

■ LE MARQUAGE DES PRIX

Fascicule d'instruction pour le personnel des coopératives de consommation

bureau international du travail, genève

© MATCOM 1978-2001

par Inge Blank



MATCOM

Matériel et techniques de formation en gestion coopérative

Le projet MATCOM a été lancé en 1978 par le Bureau International du Travail avec l'aide financière de la Suède. Depuis 1984, MATCOM est financé par le Danemark, la Finlande et la Norvège.

En collaboration avec les organisations coopérative et les instituts de formation coopérative des diverses régions du monde, MATCOM prépare et élit du matériel destiné à la formation des gérant de coopératives. Il participe aussi à la formation des gérants de coopératives. Il participe aussi à la réalisation de versions de ce matériel adaptées aux besoins particuliers des différents pays. En outre, il fournit son assistance pour l'amélioration des méthodes de formation coopérative, et pour la formation de formateurs.

Droits réservés © Organisation International du Travail

LE MARQUAGE DES PRIX

Table des matières

Introduction	3
Pourquoi faut-il marquer les prix?	4
Comment afficher le prix	6
Méthodes et instruments du marquage des prix	9
Où placer le prix?	12
Méthode de marquage des prix	14
Comment regarnir les étagères	18
Changement de prix	22
Test de contrôle	24
Exercices complémentaires	26

Fascicule MATCOM N° 15-05

Edition universelle: 1983

ISBN: 92-2-202632-2

REMARQUE

Pour mieux tirer profit de ce fascicule de formation MATCOM, vous devriez:

- Avoir quelque expérience de la vente au détail;
- Avoir étudié le fascicule MATCOM intitulé "Le coulage" ou avoir des connaissances correspondantes.

COMMENT APPRENDRE

- Etudiez attentivement le fascicule.
- Répondez par écrit à toutes les questions qui y sont posées. Cela vous permettra non seulement d'apprendre mais aussi d'appliquer les connaissances acquises dans les travaux dont vous serez plus tard chargé.
- Après avoir étudié seul le fascicule, discutez-en avec votre formateur et vos collègues; puis, prenez part aux travaux pratiques qui seront organisés par votre formateur.

Cette édition française a été publiée en collaboration avec l'Alliance Coopérative Internationale (ACI), grâce à l'appui financier fourni par "DET KGL. SELSKAP FOR NORGES VEL" (Société Royale pour le Développement Rural en Norvège).

Texte original (anglais): Inge Blank
Titre original (anglais): Price-Marking
Traduction/adaptation : B.Conrad-Eybesfeld
Illustrations : R.Mani, V.Morra/B.Maertens

Imprimé à Vienne, Autriche, 1983

INTRODUCTION

"Je suis désolée, je ne trouve pas le prix. Attendez, s'il vous plaît, je vais le chercher", dit la caissière.

Chaque fois que la caissière ne trouve pas le prix d'une marchandise, elle doit arrêter son travail et les clients doivent attendre.



"Combien ça coûte? Comment puis-je acheter quelque chose sans en connaître le prix?" dit un client.

La plupart des clients veulent savoir les prix avant de décider quelles marchandises ils vont acheter. Et beaucoup d'entre eux veulent voir les prix eux-mêmes, plutôt que de les demander à quelqu'un.



Non, de telles situations ne devraient jamais se présenter dans une bonne coopérative. Les membres s'attendent à un meilleur service.

Pourquoi alors, le personnel des coopératives est-il parfois si négligent en ce qui concerne le marquage des prix? Ne se rend-il pas compte de l'importance que cela présente? Est-ce que ça prend trop de temps? Le travail n'est-il pas bien organisé?

Etudiez ce fascicule MATCOM, et vous apprendrez comment faire le marquage des prix - et comment regarnir les étagères - de la façon la plus efficace.

POURQUOI FAUT-IL MARQUER LES PRIX?

Bien sûr, le marquage des prix prend du temps ; il faut dépenser de l'argent pour des étiquettes adhésives ou mobiles et il faut peut-être aussi des outils spéciaux. Malgré cela, il est nécessaire de le faire et ça en vaut la peine.

Parlons de toutes les raisons de marquer les prix et de ce que cela représente pour les clients et le personnel.

Les clients

Les clients, et en particulier ceux qui sont membres d'une coopérative, ont le droit d'être bien informés avant de se décider à acheter quelque chose. Ils ont besoin des prix pour voir :

- si la qualité est conforme au prix
- quel magasin offre les prix les plus bas
- s'ils peuvent se permettre d'acheter.

Certains clients n'aiment pas demander les prix parce qu'ils sont gênés de montrer qu'ils y attachent de l'importance. C'est pourquoi les prix doivent être faciles à voir, sans qu'on ait à les demander à la caissière.

En fait, si les prix ne sont pas clairement visibles, il se pourrait que les clients préfèrent faire leurs achats ailleurs.

Le personnel

Le rôle du vendeur est de conseiller les clients, de leur montrer les marchandises et d'expliquer la qualité et l'utilisation lorsque c'est nécessaire. Mais, il ne peut vraisemblablement pas se souvenir de tous les prix. Il est probable qu'il fera des erreurs et fera parfois payer des prix erronés.



Vous avez déjà vu l'importance du marquage des prix pour la caissière (page 3). Dans un libre-service, les clients sont en général pressés de partir après avoir fini leurs courses. Tant qu'ils marchent le long des rayons, ils ne se rendent pas compte que le temps passe, mais dès qu'ils doivent attendre à la caisse pour payer ils deviennent très impatient.



Le marquage des prix contribue à faciliter la tâche des vendeurs et des caissières. Ils ont alors plus de temps pour leur rôle principal, qui est de servir les clients.

Agents de contrôle des prix

Dans beaucoup de pays, les denrées de base et quelques autres produits de première nécessité ont des prix fixés par la loi. Les prix de ces marchandises doivent être affichés pour que les clients, ainsi que les agents de contrôle, puissent vérifier que vous ne dépassez pas les prix imposés.



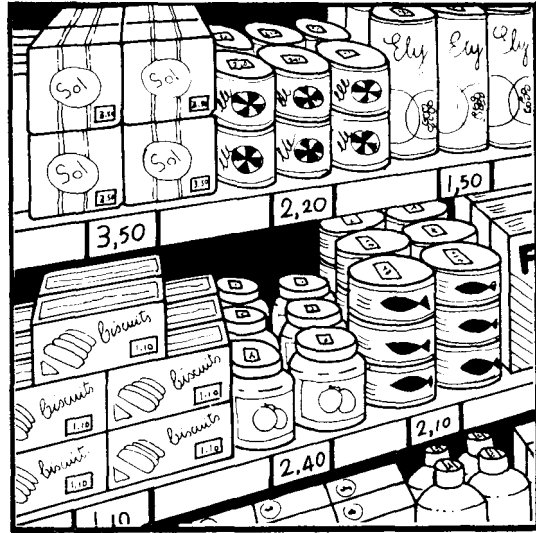
Comment des prix affichés clairement sur les marchandises peuvent-ils contribuer:

- a) à faire vendre davantage?
- b) à réduire le coulage?

