



**ADVANCE Solution**

**SUPPORT DE COURS**

**MAITRISER LES DIFFERENTES MISSIONS DE VENDEUR EN MAGASIN**

Version : 1

Date : 14/02/2025

Rédacteur : François BONNAL

Suivi des modifications :

## TABLE DES MATIERES

|   |           |
|---|-----------|
| <b>I) S'approprier les différentes compétences nécessaires à ce métier .....</b>                        | <b>5</b>  |
| <b>1. Présentez-vous efficacement ET SIMPLEMENT pour donner envie d'entamer la relation client.....</b> | <b>5</b>  |
| <b>2. Pratiquez UNE écoute active .....</b>   | <b>6</b>  |
| <b>3. Soyez un vendeur honnête .....</b>  | <b>6</b>  |
| <b>4. Valorisez votre expertise commerciale .....</b>   | <b>6</b>  |
| <b>5. Progressez grâce à des formations .....</b>   | <b>6</b>  |
| <b>II) Bien organiser votre magasin .....</b>   | <b>7</b>  |
| <b>1. Analysez votre espace et définissez les zones clés.....</b>                                       | <b>7</b>  |
| Évaluez la circulation et les zones à optimiser .....   | 7         |
| <b>2. Mettez sur un merchandising visuel percutant .....</b>  | <b>8</b>  |
| Exploitez la présentation produit pour attirer les clients .....  | 8         |
| Incorporez des éléments visuels comme des affichages clairs .....                                       | 8         |
| <b>3. Identifier des indicateurs et les suivre .....</b>  | <b>9</b>  |
| <b>Le chiffre d'affaires .....</b>  | <b>9</b>  |
| <b>Le chiffre d'affaires par m<sup>2</sup> .....</b>  | <b>9</b>  |
| <b>Le nombre de tickets émis.....</b>   | <b>9</b>  |
| <b>L'indice des ventes .....</b>  | <b>9</b>  |
| <b>Le taux de fidélisation .....</b>  | <b>10</b> |
| <b>Le panier moyen .....</b>  | <b>10</b> |
| <b>Le taux de conversion.....</b>   | <b>10</b> |
| <b>La fréquentation .....</b>   | <b>10</b> |
| <b>Le ratio des ventes par employé .....</b>  | <b>10</b> |
| <b>Le ratio des rotations des stocks .....</b>  | <b>11</b> |
| <b>4. Avoir un magasin bien approvisionné (ruptures) .....</b>  | <b>11</b> |
| Conséquences des ruptures en magasin.....   | 11        |
| Les causes des ruptures en rayon.....   | 12        |
| Pallier les ruptures à l'aide du merchandising .....  | 13        |
| Gestion du réassort .....   | 13        |
| <b>5. Utiliser au mieux les outils informatiques pour présenter les produits au client.....</b>         | <b>13</b> |
| <b>1. Connaissez bien votre produit.....</b>  | <b>13</b> |
| <b>2. Identifiez votre public cible.....</b>  | <b>13</b> |
| <b>3. Définissez le problème que votre produit résout .....</b>   | <b>14</b> |
| <b>4. Mettez en avant les avantages de votre produit .....</b>  | <b>14</b> |
| <b>5. Utilisez des visuels pour renforcer votre présentation.....</b>                                   | <b>14</b> |

|  |           |
|--|-----------|
| <b>6. Enregistrer les transactions magasin avec fiabilité et rigueur</b> ..... | <b>14</b> |
| Comment veiller à la bonne gestion de la caisse ? .....                        | 15        |
| <b>III) Etre à l'aise avec les chiffres</b> .....                              | <b>15</b> |
| Savoir calculer un coefficient, un taux de marge, un taux d'évolution .....    | 15        |
| Taux de marge et taux de marque : quelles différences ?.....                   | 15        |
| 1.Le taux de MARGE.....  | 16        |
| 2.Le taux de MARQUE .....  | 16        |
| 3.Coefficient .....  | 16        |
| <b>IV Comprendre la tarification magasin</b> .....                             | <b>17</b> |
| <b>V) Suivi de stock d'un article</b> .....                                    | <b>19</b> |
| <b>VI): Approvisionner son magasin</b> .....                                   | <b>20</b> |
| Lancer un réapprovisionnement automatique .....                                | 21        |
| Réapprovisionner en utilisant les DDR(demandes de réapprovisionnement) .....   | 23        |
| Saisir une DDR dans la caisse .....  | 23        |
| Saisir une DDR dans l'intranet <b>ADVANCE</b> .....                            | 24        |
| Saisir une DDR dans un <b>Ordre de réparation</b> .....                        | 24        |
| 3. Réceptionner une commande fournisseur .....                                 | 25        |
| Réceptionner avec l'intranet .....   | 26        |
| Réception fournisseur depuis application mobile .....                          | 28        |
| <b>V) Renseigner et informer ses clients</b> .....                             | <b>33</b> |

## *1) S'approprier les différentes compétences nécessaires à ce métier*

**IDENTIFIER LES DIFFÉRENTES COMPÉTENCES ET APTITUDES :**

**Être un bon commercial ou un bon vendeur c'est :**

- Savoir bien se présenter
- Pratiquer l'écoute active
- Être honnête
- Maîtriser les techniques de vente
- Valoriser son expertise
- Prendre en compte la satisfaction client
- Se donner les moyens d'être le meilleur
- Se former en continu
- Adopter l'intelligence commerciale situationnelle
- Optimiser son processus de vente

Mais comment faire pour devenir l'excellent vendeur que toutes les entreprises s'arrachent ? Vous pensez que ce n'est pas à votre portée. Détrompez-vous ! Suivez ces 5 commandements : vous deviendrez vous aussi un Super Commercial et vous serez la bête noire de la concurrence !

Un mauvais vendeur peut faire illusion, mais pas longtemps : s'il obtient de bons résultats, cela ne dure jamais !

**Un bon, voire un très bon, vendeur se caractérise par des éléments qui ne trompent pas :**

- Il atteint et dépasse les objectifs.
- Il reproduit ses performances systématiquement et avec régularité.
- Ses résultats sont toujours aussi bons quels que soient la conjoncture économique, les rivalités concurrentielles et les aléas externes et internes à l'entreprise.

Pour quelles raisons ? Il a fait siennes des techniques de vente qu'il maîtrise parfaitement et il a adopté une attitude commerciale fédératrice et séduisante : **il sait parler à l'oreille des clients/prospects !**

Devenir un commercial performant et efficace n'est ni réservé à une élite, ni inné. C'est une bonne nouvelle ! Vous pouvez atteindre ce Graal à condition de suivre ces 5 conseils et astuces de pro.

### **1. PRESENTEZ-VOUS EFFICACEMENT ET SIMPLEMENT POUR DONNER ENVIE D'ENTAMER LA RELATION CLIENT**

Avant même de tenter de vendre votre produit/service à un client, vendez-vous vous-même ! Savoir bien se présenter en un minimum de temps est indispensable pour interpeller votre interlocuteur et capter son attention.

## 2. PRATIQUEZ UNE ECOUTE ACTIVE

Vous avez déjà eu affaire à ce représentant des ventes qui récite ses arguments en automatisme sans entendre vos remarques ? Pas le plus efficace pour conclure une vente !

Oubliez le discours standardisé ! Si vous débitez un pitch sans tenir compte des réels besoins de vos clients pour vendre vos produits coûte que coûte, c'est l'échec garanti !

## 3. SOYEZ UN VENDEUR HONNETE

Certains commerciaux sont tentés d'enjoliver la réalité pour conquérir des leads. C'est une erreur de débutant !

Si vous mentez à un client, il ne se laissera pas prendre 2 fois. Pire, il risque de vous faire une très mauvaise réputation dans le milieu !

## 4. VALORISEZ VOTRE EXPERTISE COMMERCIALE

L'expertise commerciale est l'une des qualités que doit cultiver le top vendeur.

A l'heure où les clients/prospects trouvent par eux-mêmes les informations sur Google, démarquez-vous en leur apportant une réelle valeur ajoutée.

Améliorez l'expérience d'achat d'un client grâce à votre expertise sur :

- votre secteur
- votre entreprise et la sienne
- vos offres produits/services
- les nouveautés technologiques, techniques, organisationnelles, RH...
- les nouvelles réglementations.

## 5. PROGRESSEZ GRACE A DES FORMATIONS

Que vous soyez un jeune commercial débutant ou un vieux de la vieille, ne pensez pas que vous n'avez plus rien à apprendre. Si vous voulez devenir un vendeur efficace ou le rester, une seule solution : la formation !

Formez-vous :

- aux nouvelles méthodes commerciales comme le social selling (prospection et vente via les réseaux sociaux).
- en développement personnel pour gagner en confiance en vous sur le terrain.
- grâce aux activités innovantes en matière de team building via la technologie afin de stimuler votre envie de performer et de profiter de la dynamique de groupe.

