le fonctionnement de l'entreprise, les règlements du magasin, les consignes de sécurité, ou encore les dispositions à prendre en cas d'arrêt de travail.

Qu'est-ce que le GOALS ?

- Greet (saluer) : JD Sports accorde une importance particulière à son service de client. De ce fait, chaque vendeur se doit de toujours « saluer » correctement un client entrant dans le magasin. Si un vendeur est en train de recevoir un client et qu'une personne entre en magasin, il devra lui accorder tout autant son attention et montrer qu'il est le bienvenu.
- Observe (observer) : Un bon vendeur doit s'attendre à rencontrer différents profils clients. En effet, afin de mener à bien sa vente, il doit observer attentivement son client. Par ailleurs, un client peut montrer des signes d'achats tel que l'hésitation. Un bon vendeur doit être polyvalent et doit savoir anticiper les attentes et/ou besoins du client.
- Ask (demander) : Rechercher les besoins d'un client à travers différentes questions est indispensable. Cela aide à discerner de manière efficace leurs besoins, mais aussi leurs préférences et leur goût, afin de mieux les conseiller.
- Listen (écouter) : Montrer que l'on est à l'écoute d'un client est très important. Cela aide non seulement à déterminer leurs besoins mais aussi à créer un climat de confiance. Il est essentiel que le client se sente écouté mais surtout compris.

- Serve (servir) : Il est crucial de mettre en priorité l'aide à la clientèle. En effet, même si un client ressort du magasin sans achat, s'il est satisfait du service client, il reviendra forcément. Cela mène alors à la fidélité.

A JD Sports, il est essentiel de communiquer et de savoir communiquer. En effet, la cohésion d'équipe est un facteur essentiel pour un bon déroulement des ventes sur le "floor" (espace de vente). C'est pourquoi, les vendeurs ont tous en leur possession des talkie-walkie qui leur permettent de communiquer entre eux. Plusieurs situations peuvent amener à l'utilisation de ces talkies walkies. Cela peut être pour signaler à la personne dans le stock qu'une commande est passée, ou encore pour appeler un collègue si l'on a besoin de renfort, d'aide.

Mis à part le respect méticuleux de ces goals, un système de target est également présent chez JD Sports. En effet, comme toutes entreprises, JD Sports se doit d'avoir des objectifs. Pour les atteindre, JD Sports mets en place chaque jour pour ses employés un système avec des « targets ». Sur cette dernière sera présente plusieurs informations :

- Le chiffre d'affaire à atteindre pour la journée
- L'indice de vente
- Le chiffre d'affaires à atteindre pour le "kiosk" c'est-à-dire des commandes en ligne.
- Le nombre de produit d'entretien que l'on doit vendre

Chaque vendeur se doit de faire son possible pour atteindre cet objectif. De plus, il existe également un tableau de suivi avec des objectifs à atteindre à chaque heure (chiffre d'affaire, indice de vente, etc.). Cela permet de voir à chaque instant si l'on est efficace ou si l'on a du retard sur nos ventes.