COMMENT AFFICHER LE PRIX

Tout marquer :

Les clients veulent voir les prix de toutes les marchandises. C'est pourquoi la règle principale est de marquer le prix sur tout objet qui est à vendre dans le magasin.

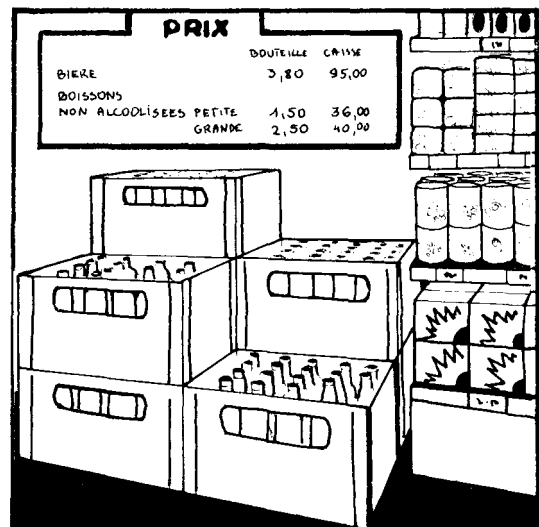


Exceptions

Mais il y a des exceptions, des cas où il n'est pas possible ni pratique d'appliquer cette règle.

Les produits qui se vendent vite

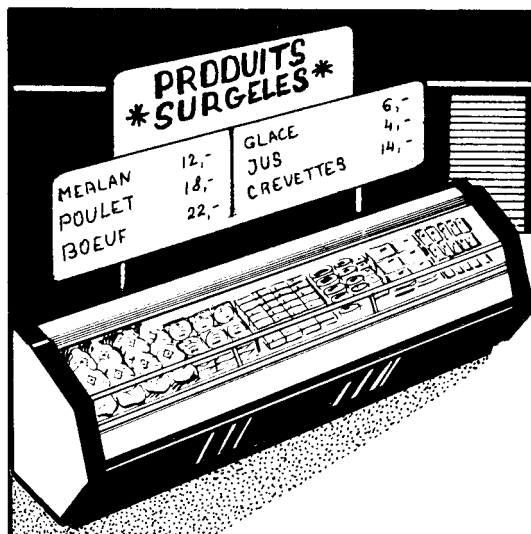
La caissière va vite assimiler les prix des produits les plus courants, ceux qui se vendent chaque jour en grandes quantités. Il n'est pas nécessaire de les marquer individuellement. Et les clients peuvent en voir les prix sur des panneaux ou des tableaux d'affichage.



"Il n'est pas possible de marquer chaque bouteille de bière, quand on en vend beaucoup de caisses par jour".

Produits surgelés

Il est très difficile d'écrire sur les emballages de produits surgelés. Et les étiquettes ne tiennent pas, à moins d'utiliser une colle spéciale. Il faut donc que vous affichiez les prix séparément.



Les marchandises qui ne sont pas préemballées

Si des marchandises sont pesées à la sortie et que le prix est fonction du poids, les prix individuels ne peuvent être marqués avant que les marchandises ne soient pesées. Mais le prix au kilo doit être affiché.

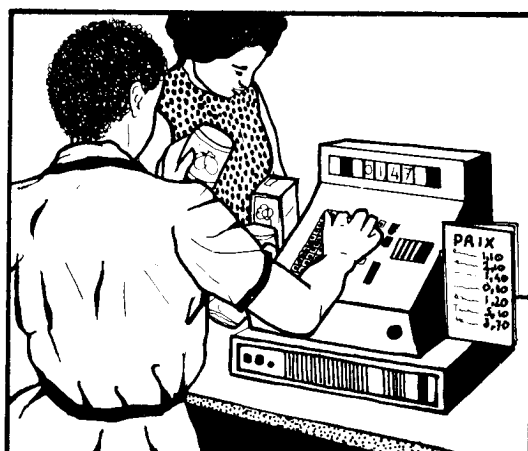


N'oubliez pas les caissières

Les prix affichés sur des panneaux et des tableaux d'affichage sont utiles pour les clients - et peut-être pour les employés qui travaillent dans un magasin de vente au comptoir. Mais comment la caissière, à la sortie du libre-service, connaît-elle les prix des marchandises, lorsque ceux-ci ne sont pas marqués sur les produits?

Le problème peut être résolu par une petite liste placée auprès de sa caisse.

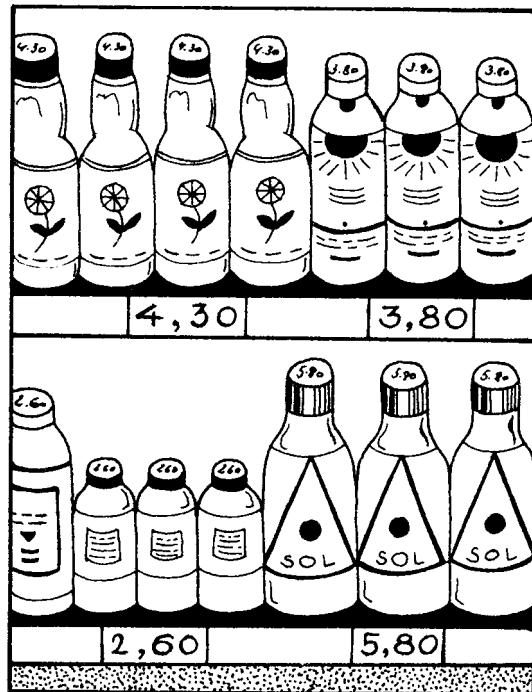
Mais faites attention. Souvenez-vous de changer les listes de prix, et d'informer la caissière des changements de prix.



Prix sur les étagères

La plupart des prix doivent être marqués sur les marchandises. Mais les clients apprécient qu'ils soient également marqués très clairement sur les étagères.

Avant d'appliquer cette méthode dans un libre-service, il faut penser à toujours vérifier que les marchandises sont placées au bon endroit. Sans cela, les clients seront induits en erreur.



Quel est, à votre avis, un bon moyen de fixer les étiquettes sur le bord des étagères? Quelles méthodes conseillez-vous? Pourquoi?



Quel genre de marquage de prix les clients préfèrent-ils dans un magasin de vente au comptoir? - des prix marqués sur chaque marchandise ou des prix affichés sur le bord des étagères? Pourquoi?

METHODES ET INSTRUMENTS DU MARQUAGE DES PRIX

Il y a beaucoup de marchandises sur lesquelles on doit marquer le prix dans un magasin. Vous économiserez du temps si vous choisissez les bonnes méthodes et avez de bons outils.