Notes Personnelles :

---

## *II) Bien organiser votre magasin*

---

### **1. ANALYSEZ VOTRE ESPACE ET DEFINISSEZ LES ZONES CLES**

---

Avant toute chose, une évaluation approfondie de votre espace est nécessaire. Il est important de connaître parfaitement la configuration du lieu, en identifiant les zones stratégiques, afin de positionner de façon optimale le mobilier et les produits.

---

#### ÉVALUEZ LA CIRCULATION ET LES ZONES A OPTIMISER

---

La **circulation au sein de votre magasin** va être l'un des premiers points à examiner. En effet, un parcours fluide est essentiel afin d'éviter les zones engorgées et ainsi offrir une bonne expérience client. Pour cela, il est essentiel que vous prêtiez une attention particulière aux zones froides et zones chaudes de votre boutique.

Pour ce faire, une analyse du flux de vos visiteurs va vous permettre d'identifier les zones d'accumulation et optimiser ainsi l'aménagement en fonction. Nous vous recommandons de prévoir des allées suffisamment larges afin de garantir une circulation agréable, notamment dans les zones à arrêts fréquents, comme les présentoirs de magasin ou encore les comptoirs professionnels.

Notes Personnelles :

## 2. MISEZ SUR UN MERCHANDISING VISUEL PERCUTANT

---

Arrivant dans les ultimes étapes pour une **organisation de magasin** optimale, le **merchandising** va permettre de capter l'attention de vos clients et influencer ensuite leurs décisions d'achat. Ce levier extrêmement puissant passe par une présentation soignée de vos produits ainsi que l'ajout d'éléments visuels offrant une expérience immersive.

### **Exploitez la présentation produit pour attirer les clients**

Pour un agencement efficace, il est important de travailler la **mise en scène de vos produits**. En effet, un produit valorisé et mis en avant aura beaucoup plus de chance d'attirer le client. Généralement, la mise en avant concerne les best-sellers et les nouveautés.

Par exemple, il est tout à fait possible d'opter pour une exposition sur plusieurs niveaux, ce qui va attirer naturellement l'œil et créer un effet de dynamisme. Le storytelling visuel est essentiel pour renforcer l'attrait envers vos produits et stimuler l'intérêt de vos clients pour ces derniers.

### **Incorporez des éléments visuels comme des affichages clairs**

Comme dit précédemment, l'**ajout d'éléments visuels** est essentiel afin de guider vos clients et mettre en valeur vos promotions par exemple. Ces éléments visuels peuvent être des affiches, des étiquettes ou bien encore une signalétique précise pour faciliter la circulation et **optimiser l'expérience client**.

Nous vous conseillons de toujours veiller à rester cohérent avec votre charte graphique pour renforcer votre image de marque.

Notes Personnelles :



### 3. IDENTIFIER DES INDICATEURS ET LES SUIVRE

---

#### **Le chiffre d'affaires**

Indicateur essentiel, le chiffre d'affaires (CA) mesure la performance globale de votre point de vente. Il correspond au total des ventes hors taxes que réalise votre magasin sur une période donnée (semaine, mois, trimestre, année...).

Grâce à votre logiciel de gestion, vous pouvez le consulter à chaque fin de journée puisqu'il est calculé automatiquement à partir de données telles que l'indice des ventes, le panier moyen de vos clients etc.

#### **Le chiffre d'affaires par m<sup>2</sup>**

Ce KPI permet de vous assurer que vous faites bon usage de la superficie de votre boutique et ainsi de quantifier votre efficacité commerciale. Le chiffre d'affaires par m<sup>2</sup> fournit des informations clés pour orienter vos stratégies de cross selling (ventes croisées) et d'up selling (montée en gamme) et concevoir des opérations commerciales réussies.

Stratégie tarifaire, amélioration de la disposition des articles et des rayonnages, réflexion sur les assortiments de produits... Cet indicateur de performance est un allié de taille pour un magasin.

#### **Le nombre de tickets émis**

Par définition, il s'agit du nombre de transactions effectuées dans chaque point de vente, et donc la quantité de clients (visiteurs ayant effectué un achat) dans le magasin.

Il permet notamment de mesurer la réussite de vos stratégies d'up selling ou de cross selling. Par exemple : est-ce que vos clients ayant fait l'achat d'une paire de chaussures de running repartent également avec des barres énergétiques ou un accessoire correspondant au premier achat ?

#### **L'indice des ventes**

C'est le nombre moyen d'articles vendus par client et par ticket de caisse. Évidemment, plus l'indice est élevé, plus votre chiffre d'affaires est en croissance. L'indice des ventes vous permet aussi de mesurer l'importance de votre programme de fidélité.

## **Le taux de fidélisation**

Le programme de fidélité a un impact très important sur le panier moyen de votre clientèle. Bien conçu, il permet de réaliser des ventes complémentaires, augmentant ainsi l'indice des ventes, et incite vos clients à revenir dans votre magasin. C'est pourquoi il est important d'intégrer son fonctionnement à votre système POS.

Le taux de fidélisation est en somme un indicateur de performance du niveau de qualité de la relation client d'une enseigne et de l'expérience client qui est proposée dans le magasin.

## **Le panier moyen**

Comme son nom l'indique, le panier moyen correspond au montant dépensé en moyenne par chaque client dans votre magasin. Avoir en tête le panier moyen de votre activité permet de mieux connaître vos cibles et de cerner leurs habitudes de consommation. Cette donnée est un premier pas dans la mise en place d'un plan d'actions marketing performant : stratégie de ventes additionnelles, de montée en gamme ou de vente croisée...

## **Le taux de conversion**

Il s'agit du pourcentage de visites dans votre magasin qui ont généré des ventes. Si chaque client qui entre dans votre boutique procède à un achat, votre taux est de 100% – c'est le cas de figure idéal ! Le taux de conversion est un bon indicateur de l'attractivité de votre offre produit et de votre efficacité commerciale.

## **La fréquentation**

Appelé également taux d'attractivité, cet indicateur mesure votre capacité à attirer des clients dans votre boutique. En reliant des capteurs positionnés à l'entrée de votre magasin à votre logiciel de caisse, vous pouvez compter en temps réel le nombre de clients qui entrent dans la surface de vente.

Pour aller plus loin, pensez à comptabiliser le nombre de visiteurs qui sont entrés et ceux qui ont un ticket de caisse à la sortie. Plus vous créez des relations dans vos analyses, plus vous aurez une visibilité précise de votre performance.

## **Le ratio des ventes par employé**

Il s'agit d'un indicateur précieux pour connaître la performance de chaque collaborateur. Ce KPI permet de connaître le coût de fonctionnement de votre magasin mais aussi de l'optimiser en concevant un planning horaire plus adapté par exemple. Si aucune vente n'est réalisée entre midi et 14h, peut-être vaut-il mieux fermer vos portes. Le ratio des

ventes par employé permet aussi de prévoir des formations pour les collaborateurs qui en ont besoin et de peaufiner vos offres commerciales par rayonnage.

## Le ratio des rotations des stocks

La rotation optimale des stocks est cruciale pour la performance de votre magasin de sport. Cet indicateur permet de mesurer le nombre de renouvellement de stock dans l'année, d'évaluer l'efficacité de votre stratégie de vente. Un ratio trop faible signifie que vous écoutez vos stocks trop lentement ; si vos clients se désintéressent d'un produit, vous aurez un risque de surstock important et donc des coûts inhérents à gérer. À l'inverse, une rotation de stock trop rapide peut mener à des ruptures qui amèneront vos clients vers la concurrence.

Notes Personnelles :

---

#### 4. AVOIR UN MAGASIN BIEN APPROVISIONNE (RUPTURES)

---

## CONSEQUENCES DES RUPTURES EN MAGASIN

---

Les ruptures de stock en magasin entraînent des répercussions conséquentes, aussi bien sur le plan financier que sur l'image de marque et la fidélisation client. Sur le plan économique, ces interruptions dans l'approvisionnement se traduisent par des pertes substantielles de chiffre d'affaires. Selon des estimations du baromètre LSA - NielsenIQ, le manque à gagner brut lié aux ruptures atteignait près de 5 milliards d'euros en hypers et supermarchés en 2022. Cette situation affecte directement la rentabilité des enseignes concernées.

Parallèlement, les ruptures de stock fragilisent l'image de l'enseigne auprès des consommateurs. Un sondage mené par OpinionWay en 2023 révèle que 29 % des consommateurs considèrent ces ruptures comme un irritant majeur, mettant ainsi en évidence l'importance de la disponibilité des produits pour la satisfaction client.

De surcroît, ces interruptions dans la chaîne d'approvisionnement peuvent conduire à une dé-fidélisation des clients, ces derniers se tournant vers des concurrents proposant une disponibilité plus fiable des produits recherchés.