DAILY TEAM BRIEF					
01/04/23					
Team	Target	Actual	%	Target	Actual
Team 1	7 120,00	47 750,00	67,04	7 120,00	47 750,00
Team 2	7 120,00	47 750,00	67,04	7 120,00	47 750,00
Team 3	7 120,00	47 750,00	67,04	7 120,00	47 750,00
Team 4	7 120,00	47 750,00	67,04	7 120,00	47 750,00
Team 5	7 120,00	47 750,00	67,04	7 120,00	47 750,00
Team 6	7 120,00	47 750,00	67,04	7 120,00	47 750,00
Team 7	7 120,00	47 750,00	67,04	7 120,00	47 750,00
Team 8	7 120,00	47 750,00	67,04	7 120,00	47 750,00
Team 9	7 120,00	47 750,00	67,04	7 120,00	47 750,00
Team 10	7 120,00	47 750,00	67,04	7 120,00	47 750,00
Team 11	7 120,00	47 750,00	67,04	7 120,00	47 750,00
Team 12	7 120,00	47 750,00	67,04	7 120,00	47 750,00
Team 13	7 120,00	47 750,00	67,04	7 120,00	47 750,00
Team 14	7 120,00	47 750,00	67,04	7 120,00	47 750,00
Team 15	7 120,00	47 750,00	67,04	7 120,00	47 750,00
Team 16	7 120,00	47 750,00	67,04	7 120,00	47 750,00
Team 17	7 120,00	47 750,00	67,04	7 120,00	47 750,00
Team 18	7 120,00	47 750,00	67,04	7 120,00	47 750,00
Team 19	7 120,00	47 750,00	67,04	7 120,00	47 750,00
Team 20	7 120,00	47 750,00	67,04	7 120,00	47 750,00
Team 21	7 120,00	47 750,00	67,04	7 120,00	47 750,00
Team 22	7 120,00	47 750,00	67,04	7 120,00	47 750,00
Team 23	7 120,00	47 750,00	67,04	7 120,00	47 750,00
Team 24	7 120,00	47 750,00	67,04	7 120,00	47 750,00
Team 25	7 120,00	47 750,00	67,04	7 120,00	47 750,00
Team 26	7 120,00	47 750,00	67,04	7 120,00	47 750,00
Team 27	7 120,00	47 750,00	67,04	7 120,00	47 750,00
Team 28	7 120,00	47 750,00	67,04	7 120,00	47 750,00
Team 29	7 120,00	47 750,00	67,04	7 120,00	47 750,00
Team 30	7 120,00	47 750,00	67,04	7 120,00	47 750,00
Team 31	7 120,00	47 750,00	67,04	7 120,00	47 750,00
Team 32	7 120,00	47 750,00	67,04	7 120,00	47 750,00
Team 33	7 120,00	47 750,00	67,04	7 120,00	47 750,00
Team 34	7 120,00	47 750,00	67,04	7 120,00	47 750,00
Team 35	7 120,00	47 750,00	67,04	7 120,00	47 750,00
Team 36	7 120,00	47 750,00	67,04	7 120,00	47 750,00
Team 37	7 120,00	47 750,00	67,04	7 120,00	47 750,00
Team 38	7 120,00	47 750,00	67,04	7 120,00	47 750,00
Team 39	7 120,00	47 750,00	67,04	7 120,00	47 750,00
Team 40	7 120,00	47 750,00	67,04	7 120,00	47 750,00
Team 41	7 120,00	47 750,00	67,04	7 120,00	47 750,00
Team 42	7 120,00	47 750,00	67,04	7 120,00	47 750,00
Team 43	7 120,00	47 750,00	67,04	7 120,00	47 750,00
Team 44	7 120,00	47 750,00	67,04	7 120,00	47 750,00
Team 45	7 120,00	47 750,00	67,04	7 120,00	47 750,00
Team 46	7 120,00	47 750,00	67,04	7 120,00	47 750,00
Team 47	7 120,00	47 750,00	67,04	7 120,00	47 750,00
Team 48	7 120,00	47 750,00	67,04	7 120,00	47 750,00
Team 49	7 120,00	47 750,00	67,04	7 120,00	47 750,00