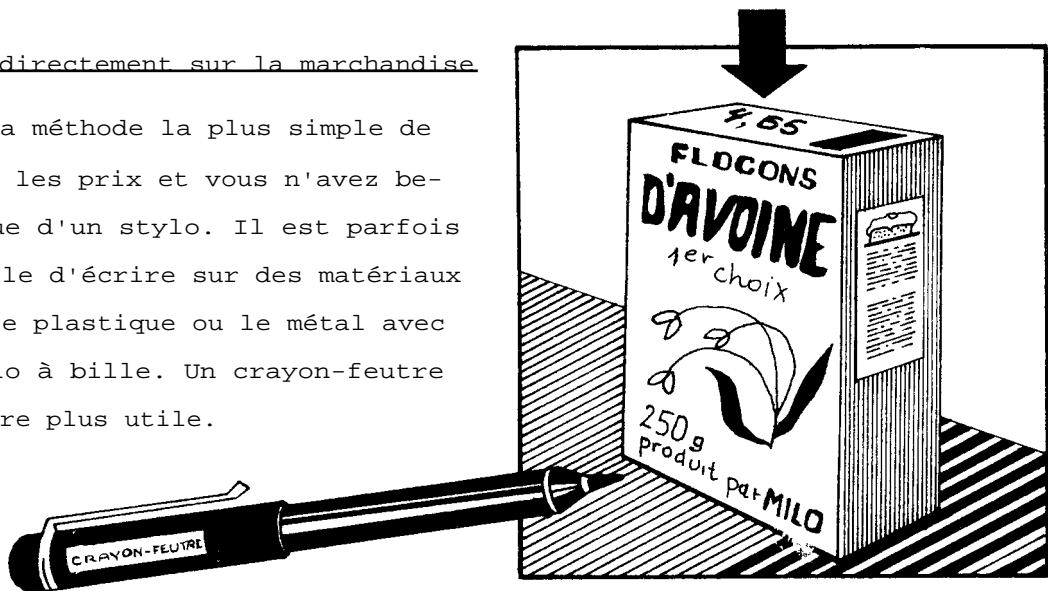
Les marchandises sont faites de matériaux très différents: papier, plastique, étoffe, métal, porcelaine, verre, etc. Et elles ont des formes très différentes, ce qui fait que la même méthode n'est pas bonne pour tous les matériaux. Vous devez trouver le meilleur moyen de marquer chaque genre d'article.

Il ne faut pas non plus oublier que le marquage des prix est inutile si les prix ne sont pas facilement lisibles - même après que les marchandises aient été exposées pendant un certain temps. Les chiffres doivent être bien écrits et les fiches et étiquettes doivent tenir. Ceci est également important pour empêcher les gens malhonnêtes de voler. Il ne faut pas qu'un client malhonnête puisse changer le prix facilement.

Voyons les meilleures méthodes de marquer les prix, parmi lesquelles vous pourrez faire votre choix.

Ecrire directement sur la marchandise

C'est la méthode la plus simple de marquer les prix et vous n'avez besoin que d'un stylo. Il est parfois difficile d'écrire sur des matériaux comme le plastique ou le métal avec un stylo à bille. Un crayon-feutre peut être plus utile.



Vous ne pouvez écrire que sur des fonds de couleur claire. Et vous devez penser que les clients veulent parfois enlever le prix d'une marchandise qu'ils ont achetée pour l'offrir à quelqu'un. C'est difficile lorsque le prix est écrit au stylo à bille ou avec certains types de crayon-feutre.

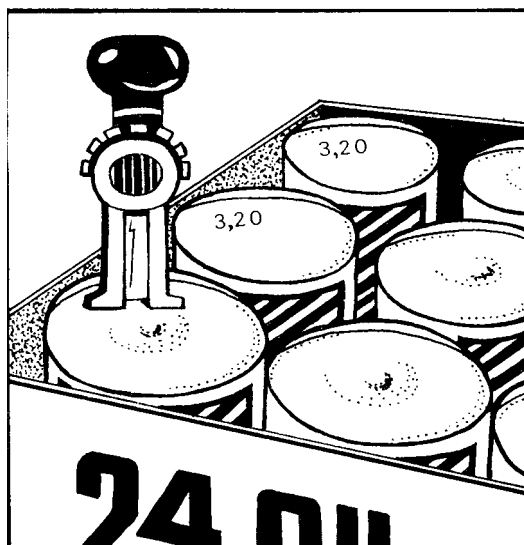


Pourquoi ne faut-il pas utiliser un crayon pour marquer les prix dans un libre-service?

Le tampon en caoutchouc

Le tampon en caoutchouc est considéré comme un moyen rapide et bon marché de marquer les prix, surtout si vous avez de grandes quantités de marchandises à marquer.

Le tampon en caoutchouc peut être réglé sur n'importe quel prix. Il existe aussi un type de tampon à encrage automatique et pour lequel vous n'avez pas besoin d'utiliser de tampon encreur.

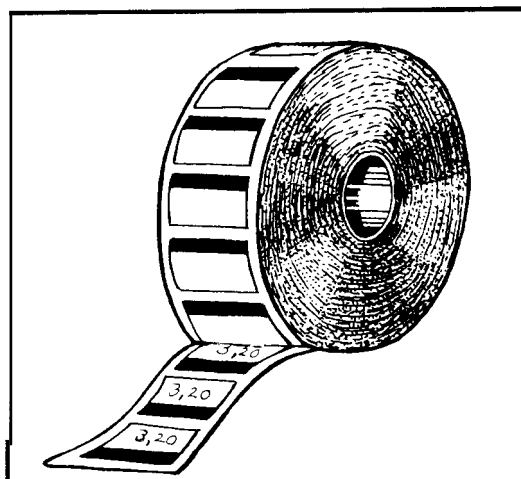


Le tampon en caoutchouc est utile pour des marchandises avec une surface dure et plate comme celles qui se trouvent dans des cartons ou dans des boîtes de conserve. Sur beaucoup de couvercles en plastique et de matériaux mous, il ne peut pas être utilisé.

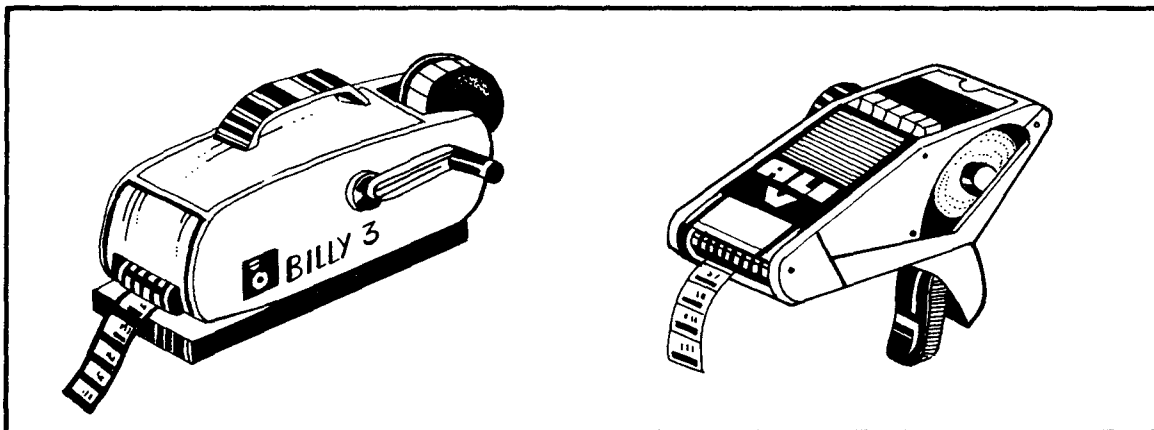
N'oubliez pas de nettoyer le tampon de temps en temps. S'il est encrassé, les chiffres ne seront plus clairs.

