

Les formalités post-vente

Module de formation sur les étapes essentielles après la conclusion de la vente



Vue d'ensemble du processus post-vente

Les formalités post-vente constituent une étape cruciale dans la relation commerciale avec le client. Elles englobent l'ensemble des actions et procédures qui suivent la conclusion de la vente et qui visent à garantir la satisfaction du client ainsi que le respect des obligations légales et contractuelles du vendeur.

Emballage et conditionnement

Préparation soignée du produit pour sa remise au client

Livraison

Organisation du transport et suivi de l'acheminement

Garanties

Application des protections légales et commerciales

Services associés

Accompagnement complémentaire du client

Ce module de formation détaille chacune de ces étapes pour vous permettre de maîtriser l'ensemble du parcours post-vente et d'offrir une expérience client optimale. La qualité de ces formalités joue un rôle déterminant dans la fidélisation de la clientèle et la réputation de votre commerce.



SECTION 4.1

L'emballage, le conditionnement et la remise du produit

L'emballage et le conditionnement représentent bien plus qu'une simple protection du produit : ils constituent le premier contact physique du client avec son achat et reflètent le professionnalisme de votre commerce.

Cette étape essentielle nécessite une attention particulière pour assurer la sécurité du produit tout en créant une expérience positive pour le client. Un emballage soigné témoigne du respect que vous portez à votre clientèle et à la marchandise vendue.

Les objectifs de l'emballage

Pourquoi bien emballer ?

L'emballage remplit plusieurs fonctions primordiales dans le processus de vente

Protection du produit

Préserver l'intégrité de la marchandise pendant le transport et la manipulation

Image de marque

Véhiculer les valeurs et le positionnement de votre commerce

Satisfaction client

Offrir une expérience positive dès la réception du produit

Conformité légale

Respecter les normes en vigueur pour certains types de produits

Les types d'emballage et de conditionnement

Le choix de l'emballage dépend de la nature du produit, de sa fragilité, de sa valeur et des conditions de transport. Il est essentiel de sélectionner le type de conditionnement le plus adapté à chaque situation.



Emballage primaire

Le conditionnement direct du produit qui le protège et l'identifie : boîtes, sachets, étuis. Il doit être adapté aux caractéristiques spécifiques de l'article.



Emballage secondaire

La protection supplémentaire pour le transport : papier bulle, mousse, calage. Indispensable pour les produits fragiles ou de valeur.



Emballage de présentation

Le sac ou l'habillage final qui valorise l'achat : sacs personnalisés, papier cadeau, rubans. Il contribue à l'image de votre commerce.

Les bonnes pratiques de conditionnement

Un conditionnement efficace suit une méthode rigoureuse qui garantit la protection optimale du produit tout en respectant les attentes du client et les contraintes logistiques.

01

Vérifier l'état du produit

Contrôler que la marchandise est conforme et en parfait état avant emballage

02

Choisir le matériel adapté

Sélectionner l'emballage en fonction de la taille, du poids et de la fragilité

03

Protéger les zones sensibles

Renforcer la protection des angles, surfaces et éléments fragiles

04

Fixer et caler

Immobiliser le produit pour éviter tout mouvement pendant le transport

05

Sceller et étiqueter

Fermer solidement et apposer les mentions nécessaires (fragile, haut/bas, etc.)

 **Point d'attention :** Pensez à la dimension écologique de vos emballages. Les clients sont de plus en plus sensibles à l'utilisation de matériaux recyclables et à la réduction des suremballages.

La remise du produit au client

La remise du produit constitue le moment de vérité où le client prend physiquement possession de son achat. Cette étape finale du processus de vente en magasin nécessite professionnalisme et courtoisie.

Les étapes de la remise

- Présenter le produit emballé de manière soignée
- Vérifier avec le client que tout est conforme
- Remettre les documents associés (facture, notice, certificat de garantie)
- Donner les conseils d'utilisation et d'entretien si nécessaire
- Informer sur les conditions de retour ou d'échange
- Remercier le client et l'inviter à revenir

Les documents à fournir

- La facture ou le ticket de caisse
- Le certificat de garantie le cas échéant
- La notice d'utilisation en français
- Les conditions générales de vente
- Les coordonnées du service client
- Le bordereau de retour si applicable

SECTION 4.2

La livraison : modalités, délais et suivi

La livraison représente une composante essentielle de la relation commerciale, particulièrement pour les produits volumineux ou les ventes à distance. Une gestion rigoureuse de la livraison contribue directement à la satisfaction du client et à la réputation de votre commerce.

Cette section de formation aborde les différentes modalités de livraison, l'importance du respect des délais et les outils de suivi qui permettent d'assurer une expérience client optimale.



Les modalités de livraison

Selon la nature de votre activité et les caractéristiques des produits vendus, plusieurs options de livraison peuvent être proposées aux clients. Chaque modalité présente des avantages spécifiques et répond à des besoins différents.