Team 50	7 120,00	47 750,00	67,04	7 120,00	47 750,00
Team 51	7 120,00	47 750,00	67,04	7 120,00	47 750,00
Team 52	7 120,00	47 750,00	67,04	7 120,00	47 750,00
Team 53	7 120,00	47 750,00	67,04	7 120,00	47 750,00
Team 54	7 120,00	47 750,00	67,04	7 120,00	47 750,00
Team 55	7 120,00	47 750,00	67,04	7 120,00	47 750,00
Team 56	7 120,00	47 750,00	67,04	7 120,00	47 750,00
Team 57	7 120,00	47 750,00	67,04	7 120,00	47 750,00
Team 58	7 120,00	47 750,00	67,04	7 120,00	47 750,00
Team 59	7 120,00	47 750,00	67,04	7 120,00	47 750,00
Team 60	7 120,00	47 750,00	67,04	7 120,00	47 750,00
Team 61	7 120,00	47 750,00	67,04	7 120,00	47 750,00
Team 62	7 120,00	47 750,00	67,04	7 120,00	47 750,00
Team 63	7 120,00	47 750,00	67,04	7 120,00	47 750,00
Team 64	7 120,00	47 750,00	67,04	7 120,00	47 750,00
Team 65	7 120,00	47 750,00	67,04	7 120,00	47 750,00
Team 66	7 120,00	47 750,00	67,04	7 120,00	47 750,00
Team 67	7 120,00	47 750,00	67,04	7 120,00	47 750,00
Team 68	7 120,00	47 750,00	67,04	7 120,00	47 750,00
Team 69	7 120,00	47 750,00	67,04	7 120,00	47 750,00
Team 70	7 120,00	47 750,00	67,04	7 120,00	47 750,00
Team 71	7 120,00	47 750,00	67,04	7 120,00	47 750,00
Team 72	7 120,00	47 750,00	67,04	7 120,00	47 750,00
Team 73	7 120,00	47 750,00	67,04	7 120,00	47 750,00
Team 74	7 120,00	47 750,00	67,04	7 120,00	47 750,00
Team 75	7 120,00	47 750,00	67,04	7 120,00	47 750,00
Team 76	7 120,00	47 750,00	67,04	7 120,00	47 750,00
Team 77	7 120,00	47 750,00	67,04	7 120,00	47 750,00
Team 78	7 120,00	47 750,00	67,04	7 120,00	47 750,00
Team 79	7 120,00	47 750,00	67,04	7 120,00	47 750,00
Team 80	7 120,00	47 750,00	67,04	7 120,00	47 750,00
Team 81	7 120,00	47 750,00	67,04	7 120,00	47 750,00
Team 82	7 120,00	47 750,00	67,04	7 120,00	47 750,00
Team 83	7 120,00	47 750,00	67,04	7 120,00	47 750,00
Team 84	7 120,00	47 750,00	67,04	7 120,00	47 750,00
Team 85	7 120,00	47 750,00	67,04	7 120,00	47 750,00
Team 86	7 120,00	47 750,00	67,04	7 120,00	47 750,00
Team 87	7 120,00	47 750,00	67,04	7 120,00	47 750,00
Team 88	7 120,00	47 750,00	67,04	7 120,00	47 750,00
Team 89	7 120,00	47 750,00	67,04	7 120,00	47 750,00
Team 90	7 120,00	47 750,00	67,04	7 120,00	47 750,00
Team 91	7 120,00	47 750,00	67,04	7 120,00	47 750,00
Team 92	7 120,00	47 750,00	67,04	7 120,00	47 750,00
Team 93	7 120,00	47 750,00	67,04	7 120,00	47 750,00
Team 94	7 120,00	47 750,00	67,04	7 120,00	47 750,00
Team 95	7 120,00	47 750,00	67,04	7 120,00	47 750,00
Team 96	7 120,00	47 750,00	67,04	7 120,00	47 750,00
Team 97	7 120,00	47 750,00	67,04	7 120,00	47 750,00
Team 98	7 120,00	47 750,00	67,04	7 120,00	47 750,00
Team 99	7 120,00	47 750,00	67,04	7 120,00	47 750,00
Team 100	7 120,00	47 750,00	67,04	7 120,00	47 750,00