Les étiquettes

L'utilisation d'étiquettes est sans doute la meilleure méthode, car elles peuvent être posées sur la plupart des matériaux secs, sauf sur de l'étoffe. Les étiquettes auto-collantes ou adhésives sont pratiques. Les prix doivent être écrits sur les étiquettes avant qu'elles ne soient posées sur les marchandises.



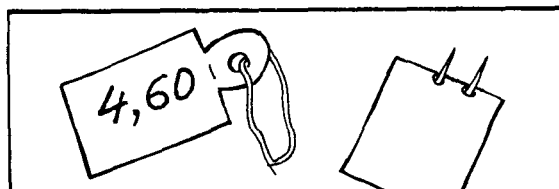
Il y a des machines étiqueteuses qui peuvent être chargées avec un rouleau d'étiquettes. Vous les réglez sur le prix que vous voulez et en imprimez autant qu'il vous en faut. Certaines sont petites et maniables et peuvent être utilisées comme des pistolets: les étiquettes sont "projetées" sur les marchandises.



Les étiquettes mobiles

Lorsque d'autres méthodes de marquage des prix ne peuvent être utilisées, la solution peut être d'utiliser des étiquettes mobiles. Vous écrivez ou imprimez le prix sur les étiquettes mobiles ou vous collez des étiquettes adhésives par dessus.

Vous pouvez fixer les étiquettes mobiles avec de la ficelle, une épingle ou une agrafe.



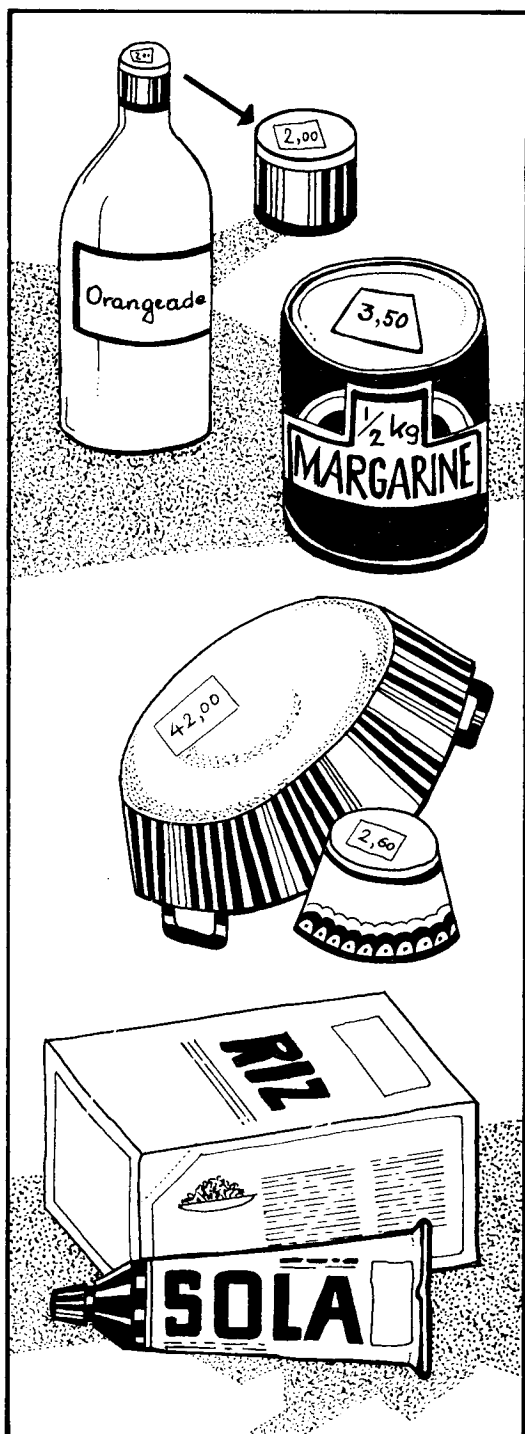
Le problème avec cette méthode, c'est qu'elle prend du temps. Il est parfois difficile de fixer les étiquettes correctement et il y a un risque que des gens malhonnêtes les enlèvent ou les changent.

?	Nommez des produits, dont les prix seraient, à votre avis, mieux marqués par:
	a) des étiquettes
	b) un tampon en caoutchouc

OU PLACER LE PRIX?

Les clients, ainsi que la caissière, seront ennuyés d'avoir à tourner et retourner le paquet avant de trouver le prix.

Voici quelques suggestions sur l'endroit où placer le prix:



Si possible, marquez-le sur le dessus

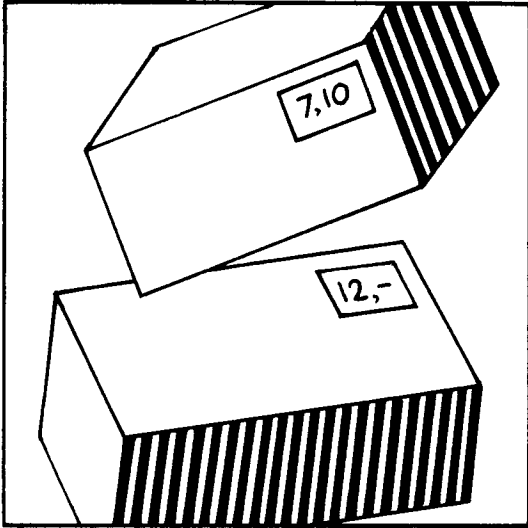
Les marchandises sont exposées avec le dessus en haut. Elles sont placées à la caisse de la même façon et il est tout naturel de marquer les marchandises avec le dessus en haut. Indiquez donc le prix sur le dessus, si c'est possible.

Marquez-le sur le dessous des marchandises qui ont des formes irrégulières

Il vaut mieux, par exemple, marquer la vaisselle et les verres sur le dessous.

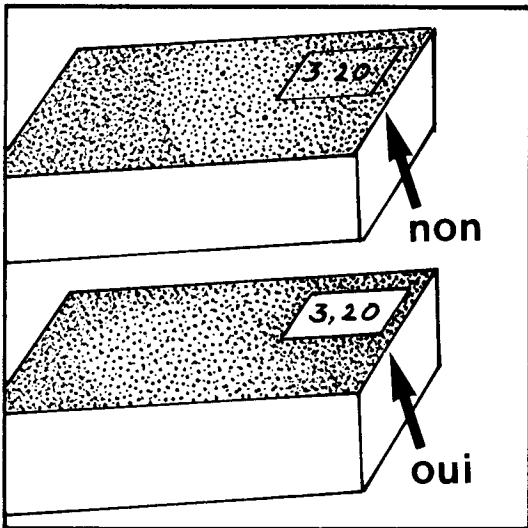
Utilisez l'emplacement prévu

Sur certaines marchandises, le fabricant a prévu un carré ou un cercle pour le prix. Il a choisi un emplacement où la marque du prix est facile à trouver et n'abîme pas l'emballage.



Règle à observer pour le timbrage

Un timbre est généralement apposé dans le coin en haut et à droite de l'enveloppe. Il est naturel de marquer les marchandises qui ont l'air de colis postaux ou de lettres de cette façon.



