

Titre principal

Les CGV/CGU : Bâtir la confiance avec vos clients.

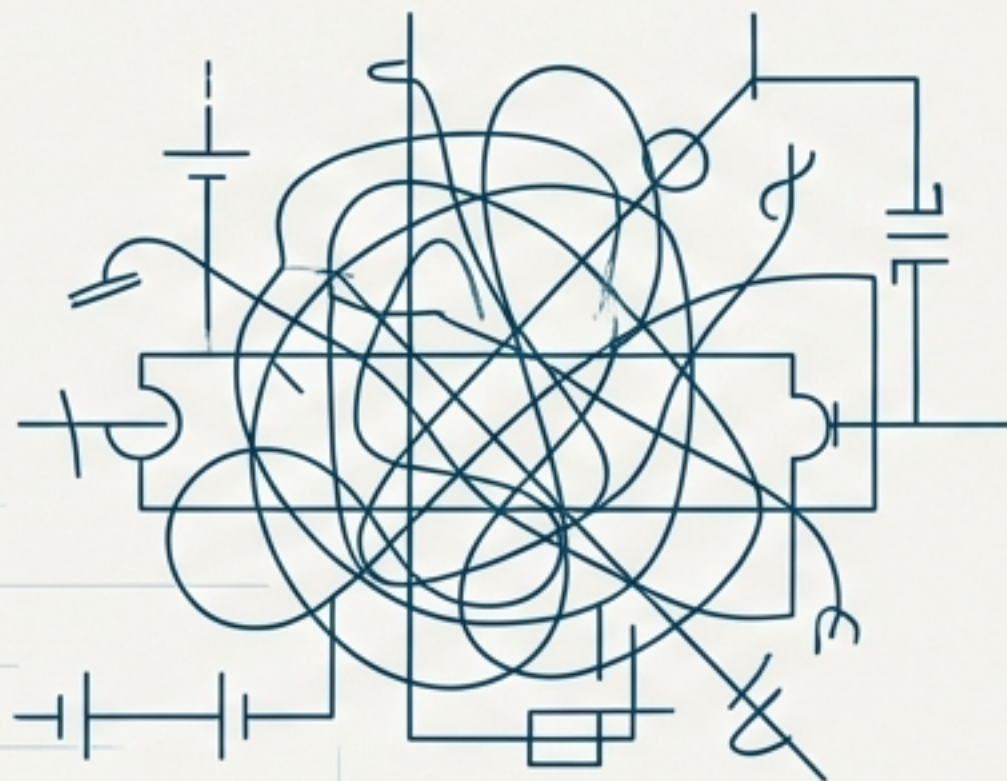
Sous-titre

Votre guide pratique pour
maîtriser l'essentiel et réussir.