## b) Gestion des stocks et relation avec les fournisseurs :

Au sein de cette entreprise, toutes personnes peut être amené à gérer le stock. En effet, la polyvalence est requise. Il faut savoir travailler en équipe mais ne pas dépendre d'autres et donc faire preuve d'autonomie. En général, une personne est positionnée au stock pour sortir chaque paire de chaussures dont on a besoin. On le nomme le « stock-man ». Cependant, il se peut qu'un vendeur sur le floor doive récupérer lui-même l'article dont il a besoin. C'est pourquoi, en plus du talkie-walkie, les vendeurs ont chacun un scanner pour « commander » une paire de chaussure et la récupérer dans le stock.

Comment cela fonctionne ? Il existe différents modes sur le scan. Il est possible de :

- Voir les différentes tailles disponibles dans le stock
- Retrouver une paire de chaussures ranger dans le stock
- Imprimer des étiquettes à placer sur les chaussures afin que les clients puissent voir la taille de la chaussure et son prix.
- Savoir si l'on va recevoir prochainement une paire de chaussure
- « Commander » une paire de chaussure dans le stock pour que le « stock-man » la récupère.

La base de l'utilisation de cet outil sera toujours de scanner une paire de chaussure pour avoir son code. Il suffira juste après de choisir l'un des modes mentionner au-dessus selon les besoins de chacun. Il est à noter que ce scanner est utilisé pour tous les autres produits de chez JD Sports, que cela concerne les vêtements, les sacs, les chaussettes, etc.

Outre cela, pour la gestion de son stock, JD Sports a opté pour un système de livraison en 3 fois chaque semaine pour renouveler son stock. En effet, JD Sports rencontre souvent un problème de disponibilité de taille en magasin. C'est pourquoi, elle reçoit régulièrement des livraisons dans la semaine. Cela se fait le lundi, le mercredi et le vendredi dans la matinée.

## c) Politique produit :

Pour allécher la clientèle, la mise en place d'une gamme de produits s'avère importante. Dans le cas de JD Sports, cette dernière offre un large choix de produits à sa clientèle. En effet, on retrouve plus d'une cinquantaine de marque pour tous chez JD Sports. Qu'il s'agisse

d'adultes, d'adolescents ou encore d'enfants, se chauffer est devenu une facilitée chez JD. Dans la zone footwear, on retrouvera notamment les catégories :

- Homme (allant de la taille 40 à 48),
- Femme (allant de la taille 35 à 42),
- Junior (allant de la taille 35,5 à 39)
- Enfant (allant de la taille 28 à 35)
- Bébé (allant de la taille 19 à 27)

En ce qui concerne le textile, on aura les mêmes catégories à l'exception des enfants et des bébés. Ainsi ils se présentent de la manière suivante :

- Homme (allant de la taille XS à 3XL)
- Femme (allant de la taille XXS à 3XL)
- Junior (allant du 9 ans à 16 ans)

#### FOOTWEAR



#### TEXTILE



En plus de donner la possibilité à sa clientèle de trouver chaussure convenable à son pieds, JD Sports propose également des produits pour tous les budgets. En effet, les prix varient entre 20 euros et 200 euros. Même en adoptant cette stratégie, JD Sports se positionne au même niveau que l'enseigne Courir en termes de prix.

Mis à part cela, JD Sports apporte également de l'importance à l'apparence de ses produits en magasin comme lors de la livraison ou de la réception des colis. De ce fait, pour se démarquer de la concurrence, JD Sports a son propre packaging pour ses produits. L'enseigne emballe les

articles de ses clients dans un petit sac en plastique coloré. Ce sac diffère de ce que proposent ses concurrents. En effet, ce dernier prend la forme d'un petit sac à dos avec le logo de l'enseigne au centre. Il permet ainsi non seulement de se démarquer de ses concurrents mais aussi de renforcer sa visibilité.

d) Argumentaires de vente :

Les bons arguments de vente sont indispensables pour convaincre les clients à acheter les produits. Pour atteindre ce but, JD Sports a mis en place une procédure de vente à suivre. Ayant pour unique concurrent direct « Courir », JD Sports se doit d'offrir un service de qualité. C'est pourquoi, JD Sports est très à cheval sur sa procédure de vente. En effet, chaque vendeur se doit d'appliquer à la lettre les GOALS. La formation e-learning doit donc être maîtrisée sur le bout des doigts. De plus, JD Sports ne se limite pas à la vente de baskets, de vêtements et d'accessoires. Cette dernière propose à ses clients un kit complet. De ce fait, l'enseigne met également en avant des produits d'entretiens appelés « shoecare » pour les chaussures. Par ailleurs, au-delà du service client, une vente est qualifiée de "bonne" lorsqu'une paire de chaussure est vendue avec un produit d'entretien adéquat. Il existe une gamme de produits « shoecare » chez JD Sports :

- Le shoecare en mousse ou en gel permettant de nettoyer tout types de chaussures à l'exception du daim et du nubuck.
- L'imperméabilisant, qui empêche l'eau et les tâches liquides de pénétrer dans une chaussure en toile (tissu). Ce produit donne un effet similaire au mélange eau et huile. Ils ne peuvent pas se mélanger.
- Le rafraîchisseur de chaussures. C'est un produit généralement dédiée aux chaussures de sport. Il permet de garder une sensation de fraîcheur dans le pied tout au long des activités sportives.
- Le blanchisseur de chaussure. Il est spécialement destiné aux chaussures en cuir blanc comme les Air Force ou encore les Stan Smith. Il évite surtout le jaunissement de la chaussure et s'applique comme toute crème pour chaussure.