Prix et fonds de couleurs différents

Si vous placez un timbre bleu sur du papier bleu, il sera difficile à voir. Essayez plutôt de créer un contraste entre la marque du prix et le fond. Utilisez des étiquettes adhésives lorsqu'un tampon ou l'écriture ne seraient pas clairement visibles.

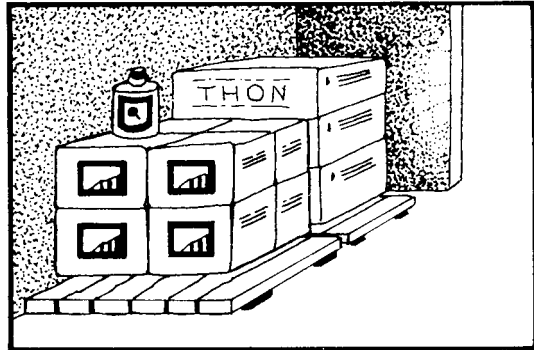
Lorsque vous aurez trouvé un bon emplacement pour une marque de prix sur une marchandise, mettez-le toujours au même endroit sur le même genre de marchandises. Ne placez pas les marques de prix là où elles peuvent abîmer la marchandise ou cacher une information utile.



Pourquoi faut-il marquer des marchandises du même genre au même endroit?

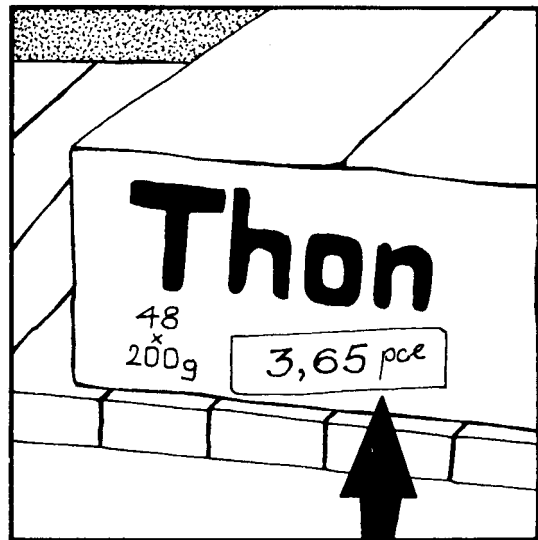
METHODE DE MARQUAGE DES PRIX

Les marchandises ont été reçues et vérifiées. Les grands paquets sont encore gardés dans la zone de réception du dépôt. Mais ils ne doivent pas rester là. Nous allons voir comment il faut s'en occuper.



Marquage des prix de vente

Il y a un carton de boîtes de thon. Le gérant consulte la liste de l'épicerie. "Etoile bleue", Thon, 200g, 3,65 DF la boîte. Il vérifie que la marque et la taille sont les bonnes, puis il écrit le prix sur le carton, pour que l'employé chargé du marquage des prix en soit informé.

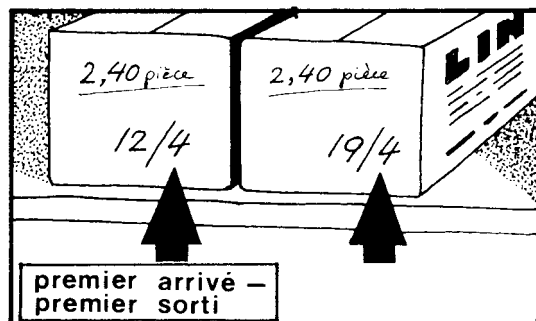


Les prix de vente doivent être marqués de cette manière sur tous les paquets.

Décidez de ce qui doit être entreposé

Les marchandises qui sont très demandées sont achetées en grandes quantités. Il n'y a pas assez de place pour tout exposer dans la surface de vente; quelques marchandises doivent alors être placées sur des étagères et des palettes dans le dépôt.

On note sur chaque paquet la date de réception, afin qu'il puisse être sorti dans le bon ordre. Le stock le plus ancien doit être retiré d'abord et vendu en premier.



Marquage des prix et regarnissage

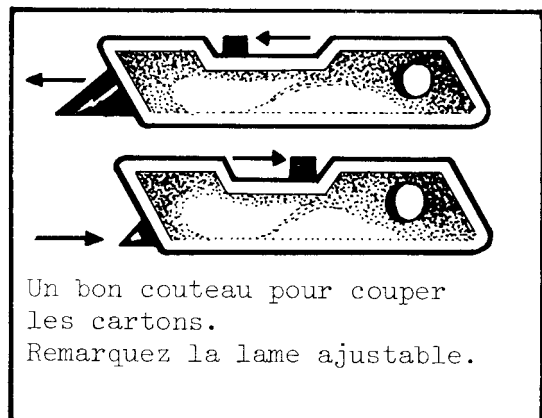
Mais la plupart des marchandises ne doivent pas rester dans le dépôt.

Les cartons peuvent être amenés directement aux étagères dans la surface de vente, où tous les objets doivent être marqués et exposés.

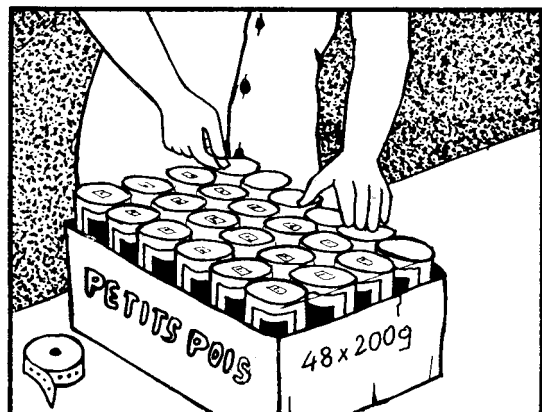
Un chariot est utile pour transporter les cartons.



Ouvrez le carton. Coupez le dessus si vous n'avez pas l'intention de réutiliser le carton.

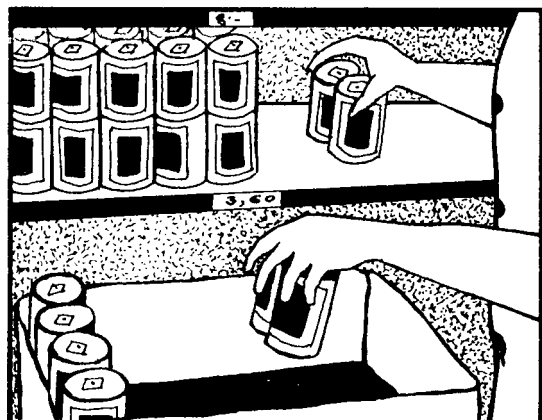


Marquez le prix sur l'étage supérieur des boîtes de conserves ou des paquets.



Exposez les marchandises marquées.

Marquez le prix sur l'étage suivant et ainsi de suite. Vérifiez toujours que vous avez bien marqué toutes les marchandises dans le carton.



Vous serez peut-être interrompu dans votre tâche par des clients, mais cela veut probablement dire qu'ils ont besoin de votre aide pour acheter quelque chose. En marquant les prix dans la surface de vente plutôt que dans le dépôt, vous pourrez mieux servir les clients.