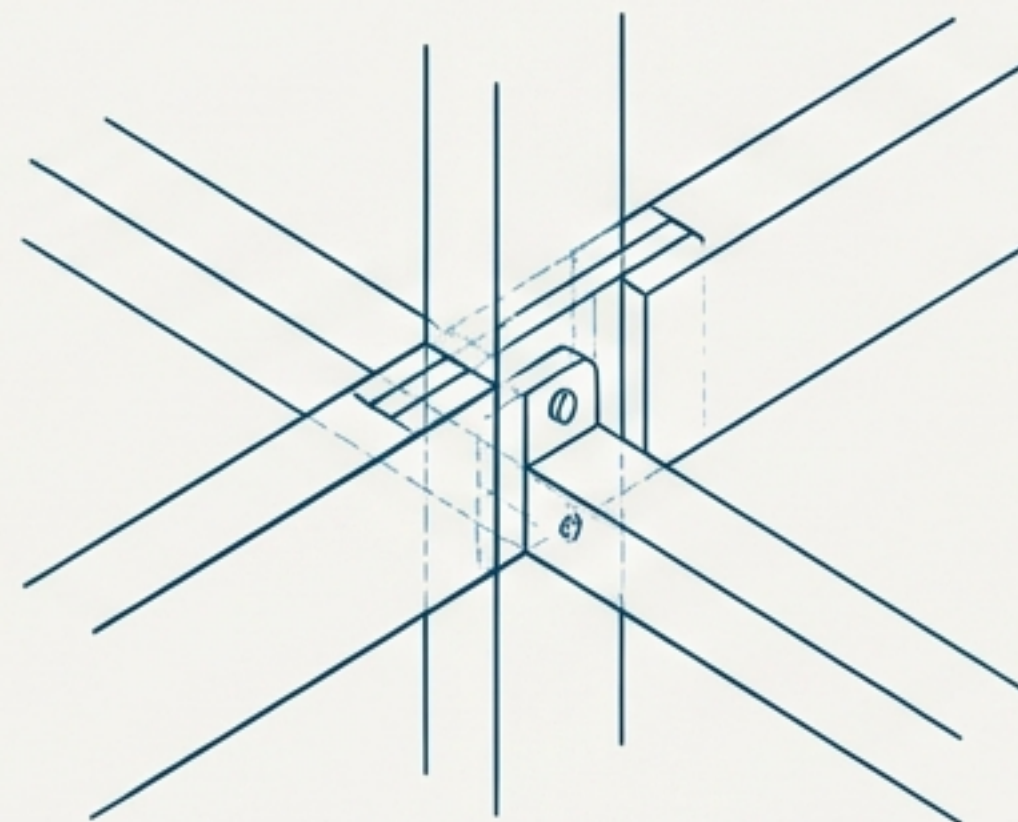


Le jargon juridique vous fait peur ?

On est passés par là aussi. Ces termes peuvent sembler complexes and intimidants au premier abord.

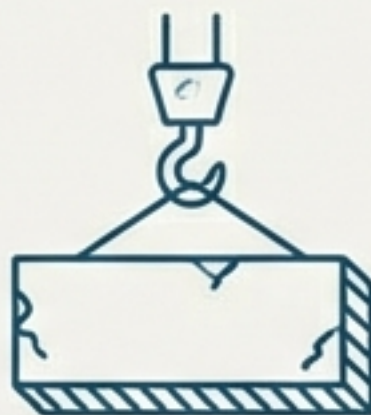


Pas de panique. Voyez ça différemment : les CGV/CGU sont tout simplement le **mode d'emploi de votre collaboration avec un client**.



Note du mentor C'est le document qui explique les règles du jeu, les garanties et quoi faire en cas de problème. Une fois qu'on a compris ça, tout devient plus clair.

La première pierre : Vente ou Service ?



CGV

Conditions Générales de Vente

Pour la vente de **biens**.