Enfin, les ruptures de stock compromettent la fiabilité des données de vente, ce qui perturbe les processus d'analyse et de prévision des achats.

Ces fluctuations entraînent une révision des historiques de vente, complexifiant ainsi l'établissement de stratégies commerciales efficaces. En somme, les conséquences des ruptures en magasin sont multiples et exigent une approche proactive et experte pour en atténuer les impacts néfastes.

## LES CAUSES DES RUPTURES EN RAYON

---

Les ruptures en rayon, bien que souvent perçues comme des incidents isolés, peuvent découler de divers facteurs interdépendants. Voici quelques-unes des principales causes :

- Potentiel de promotion mal évalué
- Erreur de commande ou de stock
- Mauvaise gestion opérationnelle
- Succès d'un nouveau produit
- Retard de livraison ou rupture de fournisseur

Chacune de ces causes peut contribuer à des interruptions dans l'approvisionnement en magasin, mettant en évidence l'importance d'une gestion proactive de la chaîne d'approvisionnement pour éviter les ruptures et garantir la satisfaction client.

# PALLIER LES RUPTURES A L'AIDE DU MERCHANDISING

---

## GESTION DU REASSORT

---

Une gestion méticuleuse des stocks est indispensable pour anticiper et éviter les ruptures en magasin. Cela implique **une surveillance constante des niveaux de stock, une planification de réassort prévoyante et une collaboration étroite avec les fournisseurs** afin d'assurer une disponibilité continue des produits. Nous verrons plus tard comment réapprovisionner de manière efficace le magasin.

Notes personnelles

## 5. UTILISER AU MIEUX LES OUTILS INFORMATIQUES POUR PRESENTER LES PRODUITS AU CLIENT

---

### 1. CONNAISSEZ BIEN VOTRE PRODUIT

---

Pour faire une présentation convaincante, vous devez avoir une connaissance approfondie de votre produit. Assurez-vous de connaître les caractéristiques et les avantages du produit, ainsi que les différences par rapport à la concurrence. Si vous êtes capable de répondre aux questions de votre public avec assurance, vous serez plus persuasif.

### 2. IDENTIFIEZ VOTRE PUBLIC CIBLE

---

Il est important de comprendre qui est votre public cible avant de commencer votre présentation. Cela vous aidera à adapter votre langage et votre ton en fonction de votre audience. Si votre public cible est principalement composé de professionnels, vous devriez utiliser un ton plus professionnel et aborder des sujets spécifiques. Si votre public cible est plus général, vous devriez utiliser un ton plus simple et aborder des sujets plus généraux.

---

### 3. DEFINISSEZ LE PROBLEME QUE VOTRE PRODUIT RESOUT

---

Il est important de commencer votre présentation en identifiant le problème que votre produit résout. Cela permettra à votre public de comprendre pourquoi votre produit est important et de mieux comprendre comment il peut être utile pour eux. Assurez-vous de montrer à votre public que vous comprenez leurs problèmes et que votre produit est la solution à ces problèmes.

---

### 4. METTEZ EN AVANT LES AVANTAGES DE VOTRE PRODUIT

---

Les avantages de votre produit devraient être le point central de votre présentation. Montrez à votre public comment votre produit peut les aider et en quoi il est supérieur à d'autres solutions. Utilisez des exemples concrets et des cas d'utilisation pour aider votre public à visualiser comment votre produit fonctionne.

---

### 5. UTILISEZ DES VISUELS POUR RENFORCER VOTRE PRESENTATION

---

Les visuels sont un excellent moyen de renforcer votre présentation. Utilisez des graphiques, des images et des vidéos pour montrer à votre public comment votre produit fonctionne et pour mettre en avant les avantages de votre produit. Assurez-vous que les visuels que vous utilisez sont de haute qualité et qu'ils sont pertinents pour votre présentation.

|                    |
|--------------------|
| Notes personnelles |
|--------------------|

---

### 6. Enregistrer les transactions magasin avec fiabilité et rigueur

---

Une caisse doit être tenue avec rigueur. Un simple petit écart de caisse doit trouver une explication et des mesures prises afin d'éviter que cela ne se reproduise.

La tenue de la caisse fait partie des obligations légales auxquelles tout commerçant doit se conformer. Malgré la charge de travail quotidienne, il n'est pas possible d'y échapper. Les conséquences d'une mauvaise gestion caisse peuvent être graves pour votre entreprise : contrôle fiscal, problèmes de trésorerie, etc.

Pour partir sur de bonnes bases, découvrez ce rappel des bonnes pratiques en matière de gestion de caisse.

Comment veiller à la bonne gestion de la caisse ?

Tous les commerçants doivent s'assurer que leur caisse est parfaitement tenue. Pour ce faire, des contrôles réguliers doivent être réalisés. À la fermeture de la boutique, chaque jour, il faut vérifier la caisse. Il s'agit de s'assurer de la parfaite correspondance entre le solde de caisse noté dans le livre de caisse et le montant figurant dans la caisse.

S'il y a la moindre différence, il conviendra alors d'en trouver la cause : vol, erreur de saisie, ... Les anomalies de caisse ne doivent pas être banalisées. De même, il est bien évident que le solde ne peut être négatif. Pourtant, cela s'observe parfois. Là aussi, il conviendra d'en trouver la cause.

Et vous dans votre commerce, avez-vous mis en place des bonnes pratiques pour mieux gérer la caisse ?

Notes personnelles

---

### *III) Etre à l'aise avec les chiffres*

---

Savoir calculer un coefficient, un taux de marge, un taux d'évolution

Il est essentiel de savoir calculer un coefficient, ou un taux de marge sans se tromper, une erreur dans le calcul de votre taux de marge peut engendrer des pertes.

Parlons un peu mathématiques :

---

#### **TAUX DE MARGE ET TAUX DE MARQUE : QUELLES DIFFERENCES ?**

---

Deux lettres changent et tout est dépeuplé. Entre taux de marque et taux de marge, on peut facilement s'y perdre. Comprendre substantiellement la différence vous permettra de ne plus faire d'erreur.

Le **taux de marge** correspond à la différence entre la marge et le prix d'achat. Le **taux de marge** quant à lui désigne le rapport entre marge et **prix de vente**. Ce n'est pas exactement la même chose, et on vous explique pourquoi.

Il faut dans un premier temps comprendre ce qu'est la marge. La marge est la différence entre le prix de vente d'un produit et le prix d'achat

Dans la plus grande partie des commerces on parle à tort de taux de marge en appliquant la formule du taux de marque. Un taux de marque ne peut pas être supérieur à 100%.

---

## 1.LE TAUX DE MARGE

---

Taux de marge = (Prix de vente HT – Prix d'achat HT) / Prix d'achat HT

Prenons un exemple pour mieux comprendre : On vend un produit 120€ HT et son prix d'achat est de 45€

Taux de marge = ( 120 – 45 ) / 45 = 75 / 45 = 166%

---

## 2.LE TAUX DE MARQUE

---

Taux de marque = (Prix de vente HT – Prix d'achat HT) / Prix de vente HT

Prenons un exemple pour mieux comprendre : On vend un produit 120€ HT et son prix d'achat est de 45€

Taux de marque = ( 120 – 45 ) / 120 = 75 / 120 = 62 ,5%

---

## 3.COEFFICIENT

---

Coefficient = Prix de vente HT / Prix d'achat

Prenons un exemple pour mieux comprendre : On vend un produit 120€ HT et son prix d'achat est de 45€

Coefficient = 120 / 45 = 2,66



Notes personnelles

## IV Comprendre la tarification magasin

### Tarifs de vente

Cet écran va vous permettre de saisir 1 - un Tarif général = Celui que l'on applique par défaut, 2 - un tarif par catégories tarifaires, c'est-à-dire par catégorie de clients (ex : Revendeurs, Paysagistes, etc.) 3 - Un tarif client, 4 - Un tarif promotionnel.

| Infos générales                        | Tarifs de vente | Fournisseurs    | Comptabilité | Complément                                 | Web        | SAV              | Champs statistiques |   |
|--|-----------------|-----------------|--------------|--|------------|------------------|---------------------|---|
| Tarif général                          |                 | Tarif catégorie |              | Tarif client                               |            | Tarif promotions |                     |   |
| Tarif général                          |                 |                 |              |  |            |                  |                     |   |
| Groupe                                 | A partir de     | Date de début   | Date de fin  | Prix vente                                 | Dépôt(s)   | Gammes           |                     | + |
| Divers                                 | 1               | 03/07/2020      | 31/12/2099   | 679.00 TTC                                 | Tous       | Toutes / Toutes  |                     | ✕ |
| Divers                                 | 1               | 07/04/2020      | 31/12/2999   | 679.00 HT                                  | Tous       | Toutes / Toutes  |                     | ✕ |
| Divers                                 | 1               | 08/04/2020      | 31/12/2999   | 679.00 HT                                  | Tous       | Toutes / Toutes  |                     | ✕ |
| Modification du tarif particulier      |                 |                 |              |  |            |                  |                     |   |
| Référence article                      | AMPG1US1BLK     |                 |              | Groupe                                     | Divers     |                  |                     |   |
| Date début                             | 03/07/2020      |                 |              | Date fin                                   | 31/12/2099 |                  |                     |   |
| A partir de                            | 1               |                 |              | Dépôt                                      | 2 dépôts   |                  |                     |   |
| Tarif                                  | TTC             |                 |              | Prix vente TTC                             | 679,00     |                  |                     |   |
| <input type="button" value="Annuler"/> |                 |                 |              | <input type="button" value="Enregistrer"/> |            |                  |                     |   |

1. Tarif Général : Tous nos tarifs sont encadrés par une date de début et une date de fin. Vous pouvez indiquer une quantité mini ou un par combien pour déclencher ce prix, en général on met 1. Vous pouvez aussi indiquer que ce tarif s'applique ou pas sur un dépôt particulier. Finalement vous pouvez saisir le prix de vente (1) soit en HT soit en TTC selon le paramétrage de l'onglet informations générales.