Si vous faites le travail de cette façon, vous accomplissez en fait deux tâches à la fois - garnissage des étagères et marquage des prix. C'est pourquoi nous décrivons ces deux tâches ensemble dans le même fascicule MATCOM.



Si vous garnissez les étagères et marquez les prix comme cela a été décrit ici, vous aurez également plus d'ordre dans le dépôt et il sera plus facile de contrôler le stock. Pourquoi?

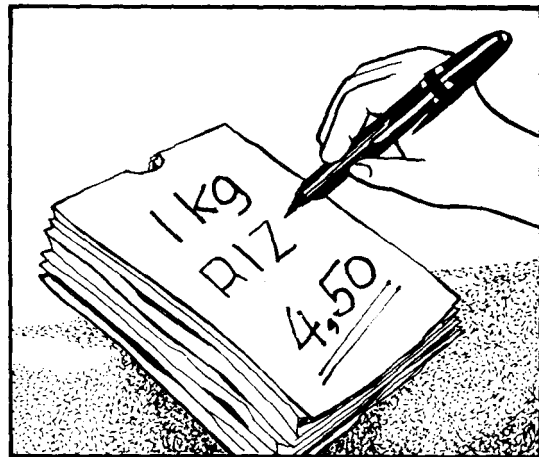
Il y a donc plusieurs raisons de garnir les étagères et de marquer les prix en même temps:

- vous économisez du temps,
- vous passez plus de temps dans la surface de vente, là où se trouvent les clients,
- le dépôt sera mieux ordonné.

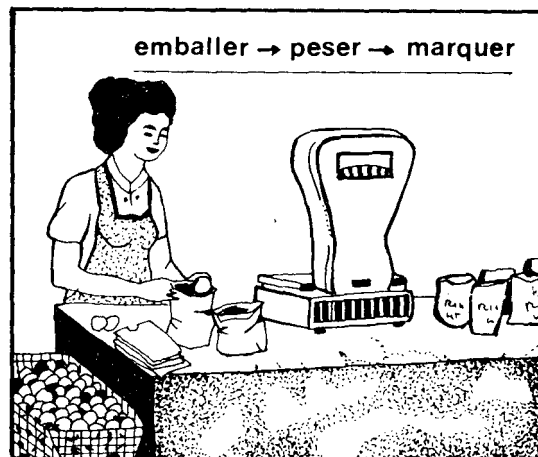
Marquage des prix et préemballage

Toutes les marchandises ne peuvent pas être amenées tout de suite dans la surface de vente. Quelques-unes doivent faire l'objet de certaines manipulations. Par exemple, si vous recevez un grand sac de riz, vous voudrez peut-être préemballer le riz dans des sacs plus petits, et un grand morceau de viande fraîche doit être débité en morceaux plus petits. C'est pratique de marquer les prix en même temps.

Lorsque vous préemballez du riz, par exemple, vous pouvez marquer les sacs avant de les remplir, parce que tous les sacs auront la même quantité et le même prix.



Mais lorsque vous préemballez de la viande, des fruits et des légumes, la situation est différente. Chaque paquet aura un prix différent et vous devez donc le peser d'abord, et marquer ensuite le prix.



Lorsque vous préemballez du sucre dans de petits sacs en papier, pourquoi devez-vous marquer le prix sur les sacs avant de les remplir?

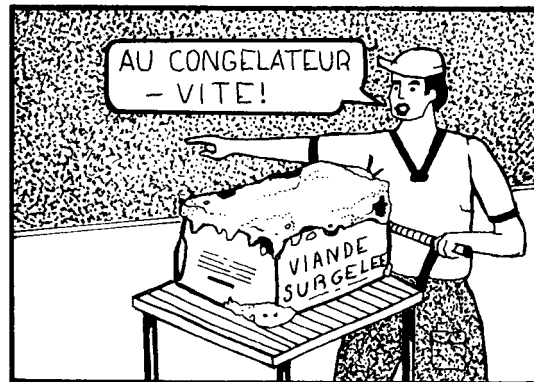
COMMENT REGARNIR LES ETAGERES

Nous examinerons à nouveau la façon de procéder pour regarnir les étagères, car il y a des détails importants qui ne doivent pas être oubliés.

Quelles marchandises faut-il remplacer en priorité?

Beaucoup de marchandises arrivent en même temps. Vous ne pouvez pas les amener toutes à la fois dans la surface de vente, mais il y a peut-être des raisons de traiter certaines marchandises en priorité:

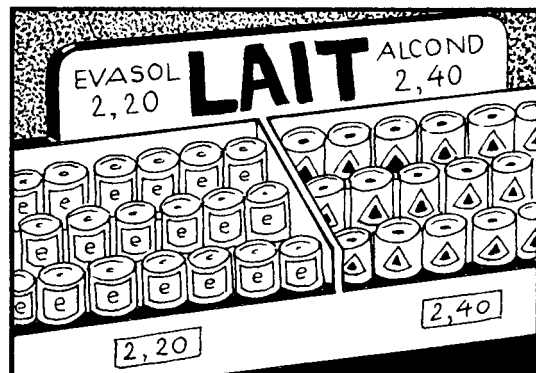
Les produits surgelés ou frais qui risquent de s'abîmer rapidement s'ils ne sont pas mis dans un congélateur ou un réfrigérateur.



Des marchandises que les clients attendent.



Des marchandises qui n'ont besoin d'aucune préparation, qui ne doivent être ni préemballées, ni pesées ou dont le prix ne doit pas être marqué avant d'être exposées.



Quelles quantités faut-il exposer?

Vous devez essayer de ne pas avoir de grands paquets ouverts. Tant que les cartons sont pleins et fermés, il est facile de savoir ce qu'il y a dans le dépôt. Il y aura aussi moins de risques de coulage. (Vérifiez votre réponse à la question de la page 16.) Et il est plus pratique d'amener un carton entier dans la surface de vente que de transporter quelques boîtes à la fois.

C'est pourquoi, il devrait y avoir assez de place dans les rayons pour au moins un grand paquet entier de chaque article.



Si vous avez commandé les quantités de marchandises qu'il faut et si vous les avez reçues au bon moment, il ne devrait pas y avoir de problèmes. Il devrait y avoir assez de place pour amener la plupart des marchandises que vous avez reçues en une fois dans la surface de vente.

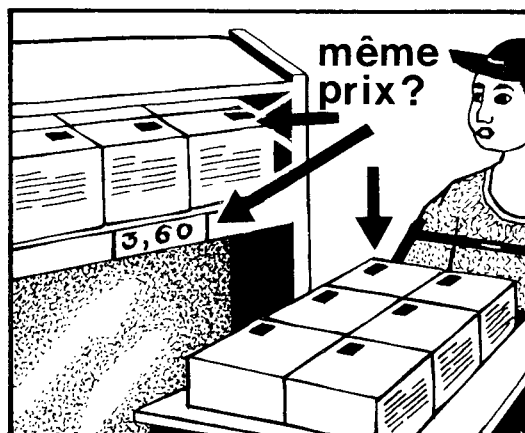
Vous devez quand même vérifier s'il y a assez de place pour le contenu d'un carton entier avant de l'amener dans la surface de vente.