Tous les shoecare a JD Sports sont au prix de 6 euros à l'exception des shoecare de la marque "Crep" qui est à 14 euros. La marque Crep est une des meilleures marques en termes



d'entretien de chaussures. Elle est deux fois plus efficace que les autres produits à 6 euros. Les produits moins chers doivent être appliqués en deux couches pour avoir le même effet que donne un produit Crep en une seule couche.



Outre cela, JD Sports propose à ses clients la possibilité de commander les articles qu'ils souhaitent si jamais leur taille n'est pas présente en magasin. On appelle cette commande le « kiosk ». Cette commande en ligne peut se faire sur un grand écran numérique présent dans le magasin et offre les mêmes fonctionnalités que sur le site de JD Sports. Les clients payent exactement la même somme que s'ils effectuent leur achat en magasin. Cela est valable pour tous les articles, du moment que le modèle se trouve en magasin.

Toujours dans l'optique d'une satisfaction clientèle, JD Sports a une politique de vente propre à elle. En effet, pour fidéliser sa clientèle JD Sports n'utilise pas de carte de fidélité comme les autres magasins. Cependant, pour compenser cela, cette dernière met en place des promotions toutes l'année et des cartes cadeaux allant de 5 euros à 300 euros. Elle offre également la possibilité aux jeunes étudiants de bénéficier d'une réduction de 10% sur leur achat grâce à une inscription sur le site de Unidays.



#### e) Etude du merchandising, de la PLV, et la gestion du point de vente :

La technique d'achalandage des produits joue un rôle important dans la commercialisation des articles de sports. Pour une organisation optimale, les vendeurs chez JD Sports travaillent par zone et par rayon dans le magasin. Il existe deux zones. Ainsi on a une team footwear et une team textile. Un vendeur est à disposition de la clientèle dans chaque rayon du magasin.

JD Sports met également un point d'honneur à la présentation de ces produits. En effet, la présentation d'un produit impact énormément sur la décision d'achat chez une personne. Plus un produit est mis en valeur, plus il attirera la clientèle. Pour mettre en avant ses articles, JD Sports opte pour des supports métalliques (plaques) pour faire office de présentoirs pour ses baskets. Ces plaques sont toutes alignées et forment ainsi plusieurs rangées. Chaque modèle de chaussure est au moins exposé deux fois. Cela permet non seulement de donner cet effet de rayon « remplis » mais permet aussi de donner l'illusion d'avoir une paire complète.

En ce qui concerne les vêtements, JD Sports opte pour les cintres classiques pour ses installations. Cependant, le classement des tailles est différent selon le rayon. Chez les hommes le classement se fait comme suit : M – XS – S – M – L – XL - 2XL - 3XL. Il est à noter que c'est la taille M qui est mise à l'avant et qui est donc directement visible par le client. Chez la femme, les linéaires suivent un ordre classique : XS-S-M-L-XL-2XL-3XL. Il en est de même chez les juniors.

Pour accroître au mieux l'attractivité, JD Sports a également ce qu'on appelle des « standard ». Pour le footwear, les standards vérifient trois éléments essentiels. Premièrement, il y a le positionnement de la chaussure. En effet, étant mis en suspension sur des petites plaques en métal, il faut que le poids de la chaussure soit bien réparti pour qu'elle ne tombe pas. Il est ainsi essentiel d'avoir des chaussures bien positionnées au centre de la plaque. Il faut également faire attention à ce que toutes les chaussures d'une même rangée soient alignées correctement. Deuxièmement, il y a l'embauchoir. Pour mettre en valeur la chaussure, il est obligatoire d'y insérer un embauchoir à l'intérieur pour donner un effet bombé. Cela permet à la fois de mettre en valeur la forme de la chaussure mais donne également d'ores et déjà un premier aperçu de la chaussure port. Attention, il est impératif que l'embauchoir de la chaussure corresponde à la taille et de la forme du modèle. Exemple : la taille et la forme d'un embauchoir d'une paire pour homme et d'une paire pour junior seront différentes. Troisièmement, il y a les lacets. En effet, pour plus d'uniformité et régularité, les lacets de toutes les paires de chaussures seront faits de

la même manière. Le lacet du côté droit est toujours au-dessus du lacet gauche. Cela permet d'avoir un visuel net et agréable. Un bon standard se présente ainsi de la manière suivante