2. Tarif par catégorie tarifaire :

### Tarif catégorie

| Catégorie                  | Groupe | A partir de | Date de début | Date de fin | Prix vente | Remise | Coeff | Dépot(s) | Gammes |  | + |
|----------------------------|--------|-------------|---------------|-------------|------------|--------|-------|----------|--------|--|---|
| No data available in table |        |             |               |             |            |        |       |          |        |  |   |

#### Ajout d'un tarif particulier

|                   |             |               |               |
|-------------------|-------------|---------------|---------------|
| Référence article | AMPG1US1BLK | Groupe        | Divers        |
| Date début        | 20/01/2021  | Date fin      | 31/12/2999    |
| A partir de       | 1           | Dépôt(s)      | 2 dépôts      |
| Remise            | Remise      | Prix d'achat  | 381,25        |
| Catégorie         |             | Coefficient   | 1             |
| Tarif             | HT          | Prix vente HT | Prix de vente |
| Prix final        | 679.00      |               |               |

Prix calculé sur la base du tarif de vente ou tarif de vente général en tenant compte de la remise et du coefficient

Annuler

Enregistrer

Comme l'écran précédent, vous devrez borner par des dates. Ensuite vous aurez 2 méthodes pour enregistrer un tarif particulier.

1. Vous indiquez une remise par rapport au Tarif général, nous vous conseillons cette méthode qui garde un lien avec le tarif général et permet ensuite lors d'un changement de tarif de l'appliquer automatiquement aux tarifs particuliers.
2. Vous indiquez un tarifs net qui sera désolidarisé du tarif général.

Vous devrez renseigner la catégorie tarifaire sur laquelle vous souhaitez appliquer ce tarif

### 3. Tarif client :

#### Tarif client

| Cient                      | Groupe | A partir de | Date de début | Date de fin | Prix vente | Remise | Coeff | Dépot(s) | Gammes |  | + |
|----------------------------|--------|-------------|---------------|-------------|------------|--------|-------|----------|--------|--|---|
| No data available in table |        |             |               |             |            |        |       |          |        |  |   |

#### Ajout d'un tarif particulier

|                   |             |               |               |
|-------------------|-------------|---------------|---------------|
| Référence article | AMPG1US1BLK | Groupe        | Divers        |
| Date début        | 20/01/2021  | Date fin      | 31/12/2999    |
| A partir de       | 1           | Dépôt(s)      | 2 dépôts      |
| Remise            | Remise      | Prix d'achat  | 381,25        |
| Client            | Client      | Prix vente HT | Prix de vente |
| Tarif             | HT          |               |               |
| Prix final        | 679.00      |               |               |

Prix calculé sur la base du tarif de vente ou tarif de vente général en tenant compte de la remise et du coefficient

Annuler

Enregistrer

Cet écran est identique au précédent, la seule différence est que vous allez indiquer un client et non une catégorie tarifaire.

### 4. Tarif Promotion

## Tarif promotions

| Client                     | Groupe | A partir de | Date de début | Date de fin | Prix vente | Remise | Points fidélité | Dépôt(s) | Gammes |  |
|----------------------------|--------|-------------|---------------|-------------|------------|--------|-----------------|----------|--------|--|
| No data available in table |        |             |               |             |            |        |                 |          |        |  |

### Ajout d'un tarif particulier

|                   |                |                |                     |
|-------------------|----------------|----------------|---------------------|
| Référence article | AMPG1US1BLK    | Groupe         | Promo Décembre 2020 |
| Date début        | 20/01/2021     | Date fin       | 31/12/2999          |
| A partir de       | 1              | Dépôt(s)       | 2 dépôts            |
| Points fidélité   | Point fidélité | Remise         | Remise              |
| Type              | Général        | Prix vente TTC | Prix de vente       |
| Tarif             | TTC            |                |                     |
| Prix final        | 679.00         |                |                     |

Prix calculé sur la base du tarif de vente ou tarif de vente général en tenant compte de la remise et du coefficient

Cet écran est identique au précédent, la seule différence est que vous allez indiquer un groupe de promotion, qui chez nous est le nom de la promotion, très important pour les statistiques. Habituellement les tarifs promotions sont importés par notre module "TARIF PARTICULIERS".

### Notes personnelles

## V) Suivi de stock d'un article

Lorsque vous êtes sur la fiche principale de l'article, vous devez indiquer le mode de suivi en stock

|                    |             |
|--------------------|-------------|
| <b>Suivi stock</b> | ✓ Aucun     |
|                    | Sérialisé   |
|                    | <b>CMUP</b> |
|                    | Par lot     |

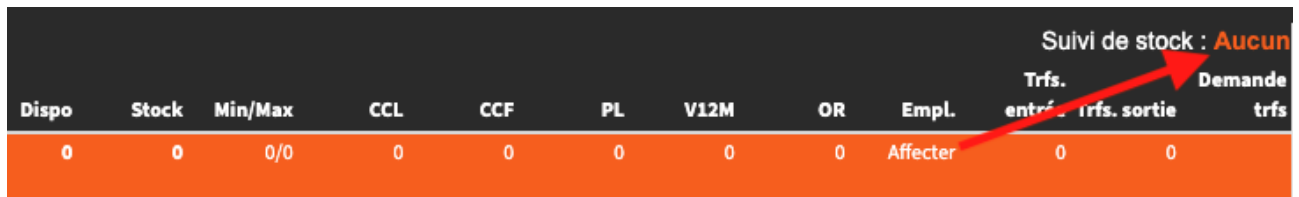
Le mode CMUP indique que vous souhaitez gérer vos stock en Cout Moyen Pondéré.

Le mode Sérialisé est utilisé pour des articles suivis en numéro de série comme la motoculture, l'informatique, etc.

Le mode par LOT est utilisé souvent dans l'industrie Pharmaceutique, la peinture, etc. Un numéro de lot peut avoir une quantité en stock >1 pour un même numéro de lot.

Le mode aucun est utilisé pour les articles de frais par exemple.

Lorsque vous êtes sur votre fiche article (écran de synthèse) vous avez une ligne de stock par magasin. Cette ligne fait apparaître toutes les notions de stock gérées sur ADVANCE.



| Dispo | Stock | Min/Max | CCL | CCF | PL | V12M | OR | Empl.    | Trfs. entré | Trfs. sortie | Demande trfs |
|-------|-------|---------|-----|-----|----|------|----|----------|-------------|--------------|--------------|
| 0     | 0     | 0/0     | 0   | 0   | 0  | 0    | 0  | Affecter | 0           | 0            |              |

DISPO : Stock disponible à la vente (Stock physique – Commandes clients non soldées par une réception fournisseur à date)

STOCK : Stock physique. Si vous faites un inventaire, c'est le stock que vous constatez dans votre magasin.

Min/Max : Vous pouvez ici enregistrer les minimums qui vont déclencher un réapprovisionnement automatique pour cet article et ce magasin. Si le réapprovisionnement est déclenché, une proposition d'achat est faite pour atteindre le stock Maxi.