Imaginez qu'il reste encore beaucoup de marchandises de l'ancien stock, et qu'il n'y a la place que pour la moitié du contenu d'un carton qui vient d'arriver. Que faites-vous alors?

Vérifiez les prix

Vous connaissez les prix des nouvelles marchandises. Avant de regarnir, vous devez vérifier le marquage des prix du vieux stock. Les prix sont-ils tous les mêmes? Le prix affiché sur le bord de l'étagère est-il le même aussi.

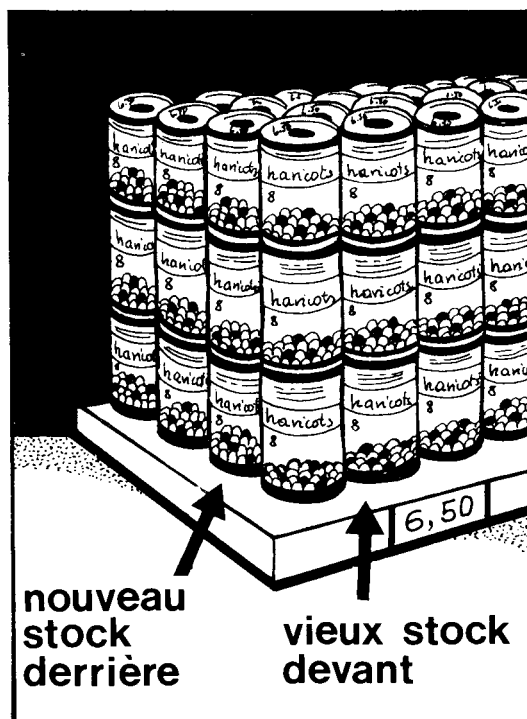


Si ce n'est pas le cas, vous devez trouver quel est le bon prix, et changer tous les autres en conséquence. Si vous ne le faites pas, les clients ne sauront pas quel est le prix à payer et croiront que vous les trompez.

Occupez-vous du vieux stock d'abord

Les marchandises les plus vieilles doivent être vendues d'abord. Ce ne sera pas le cas, si elles n'ont pas l'air aussi nettes et propres que les nouvelles, ou si elles restent cachées derrière les nouvelles. Voici comment il faut procéder:

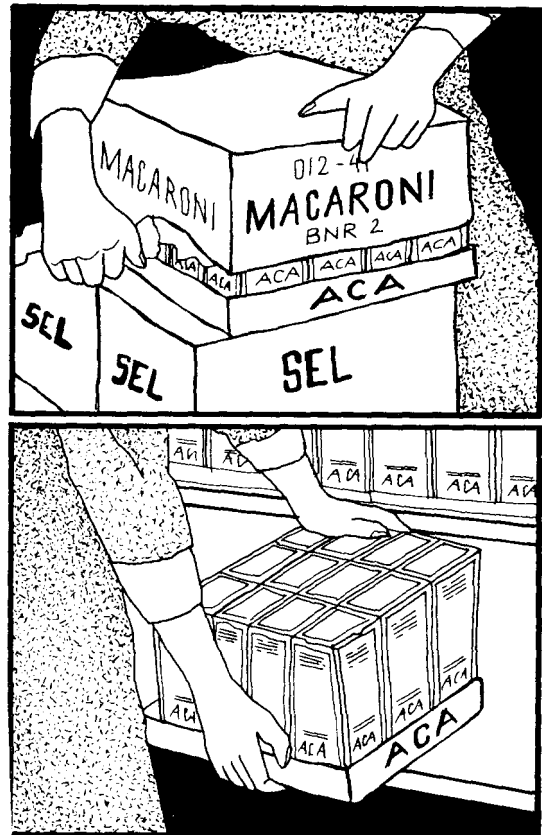
1. Retirer le vieux stock.
2. Nettoyer l'étagère.
3. Placer le nouveau stock.
4. Placer le vieux stock devant le nouveau. Nettoyer et réemballer les vieux paquets si c'est nécessaire.
5. Vérifier que tout est propre et bien présenté.



Marchandises présentées sur des plateaux

La partie supérieure de quelques emballages de livraison de produits peut être enlevée. Les marchandises ont alors l'air d'avoir été posées sur des plateaux.

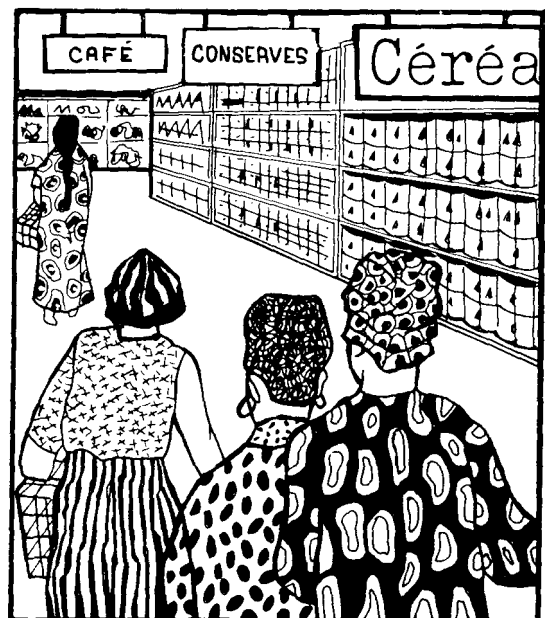
Si la partie inférieure du carton a bon aspect, vous vous faciliterez la tâche en présentant les marchandises sur le plateau. (Mais vous ne placerez pas le vieux stock derrière, n'est-ce pas?)



Quand regarnir les étagères?

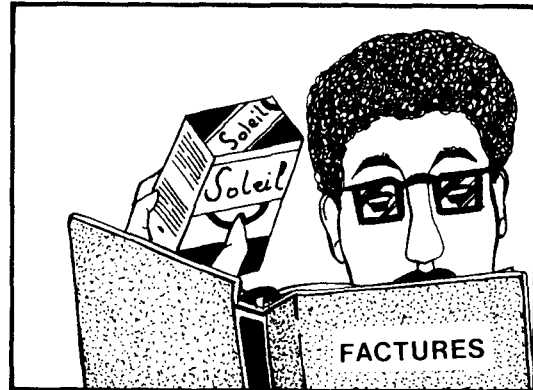
Il ne faut jamais oublier les clients! Ils ont peut-être besoin de vous. Vous devez donc être prêt à interrompre votre travail. C'est, en fait, la raison principale pour laquelle vous devez faire la plus grande partie de votre travail dans la surface de vente.

Mais vous devriez regarnir les étagères pendant les heures creuses. Certains jours et à certaines heures, votre magasin sera rempli de clients et vous serez très occupé avec eux. A ce moment-là, le regarnissage doit déjà avoir été fait, car les clients aiment voir un magasin plein de marchandises et pas un magasin rempli de boîtes et de cartons.



CHANGEMENT DE PRIX

"Le prix de la lessive Soleil a augmenté de 20 ct. Nous devons marquer le nouveau prix sur les paquets".