CGU

Conditions Générales d'Utilisation

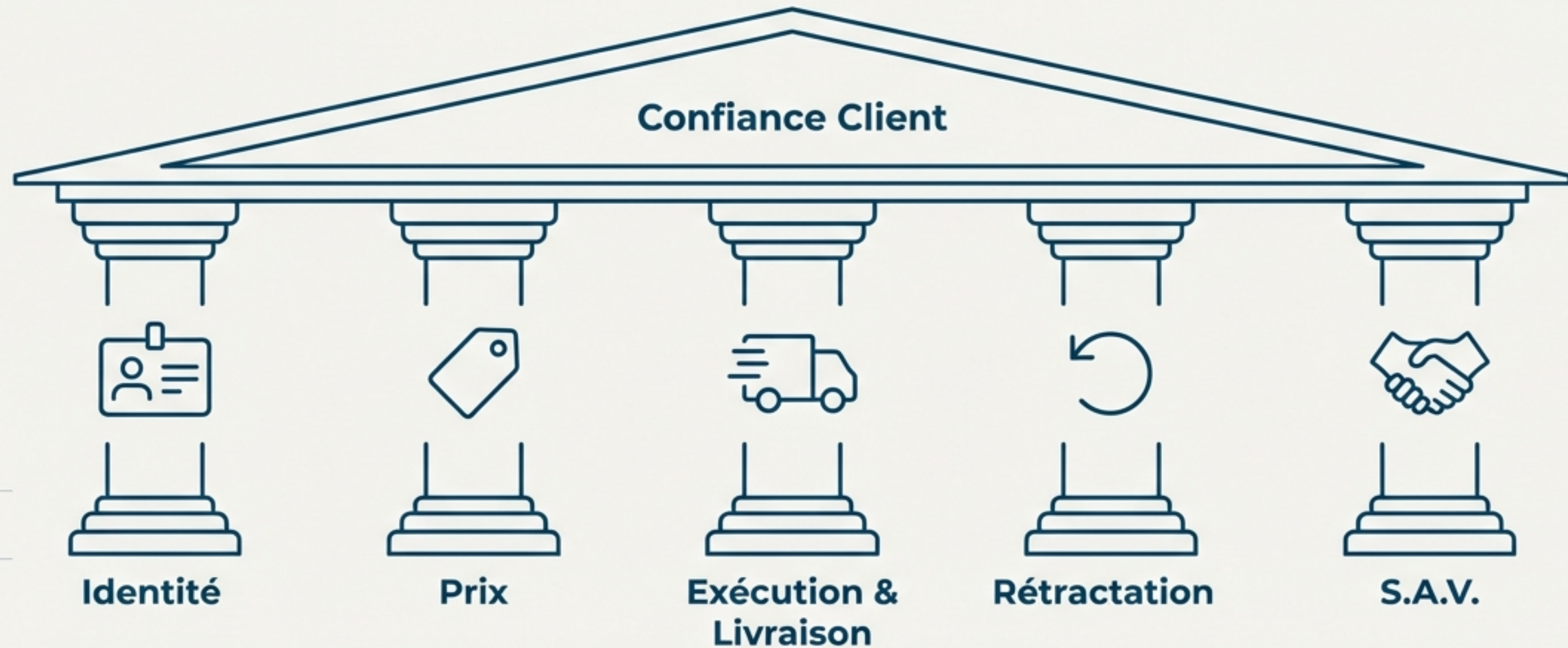
Pour la fourniture de **services**.



La question est simple : votre entreprise vend un produit tangible ou propose une prestation ?

Les 5 piliers de CGV solides pour vos clients (B2C)

Je sais que lister des mentions obligatoires peut sembler rébarbatif. Pour vous aider, pensez à ces 5 éléments comme les piliers qui soutiennent une relation client transparente et solide.



Retenez simplement : **Identité, Prix, Livraison, Rétractation et SAV.**

Piliers 1 & 2 : Qui êtes-vous et combien ça coûte ?



Pilier n°1 - L'Identité

Qui êtes-vous ?

Votre client doit savoir qui vous êtes. C'est la base. Mentionnez toujours :



Nom de l'entreprise



Adresse du siège social



Numéro SIRET

La confiance commence ici. Un client qui ne sait pas à qui il achète est un client qui n'achètera pas.



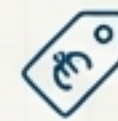
Pilier n°2 - Le Prix

Combien ça coûte ?