Retrait en magasin

Le client vient chercher sa commande dans votre point de vente. Cette option gratuite permet un contact direct et la vérification immédiate du produit. Pratique pour les achats en ligne avec retrait rapide.



Livraison à domicile

La marchandise est acheminée directement à l'adresse du client. Service apprécié pour les produits volumineux ou lourds. Nécessite une organisation logistique rigoureuse et des créneaux de livraison précis.



Point relais

Le colis est déposé dans un point de retrait proche du domicile du client. Solution économique offrant une grande flexibilité horaire. Idéale pour les clients absents en journée.

Les délais de livraison

Importance des délais

Le respect des délais de livraison est un facteur déterminant de la satisfaction client. Un retard peut générer frustration et perte de confiance.

Il est impératif d'annoncer des délais réalistes et de tout mettre en œuvre pour les tenir.

Délai standard

3 à 5 jours ouvrés pour la majorité des produits en stock

Livraison express

24 à 48 heures pour les commandes urgentes avec supplément

Produits sur commande

2 à 6 semaines selon la disponibilité auprès des fournisseurs



Conseil pratique : Informez toujours le client par écrit du délai de livraison prévu et conservez une trace de cet engagement. En cas de retard prévisible, prévenez le client au plus tôt.

Le suivi de livraison

Le suivi de livraison permet au client de connaître en temps réel l'état d'avancement de sa commande et rassure quant à la bonne réception du produit. Il constitue un élément de transparence et de professionnalisme apprécié.



La gestion des incidents de livraison

Malgré toutes les précautions prises, des incidents peuvent survenir lors de la livraison : retards, colis endommagés, erreurs d'adresse ou absences du destinataire. Une gestion efficace de ces situations est essentielle pour maintenir la satisfaction du client.



Retard de livraison

Prévenir immédiatement le client, s'excuser et proposer une compensation si le retard est important



Colis endommagé

Inviter le client à refuser le colis ou à émettre des réserves, puis organiser un remplacement rapide



Erreur d'adresse

Contactez rapidement le transporteur pour corriger la destination et informer le client du nouveau délai



Absence du client

Organiser une nouvelle tentative de livraison ou proposer un retrait en point relais

Dans tous les cas, la réactivité et la communication avec le client sont primordiales. Documentez chaque incident et sa résolution pour améliorer continuellement vos processus.



SECTION 4.3

Les garanties légales et commerciales

Les garanties constituent un élément fondamental de la protection du consommateur et de la relation commerciale. Elles imposent au vendeur des obligations précises tout en offrant au client des recours en cas de problème avec le produit acheté.

Cette section de formation détaille les différents types de garanties, leur portée et les obligations qui en découlent pour les commerçants. La maîtrise de ces notions est indispensable pour gérer correctement les réclamations et respecter le cadre légal.

Les garanties légales obligatoires

En France, deux garanties légales s'appliquent automatiquement à toute vente entre un professionnel et un consommateur, sans qu'il soit nécessaire de les mentionner dans le contrat. Elles protègent l'acheteur contre les défauts du produit.



Garantie de conformité

Le vendeur doit livrer un bien conforme au contrat, exempt de défauts. Cette garantie s'applique pendant 2 ans à compter de la délivrance du bien. Le client peut obtenir la réparation, le remplacement ou, à défaut, une réduction du prix ou la résolution de la vente.

- Durée : 2 ans à partir de la livraison
- Charge de la preuve : au client après 6 mois
- Remèdes : réparation, remplacement, réduction, remboursement



Garantie des vices cachés

Le vendeur est tenu de la garantie à raison des défauts cachés de la chose vendue qui la rendent impropre à l'usage ou qui diminuent tellement cet usage que l'acheteur ne l'aurait pas acquise.

- Durée : 2 ans à partir de la découverte du vice
- Conditions : vice caché, antérieur à la vente, rendant le bien impropre
- Remèdes : résolution de la vente ou réduction du prix

Comparaison des garanties légales

Points communs

- Gratuites pour le consommateur
- Applicables automatiquement
- Ne peuvent être écartées par contrat
- Couvrent les défauts du produit
- Permettent un recours contre le vendeur

Différences principales

Critère	Conformité	Vices cachés
Défauts couverts	Tous défauts de conformité	Vices cachés uniquement
Point de départ	Date de livraison	Date de découverte
Délai d'action	2 ans	2 ans après découverte
Remèdes	4 options possibles	2 options possibles



Important : Le client peut choisir la garantie qu'il souhaite invoquer. Les deux garanties peuvent se cumuler mais un même préjudice ne peut donner lieu à une double indemnisation.

Les garanties commerciales

Les garanties commerciales, également appelées garanties conventionnelles ou extensions de garantie, sont des engagements volontaires du vendeur ou du fabricant qui viennent s'ajouter aux garanties légales. Elles constituent un argument commercial pour rassurer le client et se différencier de la concurrence.