Outre ces trois éléments fondamentaux, il existe également des « accessoires » que l'on met en avant sur certaines chaussures afin de non seulement les différencier des autres mais également d'apporter de l'originalité. Il s'agit des « macarons » et des « médaillons ». Les macarons sont des étiquettes de promotion. Ils sont présents sur toutes les paires en promotion avec l'inscription du prix initial et du prix promotionnel. Les macarons ont une forme ronde et sont de couleur grise avec les inscriptions en orange sur une bande blanche pour plus de visibilité. Les médaillons, quant à eux sont des petites pièces en plastiques de couleurs noir et or. Ils sont accrochés sur les paires de chaussures pour montrer que ce sont des produits exclusifs de JD Sports. On y verra par ailleurs l'inscription « only at JD » sur une face et « King of training » sur l'autre face du médaillon. Ces médaillons sont également présents sur les vêtements, qui sont accrochés aux cintres.



Au-delà de l'aspect esthétique, JD Sports pense également à la sécurité. En effet, pour éviter tout vol, JD Sports n'expose jamais une paire de chaussure complète. Seule la chaussure des pieds gauches seront présentes sur le floor. Cependant, on peut avoir un même modèle de chaussure à côté mais de taille différente. Exemple : si on a des Stan Smith sur le floor, on aura 2 pieds en exposition : un pied gauche de taille 35 et un autre pied gauche de taille 38. De plus,

il est impossible chez JD Sports pour un client d'essayer une paire de chaussure complète en même temps (un pied gauche et un pied droit). Il est cependant possible d'essayer un pied après l'autre. Ces différentes techniques entrent dans le cadre de la stratégie de sécurité et de la bonne gestion du magasin.

f) Moyen de communication du point de vente :

La communication fait partie des axes stratégiques de la vente. Accroître ses ventes est important pour les entreprises. Pour amener la rentabilité, il est essentiel d'employer des moyens de communication efficaces pour ses ventes. En effet, la communication sur ses produits permet de faire connaître les produits mais aussi la marque. Cela permet ainsi de gagner en notoriété. En ce qui concerne JD Sports plus particulièrement, l'entreprise a opté pour l'utilisation des réseaux sociaux comme moyen de communication. En effet, en tant qu'entreprise véhiculant une image jeune et dynamique, elle se doit d'utiliser des moyens de communication reflétant son image. De ce fait, JD Sports utilise des moyens de communication modernes comme les réseaux sociaux (Facebook, Instagram, Snapchat, Twitter, Youtube, TikTok), l'e-mailing, ou encore son siteweb.

En plus de la distribution physique, JD Sports a également une application où il est possible de commander en ligne et de se faire livrer ou de récupérer sa commande en magasin. Ayant opté pour ces différents canaux de communication et de distribution, JD Sports offre à sa clientèle une diversité de produits. Elle jongle entre le virtuel et le physique en proposant des articles différents sur les deux canaux. C'est-à-dire que certains articles en ligne sont disponibles uniquement en ligne et non en magasin et vice versa.

A part sa communication digitale, JD Sports fournit des tee-shirt noirs brandés avec leur logo pour véhiculer son image. Chaque personnel est vêtu de ce tee shirt et d'un bas de couleur sombre durant les horaires de travail, non seulement pour renforcer sa visibilité mais également pour se différencier de ses clients.

