

La visite mystère du rayon multimédia de Maison Lumen

L'enseigne coopérative à laquelle adhère Maison Lumen fait réaliser chaque trimestre une visite mystère : un enquêteur se présente comme client et note la prestation sur une grille de 100 points (document 1). L'objectif fixé aux magasins est de 75 points.

Document 1 : grille de la visite mystère (troisième trimestre 2026)

Critère	Points possibles	Points obtenus
Accueil (délai, sourire, salutation)	15	12
Découverte des besoins (questions, écoute, reformulation)	25	13
Argumentation adaptée et démonstration	25	18

Critère	Points possibles	Points obtenus
Proposition des services (livraison, installation, garantie, financement)	15	6
Conclusion et prise de congé	20	15
Total	100	à calculer

Annexe 1 (pourcentages à une décimale, note sur 20 à une décimale)

Question	Réponse
Score global obtenu (sur 100)	_____
Taux de réussite de la découverte des besoins (%)	_____

Taux de réussite de la proposition des services (%)	_____
Note de la visite sur 20	_____
Points manquants pour atteindre l'objectif de 75	_____
Score si la découverte atteint 20 sur 25 et les services 12 sur 15, le reste inchangé	_____

Questions d'analyse

La formation prioritaire pour l'équipe porte sur :

- ☐ La découverte des besoins et la proposition systématique des services
- ☐ L'accueil
- ☐ La prise de congé

Une découverte bâclée pénalise surtout :

- ☐ L'argumentation, qui ne peut pas s'appuyer sur les besoins et motivations réels du client
- ☐ L'accueil
- ☐ Le délai de livraison