La clarté est votre meilleure alliée. Indiquez précisément :



Les caractéristiques essentielles du bien



Le prix Toutes Taxes Comprises (TTC)



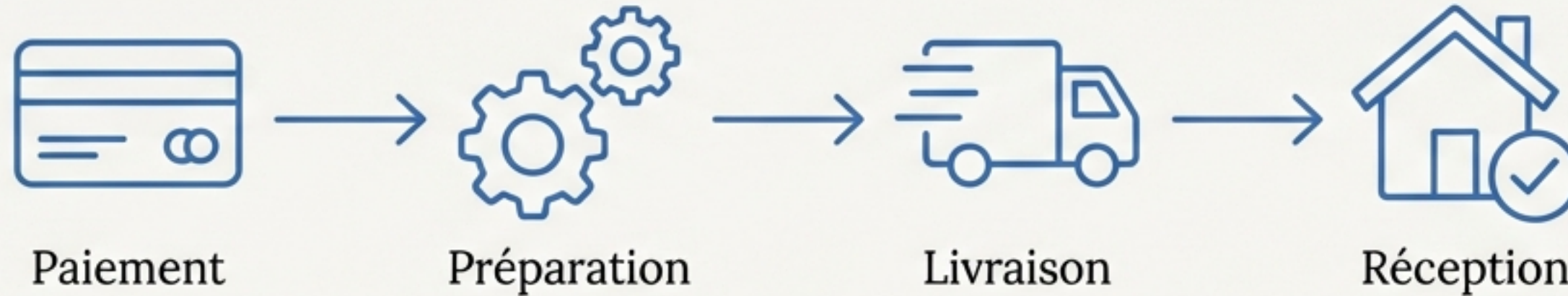
Les frais de livraison

La transparence sur les prix évite 90% des malentendus et des litiges.

Pilier 3 : Comment et quand le client reçoit-il son bien ?

L'Exécution du Contrat

La promesse



C'est ici que vous décrivez le déroulement concret de la transaction. Soyez le plus précis possible sur :

- ✓ Le délai de livraison
- ✓ Les modalités de paiement
- ✓ Les garanties légales (conformité, vices cachés)

*C'est la promesse que vous faites à votre client. Mieux elle est définie, plus la relation sera saine.
Ne laissez aucune place au doute.*

Pilier 4 : Le filet de sécurité du client, le droit de rétractation

C'est un point non-négociable en e-commerce et en vente à distance. Il rassure le consommateur et est obligatoire.



14 jours pour changer d'avis.

Exemple concret

Par exemple, tout site e-commerce doit non seulement afficher clairement ce délai, mais aussi **fournir un formulaire type** que le client peut utiliser pour se rétracter. C'est une obligation.



Note du mentor : En affichant cette règle clairement, vous ne faites pas que respecter la loi : vous montrez à votre client que vous respectez son choix.