CCL : Total des commandes client

CCF : Total des commandes fournisseurs

PL : Total en Préparation de Livraison (module des expéditions clients)

V12M : Ventes des 12 derniers mois

OR : Total des articles mis sur des Ordres de réparation

Empl : Possibilité d'affecter un emplacement à cette référence article

Trsf entrée : Total des articles en attente de transfert entrée

Trsf sortie : Total des articles en attente de transfert sortie

|                    |
|--------------------|
| Notes personnelles |
|--------------------|

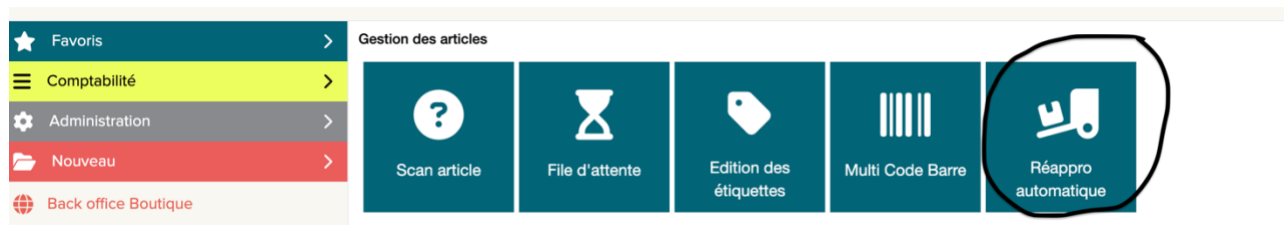
---

## VI): Approvisionner son magasin

---

## Lancer un réapprovisionnement automatique

Une fois vos stocks MINI/MAXI saisis ou importés dans ADVANCE, vous pouvez lancer le module



Vous arrivez ensuite dans un écran très simple qui vous demande juste de valider le traitement



Une fois ce traitement terminé, ADVANCE vous propose d'acheter tous les articles dont le stock est inférieur au stock MINI. Vous devez donc aller dans le module Contremarque/DDR



Vous arrivez sur la liste des articles proposés à l'achat. Vous devez ensuite décider soit de commander ces lignes, soit de les solder.

DDR en cours

Tout sélectionner / Tout désélectionner Catalogue 3 catalogue(s) Collection 39 collection(s)

Afficher 10 lignes Copier Excel CSV Imprimer Affiner recherche

| Sél.                     | Ref.   | Ref. frs       | Libellé four           | Dés.   | Qté | Client | Commande | com. | Com.                      | Collab. | Date       | Dépôt | Urgence |
|--------------------------|--------|----------------|------------------------|--|-----|--------|----------|------|---------------------------|---------|------------|-------|---------|
| Si                       | Ref.   | Ref. frs       | Libellé four           | Dés.   | +   | Cl     | Comman   | Réf  | Com.                      | Coll    | Date       | Dé    | Urgence |
| <input type="checkbox"/> | 900687 | FW19-GANTHOMME | BUREAU DJAC            | GANT HOM DJAC<br>TU - NR                                       | 4   |        |          |      | Génération<br>automatique |         | 20/03/2025 | 1005  | Normale |
| <input type="checkbox"/> | 900929 | ST 01-03       | MUTUELLE DU<br>REMPART | LUNETTES SOLEIL PILOTE<br>MUTUELLE REMPART X ST<br>TU - MAR    | 2   |        |          |      | Génération<br>automatique |         | 20/03/2025 | 1005  | Normale |
| <input type="checkbox"/> | 900929 | ST 01-03       | MUTUELLE DU<br>REMPART | LUNETTES SOLEIL PILOTE<br>MUTUELLE REMPART X ST<br>TU - GR     | 1   |        |          |      | Génération<br>automatique |         | 20/03/2025 | 1005  | Normale |
| <input type="checkbox"/> | 900930 | ST 01-04       | MUTUELLE DU<br>REMPART | LUNETTES SOLEIL CARRES<br>MUTUELLE DU REMPART X ST<br>TU - MAR | 2   |        |          |      | Génération<br>automatique |         | 20/03/2025 | 1005  | Normale |
| <input type="checkbox"/> | 900930 | ST 01-04       | MUTUELLE DU<br>REMPART | LUNETTES SOLEIL CARRES<br>MUTUELLE DU REMPART X ST<br>TU - GR  | 1   |        |          |      | Génération<br>automatique |         | 20/03/2025 | 1005  | Normale |
| <input type="checkbox"/> | 900932 | ST 01-01       | MUTUELLE DU<br>REMPART | LUNETTES SOLEIL OVALES<br>MUTUELLE DU REMPART X ST<br>TU - MAR | 2   |        |          |      | Génération<br>automatique |         | 20/03/2025 | 1005  | Normale |

Une fois ces lignes traitées, vous retrouvez dans vos classeurs, les propositions de commandes réparties par fournisseur.

VERCAUTEREN DDR Ordonnement Pièces détachées

ISEKI FRANCE (4010006) SABRE FRANCE (4010931) SAELEN (4011910)

Tout cocher / Tout décocher

Show Toutes entrées Search:

| Collaborateur            | Client | Commande                           | Ref.        | Fourn. | Ref. | Dés.                          | Qté | Conv. | Com. | Date       | Prix | % | pcb | De | Stk | Cmd | Cmd | Urg    |
|--------------------------|--------|------------------------------------|-------------|--------|------|-------------------------------|-----|-------|------|------------|------|---|-----|----|-----|-----|-----|--------|
|                          |        |                                    |             |        |      |                               |     |       |      |            |      |   |     |    |     | cl  | frs |        |
| <input type="checkbox"/> | -      | C026426<br>(CASTAGNOUS<br>PAYSAGE) | OR990000026 | 286905 | DIV  | EMBRAYAGE<br>286905           | 1   | 1.00  |      | 02/04/2025 | 0    | 0 | 0   | 1  |     |     |     | Urgent |
| <input type="checkbox"/> | -      | C026426<br>(CASTAGNOUS<br>PAYSAGE) | OR990000026 | 211203 | DIV  | CLOCHE<br>EMBRAYAGE<br>211203 | 1   | 1.00  |      | 02/04/2025 | 0    | 0 | 0   | 1  |     |     |     | Urgent |

Showing 1 to 2 of 2 entries

TOTAL : 0 € HT FRANCO : 0 € HT

Reste avant franco 0 Scan Fournisseur Enregistrer Transférer

Importer une commande Commander Ajouter une ligne

Franco atteint

Cet écran vous donne beaucoup d'informations pour éviter de vous tromper dans votre commande.

- Si le Par combien renseigné dans la fiche fournisseur est renseignée (ex : 12 pour commande par 12) et que votre quantité commandée n'est pas un multiple du PCB, la quantité est en rouge.
- Si le FRANCO est renseigné sur le fournisseur (Montant minimum d'achat) vous avez une indication sur le reste avant FRANCO.

Vous pouvez transférer une ligne sur un autre fournisseur en cliquant sur le bouton TRANSFERER.

Quand vous le souhaitez, vous cochez les lignes à commander et vous cliquez sur COMMANDER. La commande est créée, vous pouvez l'envoyer directement par mail.

Notes personnelles

## *Réapprovisionner en utilisant les DDR(demandes de réapprovisionnement)*

Nous venons de voir qu'ADVANCE est capable de vous proposer des DDR automatiques, mais vous avez aussi la possibilité de saisir des DDR manuellement :

- Saisie des DDR en caisse
- Saisie des DDR sur la saisie d'un document de vente client
- Saisie des DDR sur un Ordre de réparation

### *Saisir une DDR dans la caisse*

Dans la saisie d'une vente en caisse, vous avez la possibilité d'envoyer une demande d'achat à l'acheteur. Pour cela, quand vous cliquez sur la ligne que vous venez de saisir, vous pouvez utiliser le bouton ci-dessous :

The screenshot displays the 'DDR' (Demande de Réapprovisionnement) form within the ADVANCE POS interface. The form is titled 'DDR' and includes the following fields:

- Quantité :** 1
- Urgence :** Normale
- Type :** Normal
- Fournisseur :** 1.06 € - 4011602 - PPK
- Commentaire :** \* Facultatif

A 'Valider' button is located at the bottom of the form. The interface also shows a top navigation bar with options like 'Attente', 'Vider', 'Facture', 'Autre', 'CB', 'Chèque', and 'Espace'. A bottom navigation bar includes a calculator and a '0' button.

Une fois cette ligne validée, elle se retrouve dans le module Contremarque/DDR de votre intranet, en attente de traitement.

### *Saisir une DDR dans l'intranet ADVANCE*

Dans l'intranet, une fois vos lignes saisies, vous devez sélectionner avec la case à cocher, la ou les lignes pour lesquelles vous souhaitez faire une commande fournisseur, et cliquer sur le bouton DDR comme sur la caisse :

| Stock | Article | PCB | Désignation                  | N° série | PU HT    | Dépôt      | PU TTC   | Remise | PU NET HT | Gammes | Prix devise | PU NET TTC | TVA   | Qte | Qté com. | Montant HT | Montant TTC | Remise cascade | Emplacement |
|-------|---------|-----|------------------------------|----------|----------|------------|----------|--------|-----------|--------|-------------|------------|-------|-----|----------|------------|-------------|----------------|-------------|
|       | ATP200  | 0   | ATOMISEUR<br>MM ATP200       |          | 4 000.00 | VERCAUTERE | 4 800.00 | 0.00   | 4 000.00  | -      |             | 4 800.00   | 20.00 | 1   | 0        | 4 000.00   | 4 800.00    |                |             |
|       |         |     | LANCE TOITURE + 5 M DE TUYAU |          |          |            |          |        |           |        |             |            |       |     |          |            |             |                |             |
|       |         |     | POMPE 40 BARS                |          |          |            |          |        |           |        |             |            |       |     |          |            |             |                |             |
|       |         |     | CARDAN                       |          |          |            |          |        |           |        |             |            |       |     |          |            |             |                |             |

Vous arrivez ensuite sur un écran qui vous permet d'envoyer directement en DDR plusieurs lignes. Pour les articles divers (non gérés en stock) vous pouvez indiquer : Le fournisseur, la référence fournisseur et son prix. Dans le cas d'une gestion de stock classique ces éléments sont pris dans la fiche article.