## **2 - ANALYSE CRITIQUE DES MISSIONS CONFIEES :**

Durant le stage, mes missions ont été diverses et variées. J'ai été principalement en charge de la zone footwear. Mes tâches se sont articulés autour de la vente assistée :

- L'accueil des clients
- Les conseils et l'orientations des clients
- La gestion du stock,
- Le nettoyage de la zone dans laquelle j'étais positionnée durant la journée
- L'étiquetage des articles
- La prise des commandes sur le « kiosk »

Dans l'ensemble, j'ai trouvé qu'il y avait énormément de tâches à accomplir au footwear. Il fallait à la fois être rapide, efficace et précis dans ce qu'on faisait. Le plus dur a été de garder la zone intacte toute la journée. En effet, à JD Sports, il faut que chaque rayon soit complètement propre. Un rayon clean comprend non seulement une zone propre mais aussi des standards à effectuer correctement. Il est difficile de concilier à la fois cette mission et d'accueillir un client surtout lorsque l'on est en situation de multi-client ou pendant des heures de pointe. Il est impératif de recevoir à tout moment des clients, faire les vas et vient entre l'espace de stockage et l'espace de vente qui requiert de l'endurance physique.

Avoir des standards constamment parfaits reste compliqué. A chaque passage d'un client, la personne va vouloir manipuler les produits de près, les essayer. Cela implique alors de revoir les standards de chaque produit à chaque fois. Ainsi pour être optimal, je pense qu'il serait plus intéressant d'avoir deux vendeurs dans chaque rayon et non un unique vendeur. Exemple, avoir deux vendeurs pour le rayon femme, deux vendeurs pour le rayon junior.

Au-delà de cela, JD Sports a également de bons outils pour sa team. L'utilisation du scanner a été un atout comme un désavantage pour moi. Je le trouve très pratique mais requiert un certain temps d'adaptation pour réussir à le maîtriser. Des bugs peuvent parfois survenir avec cet outil. Exemple : il affiche qu'une paire est présente en stock alors qu'elle n'y ait pas. Cela peut porter à confusion et faire perdre en efficacité aux vendeurs et du temps aux clients. Ainsi, la qualité du service client peut être considérée comme mauvaise par ce dernier alors qu'il s'agit d'un problème technique. De plus, il est assez encombrant et légèrement lourd. A JD Sports, pour éviter tout vol, les boîtes des chaussures ne peuvent pas être prises par les clients. De ce fait, avoir des boîtes à chaussures dans les mains et le scanner en même temps est encombrantes. Il serait mieux de remplacer le scanner par un téléphone portable où l'on pourrait avoir les mêmes options qu'un scanner. Le téléphone est plus léger, pratique et peut être facilement rangé dans une poche ou même accrochée autour du cou.

Un autre outil également indispensable pour les vendeurs est l'écran en suspension dans le magasin. Cet écran affiche toutes les paires commandées au scanner. Il permet aux vendeurs de se repérer surtout lorsque les commandes sont nombreuses. Cependant, comme le scanner, si cet écran est non opérationnel il est difficile pour le vendeur de se retrouver dans toutes les commandes. Si ce problème survient, il faut obligatoirement retenir de tête quelles paires de chaussures ont été commandées.

Outre tout cet aspect technique, j'ai énormément apprécié le fait que JD Sports mette en place des e-learning. Cela permet de mettre tout le monde sur le même pied d'égalité. Bien que JD Sports ait les GOALS, ces techniques sont complémentaires aux techniques théoriques vues à l'IUT. De plus, JD Sports fixe à ses employés des objectifs (targets) par jour. Chaque jour ses targets sont affichés. Cela permet de se repérer et de savoir exactement sur quelle tâche il faut se concentrer durant la journée. Exemple, dans une journée où le chiffre d'affaires est moins élevé, cela permet d'accorder un peu plus de temps pour les standards et d'assurer un standard impeccable. Dans le cas contraire, il faudra essayer de trouver un équilibre entre les standards et l'accueil des clients.

En ce qui concerne le textile, j'ai eu l'occasion d'accomplir quelques tâches pour cette catégorie. Mes missions concernaient toujours l'assistance de la vente. J'avais eu quelques missions telles que :

- Le réassort des linéaires
- Le pliage des vêtements (standard au textile)
- L'étiquetage des articles

Je trouve personnellement le service au rayon textile est plus calme que le footwear mais il faut tout autant être méticuleux dans chaque tâche. Malheureusement je n'ai pas pu explorer tout ce qui concerne le textile mais les tâches qui m'ont été confiées m'ont semblé pertinentes et correctes. Les tâches aux textiles prennent énormément de temps et requièrent surtout de la pratique.