Garantie constructeur

Proposée par le fabricant du produit, elle couvre généralement les pannes et défauts de fabrication pendant une durée définie (souvent 1 à 3 ans). Elle peut inclure la réparation, le remplacement de pièces ou l'échange du produit.



Extension de garantie

Service payant proposé par le vendeur pour prolonger la couverture au-delà de la garantie légale. Elle peut couvrir l'usure normale, les pannes accidentelles ou offrir des services supplémentaires comme le prêt d'un appareil de remplacement.



Garantie satisfait ou remboursé

Engagement du vendeur à reprendre le produit si le client n'est pas satisfait, généralement pendant une période courte (7 à 30 jours). Cette garantie permet au client de tester le produit sans risque.

Les garanties commerciales doivent être clairement définies par écrit : durée, étendue de la couverture, modalités de mise en œuvre, exclusions éventuelles. Elles ne peuvent en aucun cas réduire ou supprimer les garanties légales.

SECTION 4.4

Les services associés

Au-delà de la simple vente du produit, les services associés constituent une valeur ajoutée importante qui renforce la relation client et favorise la fidélisation. Ces prestations complémentaires démontrent votre engagement dans l'accompagnement du client après l'achat.

Cette dernière section de formation présente les principaux services qui peuvent être proposés pour enrichir l'expérience client et vous différencier de la concurrence. Leur mise en place nécessite une organisation adaptée et du personnel formé.



Le service après-vente (SAV)

Le service après-vente représente l'ensemble des prestations offertes au client après l'achat pour l'accompagner dans l'utilisation du produit et résoudre les éventuels problèmes rencontrés. Un SAV efficace est un facteur clé de satisfaction et de fidélisation.



Assistance téléphonique

Une ligne dédiée pour répondre aux questions des clients, les conseiller sur l'utilisation du produit et diagnostiquer les problèmes à distance. Disponibilité et compétence du personnel sont essentielles.



Réparation

Intervention technique pour remettre en état un produit défectueux, soit dans vos locaux, soit chez le client. Nécessite des techniciens qualifiés et un stock de pièces détachées.



Remplacement

Échange du produit défectueux contre un produit identique neuf ou reconditionné, selon les conditions de garantie. Solution rapide appréciée des clients.



Support en ligne

Assistance via email, chat ou FAQ sur votre site web. Permet de répondre aux questions courantes 24h/24 et de désengorger le service téléphonique.

Installation, formation et assurance

Services d'installation

Pour les produits complexes ou nécessitant une installation technique, proposer ce service constitue un véritable plus :

- Installation à domicile par un technicien qualifié
- Mise en service et vérification du bon fonctionnement
- Connexion et paramétrage des équipements
- Démonstration des fonctionnalités principales
- Retrait et recyclage de l'ancien équipement si besoin

Services de formation

L'accompagnement du client dans la prise en main du produit favorise son utilisation optimale :

- Formation individuelle ou en groupe
- Tutoriels vidéo et guides d'utilisation
- Ateliers pratiques en magasin
- Documentation pédagogique personnalisée

Services d'assurance

Les assurances complémentaires offrent une protection supplémentaire au client et génèrent des revenus additionnels pour le commerce.

Assurance casse et vol

Couvre les dommages accidentels et le vol du produit pendant une durée déterminée

Assurance panne

Prend en charge les réparations en cas de panne mécanique ou électrique après expiration de la garantie

Assurance tous risques

Protection étendue incluant l'ensemble des risques : casse, vol, panne, oxydation, etc.

Ces assurances doivent faire l'objet d'un contrat clair précisant les conditions, exclusions et modalités de mise en jeu.

Synthèse du chapitre 4

Les formalités post-vente constituent un ensemble cohérent d'actions et de services qui contribuent à la satisfaction du client et à la pérennité de votre activité commerciale. Leur maîtrise est indispensable pour tout professionnel du commerce.

Emballage et remise	Livraison	Garanties	Services associés
Conditionner soigneusement le produit et le remettre au client avec tous les documents nécessaires	Organiser le transport, respecter les délais annoncés et assurer un suivi transparent	Appliquer les garanties légales obligatoires et proposer des garanties commerciales différenciantes	Développer un SAV performant et des services complémentaires à valeur ajoutée

La qualité de ces formalités post-vente reflète votre professionnalisme et votre engagement envers vos clients. Elles constituent un levier majeur de différenciation face à la concurrence et un facteur déterminant de fidélisation de la clientèle. En maîtrisant l'ensemble de ces aspects, vous serez en mesure d'offrir une expérience client complète et satisfaisante, de la conclusion de la vente jusqu'à l'utilisation optimale du produit acheté.

 **Prochaine étape :** Mettez en pratique ces connaissances en analysant vos processus actuels et en identifiant les axes d'amélioration pour chacune des quatre composantes des formalités post-vente.