### *Saisir une DDR dans un Ordre de réparation*

Dans le module OR, le mode opératoire est très proche de l'intranet de vente, une fois vos lignes saisies, vous pouvez sélectionner avec la case à cocher, la ou les lignes pour lesquelles vous souhaitez faire une commande fournisseur, et cliquer sur le bouton DDR



64140 RONTIGNON - Cat. : Comptoir  
Situation : OK

OR N°OR990000029 en date ds : 02/04/2025 à 15:53:22 - VERCAUTEREN - (VM : 333.94 / TM : 30.79)

Parc client Mail / SMS Annuler Règlement Imprimer

| Statut | Article         | Désignation           | N° série | PU HT  | Remise | TVA   | PU TTC | Qte | Montant HT | Montant TTC | DDR | Emplacement                         |
|--------|-----------------|-----------------------|----------|--------|--------|-------|--------|-----|------------|-------------|-----|-------------------------------------|
|        | 1739-437-211-00 | PNEU AV. AGRAIRES     |          | 254.90 | 15.99  | 20.00 | 305.88 | 2   | 428.28     | 513.94      |     |                                     |
|        |                 | AR. AGRAIRES          |          | 350.50 | 16.00  | 20.00 | 420.60 | 2   | 588.84     | 706.61      |     |                                     |
|        |                 | BRE A AIR 26X12.00-12 |          | 24.06  | 0.00   | 20.00 | 28.87  | 2   | 48.12      | 57.74       |     | <input checked="" type="checkbox"/> |
|        |                 | IBRE A AIR 18X8.50-8  |          | 9.62   | 0.00   | 20.00 | 11.54  | 2   | 19.24      | 23.09       |     | <input type="checkbox"/>            |

Statut dropdown menu:

- Devis à faire
- Devis à valider KEVIN
- Devis envoyé - attente validation
- Devis refusé / recyclage ou récup.
- Sans Nouvelles
- Ne répare pas, en attente d'enl.
- A Faire sur place
- Express
- Retour Atelier
- A récupérer
- En DDR
- En attente pièces
- Pieces recues
- A faire
- Anomalie - A Corriger
- En cours
- A faire PRO
- Pièce Montée
- Terminé - au contrôle
- Terminé - a facturer
- Facturé

Stock disponible: -2

Intitulé Prix Quantité Remise

|               |            |              |         |            |
|---------------|------------|--------------|---------|------------|
| Total         | 1 301.38 € | Dossier      | Pointé  | Document   |
| Facturé       | 0.00 €     | Total HT     | 48.12 € | 1 084.48 € |
| Règlé         | 0.00 €     | Total TVA    | 9.62 €  | 216.90 €   |
| Solde facturé | 0.00 €     | Total TTC    | 57.74 € | 1 301.38 € |
| Solde dossier | 1 301.38 € | Taxes suppl. | 0.00 €  | 0.00 €     |

Une fois la DDR validée, la colonne DDR fait apparaître un nouvel icône qui vous indique le numéro de commande fournisseur, le nom du fournisseur, le collaborateur qui a créé cette DDR ainsi que la date de livraison prévue par le fournisseur.

| Qte | Montant HT | Montant TTC | DDR | Emplacement |
|-----|------------|-------------|-----|-------------|
| 2   | 428.28     | 513.94      |     |             |
| 2   | 588.84     | 706.61      |     |             |

401006 - ISEKI FRANCE  
DM-Gae-1-04/03  
GAELLE - DREAU  
Livraison : 03/04/2025  
En attente pièces

Sur la gauche, au niveau du statut de la ligne, vous voyez que cette pièce est en attente de réception.

Notes personnelles

### 3. Réceptionner une commande fournisseur

Vous pouvez faire vos réceptions de deux manières différentes, soit avec l'intranet dans la fonction « SCAN DOCUMENT » soit avec l'application IPHONE/Android avec la fonctionnalité

« RECEPTION ». Idéalement, une réception doit se faire à la douchette afin d'éviter les erreurs de saisie.

### Réceptionner avec l'intranet

Vous pouvez aller dans le module SCAN DOCUMENT qui vous permet d'afficher la liste des commandes fournisseur en cours.

| Type         | N° Pièce | Préfixe | Référence externe | Statut           | Date       | Fournisseur | Adresse      | Dépôt      | Montant HT | Montant TTC | Date livraison | Payé               | Édition            | Action Collaboratu |
|--------------|----------|---------|-------------------|------------------|------------|-------------|--------------|------------|------------|-------------|----------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Bon de co... | CLM25291 |         | ROUSSE            | 1 - En cours     | 08/04/2025 |             | JUNET C...   |            | 33.25      | 39.90       | 08/04/2025     | Non payé (39.90)   | Imprimé Déjà livré | pierre JU...       |
| Bon de co... | CLM25289 |         | DUBESSY ...       | 3 - ar_confir... | 07/04/2025 |             | JUNET C...   |            | 51.84      | 62.21       | 22/04/2025     | Non payé (62.21)   | Imprimé Ouvert     | CHRISTIN...        |
| Bon de co... | CLM25288 |         | PRO HABI...       | 2 - Envoyé       | 07/04/2025 |             | JUNET C...   |            | 512.70     | 615.24      | 10/04/2025     | Non payé (615.24)  | Imprimé Ouvert     | CHRISTIN...        |
| Bon de co... | CLM25287 |         | GUIARD A...       | 2 - Envoyé       | 05/04/2025 |             | JUNET C...   |            | 157.56     | 189.07      | 30/04/2025     | Non payé (189.07)  | Imprimé Ouvert     | CHRISTIN...        |
| Bon de co... | CLM25279 |         | FOUGERA...        | 3 - ar_confir... | 03/04/2025 |             | JUNET C...   |            | 73.44      | 73.44       | 08/04/2025     | Non payé (73.44)   | Imprimé Déjà livré | CHRISTIN...        |
| Bon de co... | CLM25278 |         | DUBOST ...        | 3 - ar_confir... | 02/04/2025 |             | JUNET C...   |            | 65.61      | 78.73       | 04/04/2025     | Non payé (78.73)   | Imprimé Ouvert     | CHRISTIN...        |
| Bon de co... | CLM25275 |         | CABALLE...        | 3 - ar_confir... | 02/04/2025 |             | JUNET C...   |            | 56.55      | 56.55       | 11/04/2025     | Non payé (56.55)   | Imprimé 1ère sou   | CHRISTIN...        |
| Bon de co... | CLM25274 |         | ACTUEL R...       | 3 - ar_confir... | 02/04/2025 |             | JUNET C...   |            | 155.24     | 186.29      | 04/04/2025     | Non payé (186.29)  | Imprimé Déjà livré | CHRISTIN...        |
| Bon de co... | CLM25273 |         | LELARD/L...       | 3 - ar_confir... | 02/04/2025 |             | JUNET C...   |            | 1786.88    | 2144.26     | 07/04/2025     | Non payé (2144.26) | Imprimé Déjà livré | CHRISTIN...        |
| Bon de co... | 25277    |         | COMBIER ...       | 3 - ar_confir... | 02/04/2025 |             | 69210 - É... | JUNET C... | 196.02     | 235.22      | 24/04/2025     | Non payé (235.22)  | Imprimé 1ère sou   | CHRISTIN...        |
| Bon de co... | CLM25272 |         | MONTVE...         | 3 - ar_confir... | 01/04/2025 |             | JUNET C...   |            | 229.32     | 275.18      | 04/04/2025     | Non payé (275.18)  | Imprimé Ouvert     | CHRISTIN...        |