D'une manière générale, mes missions et tâches quotidiennes effectuées au sein de cette entreprise étaient une expérience enrichissante et de découverte malgré la rencontre de certains problèmes techniques.

## CONCLUSION

Ces trois semaines en entreprise m'ont énormément apporté sur le plan professionnel comme personnel. En effet, durant cette période, j'ai appris à mieux gérer mon temps et de faire preuve d'autodiscipline. Ce stage m'a également permis d'être en pleine forme constamment et avoir de bonnes habitudes. Outre l'adaptation à ce rythme de travail, cette expérience m'a appris à être méticuleuse dans ce que j'entreprends. En effet, en faisant différentes tâches à la fois et rapidement, j'ai gagné en efficacité. Tout n'était qu'une question d'adaptation. Plus on pratiquait, mieux on assimilait correctement et rapidement les tâches. De plus, en étant en constante relation directe avec des clients, j'ai pu développer mon aisance relationnelle. Au fil du temps, j'ai pu améliorer le vocabulaire que j'employais. Plus je maîtrisais et comprenais ce qu'on attendait de moi, plus j'ai pu employer un vocabulaire technique, des mots clés pour réussir mes ventes. Travailler chez JD Sports m'a également appris à adopter les bons gestes et attitudes commerciales face aux diverses situations qui se présentaient à moi. En effet, chaque jour fut une occasion de découvrir différents profils clients. On pouvait faire face à des bons clients comme à des clients difficiles. Il fallait ainsi apprendre à prendre sur soi et ne pas perdre son objectif de vue, la vente. Le fait de se soumettre à une procédure stricte m'obligeait également à être précise dans ce que je faisais, surtout au niveau des standards. Par ailleurs, ce stage m'a également montré l'importance du travail d'équipe, de la cohésion en équipe. Malgré le fait que le travail de groupe soit requis, il ne fallait pas être dépendant des autres et essayer de se débrouiller seul autant que possible. La communication est en effet la base de tout et permet un bon déroulement des ventes. Par ailleurs ce stage m'a également permise de développer mes compétences linguistiques étant donné que les clients sont de toutes nationalités. Grâce à ce stage, non seulement j'ai pu mettre en pratique les cours théoriques mais j'ai aussi eu l'opportunité de développer mon réseautage. Celle-ci est très importante et utile pour moi, me permettant de m'ouvrir des portes pour mes projets futurs. En somme, je peux dire que ce stage a été bénéfique et enrichissante pour moi.

# REFERENCES SITOGRAPHIQUES

## PARTIE 1 :

- GUYOT Olivier « JD Sports va franchir la barre des 10 magasins en France », 28 février 2013, Fashion Network :

<https://fr.fashionnetwork.com/news/jd-sports-va-franchir-la-barre-des-10-magasins-en-france,313552.html#:~:text=JD%20Sports%20continue%20son%20maillage,So%20Ouest%20de%20Levallois%20DPerret>.

- Galigeo : <https://www.galigeo.com/easypoint/> (création zone de chalandise)
- JD Sports : <https://www.jdsportsrecrute.fr/home/notre-entreprise/>
- La Vache Noire : <https://la-vache-noire.com/boutiques/jd-sports/>
- LinkedIn : <https://www.linkedin.com/company/jd-sports-france/about/>
- Societe: <https://www.societe.com/societe/jd-sports-fashion-france-sas-512548918.html>
- Wikipedia : [https://fr.wikipedia.org/wiki/JD\\_Sports](https://fr.wikipedia.org/wiki/JD_Sports)
- Zone bourse : <https://www.zonebourse.com/cours/action/JD-SPORTS-FASHION-PLC-32053202/societe/>

## PARTIE 2 :

- Courir : <https://www.courir.com/>
- JD Sports promotion : <https://www.jdsports.fr/page/enfant-home/>
- Guillaume « JD Sports : avis sur le géant Britannique de la Mode Sportive », 28 novembre 2020, Sportifs Amateurs : <https://sportifsamateurs.com/jdsports-avis/>