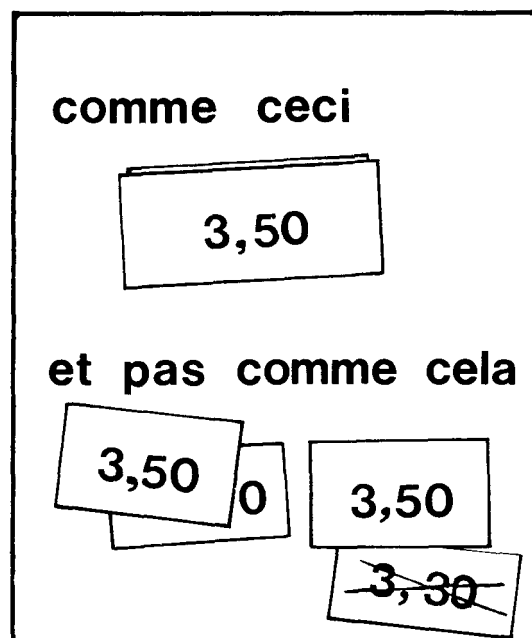


Vous pensez peut-être qu'il ne faut pas changer les prix du vieux stock. Mais il y a quelques bonnes raisons de le faire. Par exemple, l'achat du nouveau stock vous coûtera davantage que la dernière fois (puisque les prix de gros et de détail ont augmenté). Vous ne pourrez peut-être pas acheter de marchandises pour refaire le stock du magasin, si vous ne compensez pas l'augmentation des prix de gros.

Et vous ne devez pas exposer les mêmes marchandises avec des prix différents. Il faudra parfois enlever les vieilles étiquettes de prix et en poser des nouvelles.

La meilleure façon de résoudre ce problème est de couvrir l'ancienne étiquette par une nouvelle.

Mais l'étiquette doit être assez grande pour couvrir l'ancienne; sans cela, ce ne sera pas beau. Et, ce qui est encore pire, c'est que le client ne saura pas quel est le bon prix.



Si vous ne pouvez pas cacher l'ancien prix correctement, vous devez enlever l'étiquette ou utiliser de l'acétone ou des dissolvants du même genre pour effacer les chiffres marqués au tampon en caoutchouc ou au crayon-feutre. Faites attention de ne pas endommager les marchandises.

N'oubliez pas de changer en même temps les anciennes listes de prix, les prix affichés sur le bord des étagères, sur les panneaux et sur les tableaux d'affichage.

Notez les changements de prix

Les changements de prix sont en général autorisés et prescrits sur des formulaires spéciaux. Les employés qui font ce travail doivent signer et noter la quantité de chaque article qu'ils ont marqué au nouveau prix.

Le gérant doit ensuite vérifier que tous les changements de prix ont été faits et que les enregistrements du stock ont été modifiés en conséquence.



Faites la liste de tout ce que vous ferez pour améliorer le marquage des prix et le regarnissage dans votre magasin.

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.
- 7.
- 8.
- 9.
- 10.
- 11.

TEST DE CONTROLE

Afin de vous assurer que vous avez bien compris ce fascicule, vous devriez maintenant répondre aux questions suivantes. Cochez celle que vous croyez être la bonne réponse à chacune des questions. Si vous avez des problèmes au sujet d'une question en particulier, relisez le chapitre correspondant. Votre formateur vérifiera vos réponses ultérieurement.



1. Pour qui fait-on le marquage des prix?
 - a uniquement pour les clients;
 - b uniquement pour le personnel;
 - c pour les clients et le personnel.

2. La règle principale est de marquer le prix sur toutes les marchandises, mais il y a des exceptions. Lesquelles?
 - a les marchandises vendues tous les jours en grandes quantités;
 - b les marchandises qui arrivent pendant les heures de pointe;
 - c les marchandises dont les prix changent très souvent.

3. Sur quels articles n'est-il pas nécessaire de marquer les prix?
 - a les fruits en conserve;
 - b les verres à boire;
 - c les bouteilles de soda.

4. Quel est le meilleur moyen de marquer les marchandises emballées dans du plastique?
 - a le tampon en caoutchouc;
 - b le stylo à bille;
 - c l'étiquette adhésive.

5. Quelles marchandises convient-il de marquer avec un tampon en caoutchouc?
 - a les livres;
 - b les conserves;
 - c les vêtements.

6. Le prix d'une boîte de margarine doit être indiqué sur:
 - a le devant;
 - b le dessus;
 - c le dessous.

7. En quoi consiste la règle à observer pour le timbrage?
- a à marquer le prix avec un tampon en caoutchouc;
 - b à marquer le prix dans le coin, en haut, à droite;
 - c à marquer le prix sur le dessus.
8. Que faut-il noter sur les cartons dont le prix doit être marqué et qui doivent être amenés dans la surface de vente tout de suite après leur réception?
- a le prix de gros par carton;
 - b le prix de vente unitaire;
 - c la date d'arrivée.
9. Quel est l'avantage de marquer le prix et de regarnir les étagères en même temps?
- a vous pouvez travailler rapidement sans être interrompu;
 - b vous serez disponible pour servir les clients;
 - c vous saurez les prix grâce aux étiquettes du vieux stock.
10. Le meilleur moyen de regarnir les étagères est de:
- a attendre que le vieux stock soit entièrement épuisé avant de regarnir une étagère;
 - b regarnir toutes les étagères deux fois par jour;
 - c utiliser un carton entier pour regarnir une étagère dès qu'il y a assez de place.
11. Lorsque vous regarnissez les étagères avec des marchandises nouvelles, le vieux stock doit:
- a être placé à l'arrière de l'étagère;
 - b être placé devant;
 - c être mélangé aux nouvelles marchandises.
12. Le meilleur moyen de marquer de nouveaux prix est de:
- a changer les chiffres avec un crayon-feutre;
 - b cacher l'ancien prix avec une étiquette nouvelle;
 - c barrer l'ancien prix et mettre une nouvelle étiquette à côté.

EXERCICES COMPLEMENTAIRES

Afin de compléter vos études sur ce sujet, vous devriez participer à certains des exercices suivants qui seront organisés par votre formateur.



Travaux pratiques de groupe dans un magasin

1. Choix de la bonne méthode

Rassemblez des échantillons de marchandises faites de matériaux différents et de différentes tailles, ainsi que tous les instruments disponibles pour marquer les prix.

Essayez plusieurs méthodes de marquage de prix et suggérez pour chaque article :

- a les moyens pratiques de le faire ;
- b l'emplacement de la marque de prix.

2. Etude sur le marquage des prix

Examinez la façon dont le prix est marqué sur les marchandises exposées dans le magasin. Ecrivez un rapport et indiquez :

- a les marchandises sur lesquelles le prix n'est pas marqué et donnez-en les raisons ;
- b comment la caissière et les clients connaissent les prix de marchandises qui ne sont pas marquées ;
- c pourquoi les marques de prix ne sont pas clairement visibles ;
- d pourquoi les étiquettes adhésives ou mobiles ne sont pas bien posées sur les marchandises ;
- e vos conseils pour améliorer ces situations.

3. Exercez-vous à marquer des prix et à regarnir des étagères

Exercez-vous à marquer les prix de quelques cartons d'épicerie et à en regarnir quelques étagères ; employez les méthodes décrites aux pages 14 et 15.