Une fois la commande fournisseur trouvée, vous cliquez sur le dossier ouvert pour ouvrir le document, vous arrivez sur l'écran ci-dessous :

| Stock                                       | Article | Désignation      | Ref Four | Qte cde | Qte livrée | qte vente | PU HT | Remise cascade | Remise | Montant HT | Justification | Unité | DDR | Poids | DL_PrixRU | Emplacement | Des. Four.       | Unit. |
|---|---------|------------------|----------|---------|------------|-----------|-------|----------------|--------|------------|---------------|-------|-----|-------|-----------|-------------|------------------|-------|
|   | DIVCAR  | EPOFOND ARH 10KG | 170644   | 3       | 0          | 3         |       |                | 0.00   |            |               | M2    |     | 3.000 |           |             | EPOFOND ARH 10KG |       |
| MERCI D APPLIQUER LES TARIFS VU AVEC THOMAS |         |                  |          |         |            |           |       |                |        |            |               |       |     |       |           |             |                  |       |

| Cond. | Qte Cond. | [F3] Qté | [F4] Remise | [F5] Prix HT | Total  | Déjà payé | Pointé   | Document |
|-------|-----------|----------|-------------|--------------|--------|-----------|----------|----------|
|       |           |          |             |              | 0.00 € | 0.00 €    | 512.70 € |          |
|       |           |          |             |              | 0.00 € | 0.00 €    | 102.54 € |          |
|       |           |          |             |              | 0.00 € | 0.00 €    | 615.24 € |          |
|       |           |          |             |              |        |           | 0.00 €   |          |

Vous ne pouvez pas faire votre réception tant que le statut du document n'est pas au statut le plus élevé (Validé)

|                      |  |
|----------------------|--|
| <b>Statut</b>        | <input checked="" type="checkbox"/> Envoyé             |
| <b>Collaborateur</b> | <input checked="" type="checkbox"/> En cours           |
| <b>Affaire</b>       | <input checked="" type="checkbox"/> Envoyé             |
| <b>Cat.comp.</b>     | <input checked="" type="checkbox"/> ar_confirmé        |
|                      | <input checked="" type="checkbox"/> Enlèvement demandé |
|                      | <input type="checkbox"/> Validé                        |

Lorsque le statut est Validé, alors un bouton transformer vous permet de transformer une commande. Vous arrivez sur l'écran ci-dessous

La réception est une phase cruciale pour votre cohérence comptable et informatique. Il est essentiel de bien respecter la procédure suivante :

- On saisi dans le champ Numéro de BL fournisseur, le numéro que vous devez trouver sur le document qui accompagne la livraison de votre fournisseur. Ainsi la comptabilité pourra retrouver facilement votre réception et la rapprocher de la facture.
- La quantité comptée doit être celle que vous comptez, quelle que soit la quantité commandée ( si supérieure alors SUR LIVRAISON, si inférieure alors RELIQUAT)
- La quantité BL doit être celle qui figure sur le BL du fournisseur, même si ce n'est pas celle que vous comptez !
- **Le champ Empl.DDR vous permet de saisir un emplacement lors de votre réception fournisseur. Cet emplacement sera automatiquement reporté sur le document de vente client si la ligne est issue d'une DDR. Ainsi vous pourrez facilement savoir ou vous avez mis la marchandise de votre client.**

Prenons un exemple, vous avez commandé 10, le BL indique 8, vous en comptez 7, car le huitième est cassé. Donc les quantités seront les suivantes :

- Quantité commandée : 10
  - Quantite comptée : 7
  - Quantité BL : 8
- ⇒ Reliquat constaté de 1 que vous pourrez conserver ou solder
- ⇒ Incident de 1 entre la Qte comptée et la Qte BL, vous pouvez saisir un commentaire « Cassé »
- ⇒ **ADVANCE va créer deux réceptions, une pour 8 qui permettra de réaliser un contrôle facture cohérent avec la facture fournisseur, et une réception négative de -1 de type INCIDENT qui vous permettra d'envoyer une demande d'avoir à votre fournisseur.**

Notes personnelles

*Réception fournisseur depuis application mobile*

Depuis l'intranet tout d'abord créer le bon de commande fournisseur, y renseigner le fournisseur

Une fois le document crée, y renseigner les articles / quantités

Actual - Bon de commande N° BC499000000 en date du: 09/07/2024 à 18:23:52 - Evenementiel - (VM: 800.007 HT: 100.00) - Mardi 09 Juillet 2024 - 18:58:13

Quitter Evenementiel TEST JULIEN312 - TEST JULIEN FOURNISS - Cae: STGB FVJAE LUPO - Référentiel Mail / SMS Annuler Règlement Transformer Imprimer

| Stock | Article      | Désignation       | Gammes | Ref Four | Nb Col | Qte | N° série | PU HT    | Remise cascade | Remise | Prix devise | PU NET HT | Montant HT    | Justification | DDR | Dépôt | DL_PrixRU      |        |
|-------|--------------|-------------------|--------|----------|--------|-----|----------|----------|----------------|--------|-------------|-----------|---------------|---------------|-----|-------|----------------|--------|
|       | 9009826      | Iphone 15         | -      |          | 0      | 1   |          | 800.0000 |                | 0.00   |             | 800.0000  | <b>800.00</b> |               |     |       | Evenementiel - | 0.0000 |
|       | 900982802010 | Iphone 12 Pro Max | -      |          | 0      | 1   |          | 0.0000   |                | 0.00   |             | 0.0000    | <b>0.00</b>   |               |     |       | Evenementiel - | 0.0000 |

[F1] Scan 2 Stock disponible: -6 Référentiel uniquement Stock à date: 6

[F2] Désignation [F2] Désignation

Cond. Qte Cond. [F3] Qté [F4] Remise [F5] Prix HT  
Qte Cond. [F3] Quat [F4] Rem [F5] Prix

|             |          |        |                 |
|-------------|----------|--------|-----------------|
| France      | 0        | Pointé | Document        |
| Total HT    | 0.00 €   |        | <b>800.00 €</b> |
| Total TVA   | 0.00 €   |        | <b>0.00 €</b>   |
| Total TTC   | 0.00 €   |        | <b>800.00 €</b> |
| Net à payer | 800.00 € |        | <b>800.00 €</b> |

Se rendre ensuite sur l'application mobile dans le module Reception, et chercher le fournisseur correspondant

16:27

98%



# Réception



TEST JULIEN FOURNISS (TEST\_JULI 



Recherche



- BCF990000206** 09/07/2024 16:23  
TEST JULIEN FOURNISS (TEST\_JULIEN312)  
**Comptage : 0 / 2** 800,00 €
- BCF990000197** 25/10/2023 10:52  
TEST JULIEN FOURNISS (TEST\_JULIEN312)  
**Comptage : 0 / 4** 36,00 €

Scan bon de commande



Sélectionner le bon de commande souhaité

16:28

98

< Réception



+1



BCF990000206

TEST JULIEN FOURNISS (TEST\_JULIEN312)



9009826

Iphone 15

EAN : 321398748297

Ref.com :

Ref.fourn :

PV : 1500,00 € PA : 800,00 €

Magasin destination Qté BC Qté Comptée Qté BL

Evenementiel 1 0 0



900982802010

Iphone 12 Pro Max

EAN :

Ref.com :

Ref.fourn :

PV : 1000,00 € PA : 0,00 €

Magasin destination Qté BC Qté Comptée Qté BL

Evenementiel 1 0 0

Scan article



Reste à scanner



Articles scannés



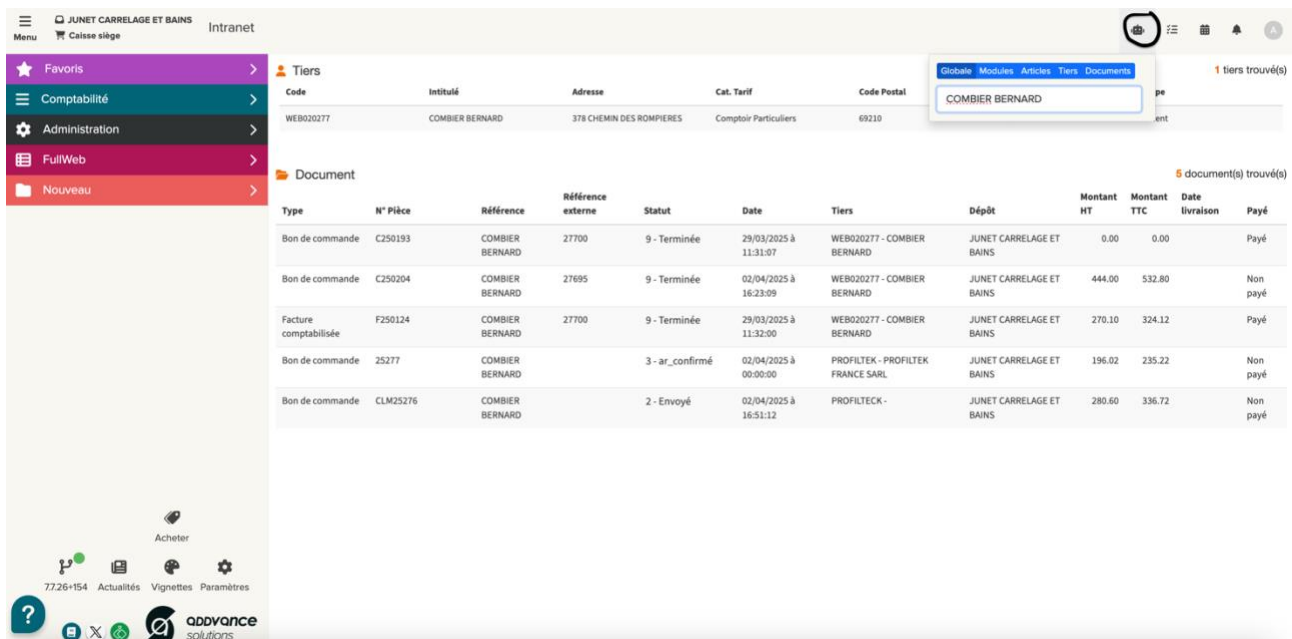
Dans cette vue, vous allez soit pouvoir scanner les articles à la voler, soit rentrer directement les quantités manuellement en appuyant sur l'article. Lorsque la saisie sera terminée, il ne vous restera plus qu'à clôturer la demande en appuyant sur la flèche en haut à droite directement depuis l'application.

Notes personnelles

### V) Renseigner et informer ses clients

Nous allons décrire ici un cheminement logique pour renseigner un client sur l'avancement de sa commande, en utilisant des fonctions importantes d'ADVANCE.

- 1) Le plus simple pour répondre à un client est d'appeler notre moteur de recherche HAL et de lui taper le nom de votre client, comme nous le faisons ci-dessous



The screenshot shows the ADVANCE software interface. On the left is a navigation menu with options like 'Favoris', 'Comptabilité', 'Administration', 'FullWeb', and 'Nouveau'. The main area is titled 'Intranet' and shows a search for 'COMBIER BERNARD' in the 'Tiers' section. The search results show a list of documents for this client, including orders and invoices.

| Type                  | N° Pièce | Référence       | Référence externe | Statut          | Date                  | Tiers                             | Dépôt                    | Montant HT | Montant TTC | Date livraison | Payé     |
|-----------------------|----------|-----------------|-------------------|-----------------|-----------------------|-----------------------------------|--------------------------|------------|-------------|----------------|----------|
| Bon de commande       | C250193  | COMBIER BERNARD | 27700             | 9 - Terminée    | 29/03/2025 à 11:31:07 | WEB020277 - COMBIER BERNARD       | JUNET CARRELAGE ET BAINS | 0.00       | 0.00        |                | Payé     |
| Bon de commande       | C250204  | COMBIER BERNARD | 27695             | 9 - Terminée    | 02/04/2025 à 16:23:09 | WEB020277 - COMBIER BERNARD       | JUNET CARRELAGE ET BAINS | 444.00     | 532.80      |                | Non payé |
| Facture comptabilisée | F250124  | COMBIER BERNARD | 27700             | 9 - Terminée    | 29/03/2025 à 11:32:00 | WEB020277 - COMBIER BERNARD       | JUNET CARRELAGE ET BAINS | 270.10     | 324.12      |                | Payé     |
| Bon de commande       | 25277    | COMBIER BERNARD |                   | 3 - ar_confirmé | 02/04/2025 à 00:00:00 | PROFILTEK - PROFILTEK FRANCE SARL | JUNET CARRELAGE ET BAINS | 196.02     | 235.22      |                | Non payé |
| Bon de commande       | CLM25276 | COMBIER BERNARD |                   | 2 - Envoyé      | 02/04/2025 à 16:51:12 | PROFILTECK -                      | JUNET CARRELAGE ET BAINS | 280.60     | 336.72      |                | Non payé |

HAL nous répond en nous donnant tout ce qui correspond à notre demande :

- La liste des clients qui contiennent la chaîne saisie
- La liste des documents qui contiennent la chaîne saisie
- La liste des Articles qui contiennent la chaîne saisie

Dans notre cas, nous souhaitons ouvrir la deuxième commande, il suffit de cliquer dessus pour arriver dans le corps de la commande client

Statut: Validé | Livraison: 30/04/2025 | Référence: COMBIER BERNARD

Collaborateur: CHRISTINE LAGARDE (christine) | Caisse: 999 - Caisse siège | Référence Externe: 27695

Livraison: COMBIER BERNARD - 378 CHE | Affaire: Aucune | Dépôt: 1 - JUNET CARRELAGE ET BAINS

Cat.tarif: Comptoir Particuliers | Cat.comp.: Ventes France | Expedition: GE TRANS /

| Stock | Article   | Ref. com. | Désignation   | Qté Unit. | Qté Vte | PU HT | Remise | PU NET HT | PU TTC | Montant HT | Qté com. | Montant TTC | Justification | DDR   | Poids | Remise cascade | Prix de reviens | Emplacement | Des. Four.  |
|-------|---|-----------|---|-----------|---------|-------|--------|-----------|--------|------------|----------|-------------|---------------|-------|-------|----------------|-----------------|-------------|---|
|       |   |           | PAROI 1180X1950 MMM ***** PROFILE A DROITE COLORIS ARGENT MAT |           |         |       |        |           |        |            |          |             |               |       |       |                |                 |             |   |
|       | OV -2000 PAROI 118.5X195 TRANSPARENTE PROFILE ARGENT A DROITE |           |   | 1         | P       | 1     |        |           |        |            |          |             |               | 1.000 |       |                |                 |             | OV -2000 PAROI 118.5X195 TRANSPARENTE PROFILE ARGENT A DROITE |
|       | Sous-total  |           |   | 1         |         |       |        |           |        |            |          |             |               |       |       |                |                 |             |   |
|       |   |           | REMISE PRINTEMPS PROLOGEE JUSQU'AU 05 AVRIL 2025              |           |         |       |        |           |        |            |          |             |               |       |       |                |                 |             |   |

[F1] Scan | Référentiel uniquement | 0 | Acompte payé le 02/04/2025 pour 270.00€ en Carte bancaire

[F2] Désignation | Dossier | Pointé | Document

Cond. | Qte Cond. | [F3] Qté | [F4] Remise | [F5] Prix HT

Total Facturé | Régulé | Solde facturé | Solde dossier

En passant la souris sur le champ DDR vous obtenez directement la date de livraison fournisseur. Vous pouvez donc répondre rapidement à votre client en lui indiquant cette date. Il est donc essentiel que cette date de livraison fournisseur soit bien renseigné dans la commande fournisseur lorsque vous recevez son AR de commande. Voici ci-dessous l'endroit où vous devez la saisir :

Statut: Validé | Livraison: 24/04/2025 | Référence: COMBIER BERNARD

Collaborateur: En cours | Caisse: 999 - Caisse siège | Référence Externe: Référence externe

Affaire: ar\_confirmé | Dépôt: 1 - JUNET CARRELAGE ET BAINS

Cat.comp.: Enlèvement demandé | Expedition: GE TRANS /

| Stock | Article   | Désignation   | Ref Four   | Qté cde | Qté livrée | qté vente | PU HT | Remise cascade | Remise | Montant HT | Justification | Unité | DDR   | Poids | DL_PrixRU | Emplacement | Des. Four.  | Unit. |
|-------|---|---|--|---------|------------|-----------|-------|----------------|--------|------------|---------------|-------|-------|-------|-----------|-------------|---|-------|
|       |   | PAROI 1180X1950 MMM ***** PROFILE A DROITE COLORIS ARGENT MAT |  |         |            |           |       |                |        |            |               |       |       |       |           |             |   |       |
|       | OV -2000 PAROI 118.5X195 TRANSPARENTE PROFILE ARGENT A DROITE |   | OV-2000  | 1       | 0          | 1         |       |                |        |            |               | UN    | 1.000 | 0.00  |           |             | OV -2000 PAROI 118.5X195 TRANSPARENTE PROFILE ARGENT A DROITE |       |
|       | Sous-total  |   |  |         |            |           |       |                |        |            |               |       |       |       |           |             |   |       |
|       |   |   | REMISE PRINTEMPS PROLOGEE JUSQU'AU 05 AVRIL 2025 |         |            |           |       |                |        |            |               |       |       |       |           |             |   |       |

Lorsque vous aurez reçu la marchandise de votre client, en faisant la réception comme nous l'avons vu dans la rubrique réception, vous pouvez avertir votre client que sa commande est arrivée.

- 1) Assurez-vous bien que toutes les lignes de sa commande sont arrivées (colonne DDR en vert)
- 2) Cliquez sur le bouton MAIL/SMS pour envoyer un SMS ou un mail à votre client. Un SMS est souvent plus efficace dans ce cadre là.

## Envoi Mail/SMS



SMS



### Numéro

[Redacted]

### Modèle SMS

Marchandise reçue



### Texte

Bonjour,  
Nous avons bien reçu votre marchandise, vous pouvez venir la récupérer quand vous le souhaitez  
La team [Redacted]

Fermer

Envoyer

Notes personnelles