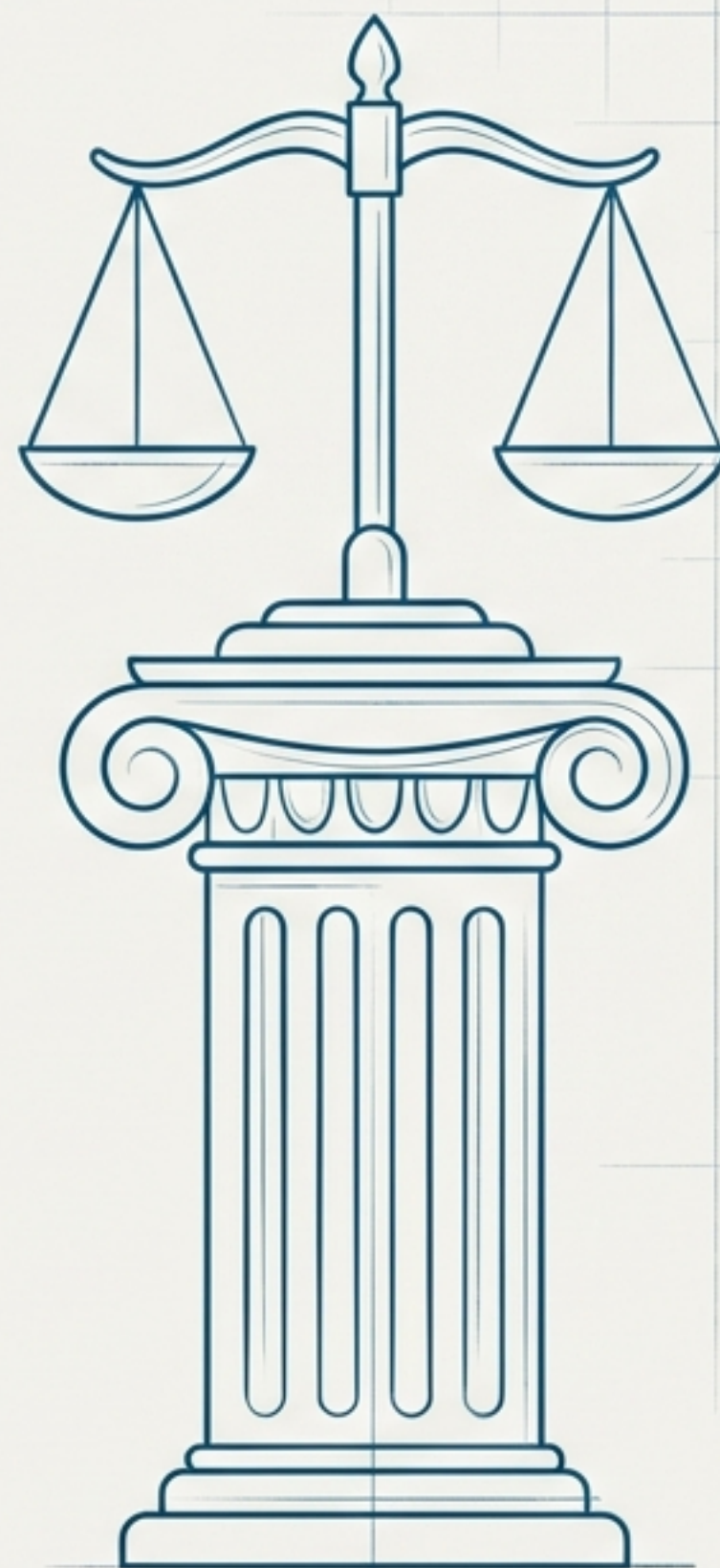
Pourquoi c'est si important ? Une histoire de tribunal.

Ce n'est pas une règle inventée au hasard. En 2014, la Cour de justice de l'Union européenne a rendu un arrêt majeur (affaires C-359/11 et C-400/11) qui a renforcé cette protection.

Ce que ça a changé :

Cette décision a gravé dans le marbre l'obligation pour les professionnels d'informer les consommateurs de manière **extrêmement claire** sur leur droit de rétractation et de leur faciliter la tâche avec un formulaire.

Note du mentor : Cette jurisprudence protège les consommateurs, mais elle vous protège aussi en clarifiant les règles du jeu pour tout le monde. C'est un cadre juste et équilibré.

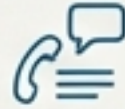


Pilier 5 : Et s'il y a un problème ? Le service après-vente

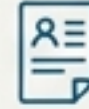
La relation ne s'arrête pas à la livraison. Que se passe-t-il si votre client a une réclamation ?



problème



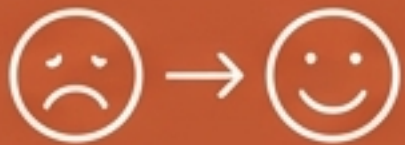
Les coordonnées du
service de
réclamation.



L'information sur le
recours possible à un
médiateur de la
consommation.



solution



Note du mentor : Ne voyez jamais le SAV comme une contrainte. Une bonne gestion des problèmes transforme un client mécontent en un client fidèle à vie. C'est une opportunité en or.

Le plan en action : 3 exemples concrets

Vinted (Plateforme)



Pour une plateforme comme Vinted, les CGU sont le cœur du réacteur : elles définissent les commissions, les règles de mise en ligne et surtout, la procédure de résolution des litiges entre membres.

Coach sportif en ligne (Service)



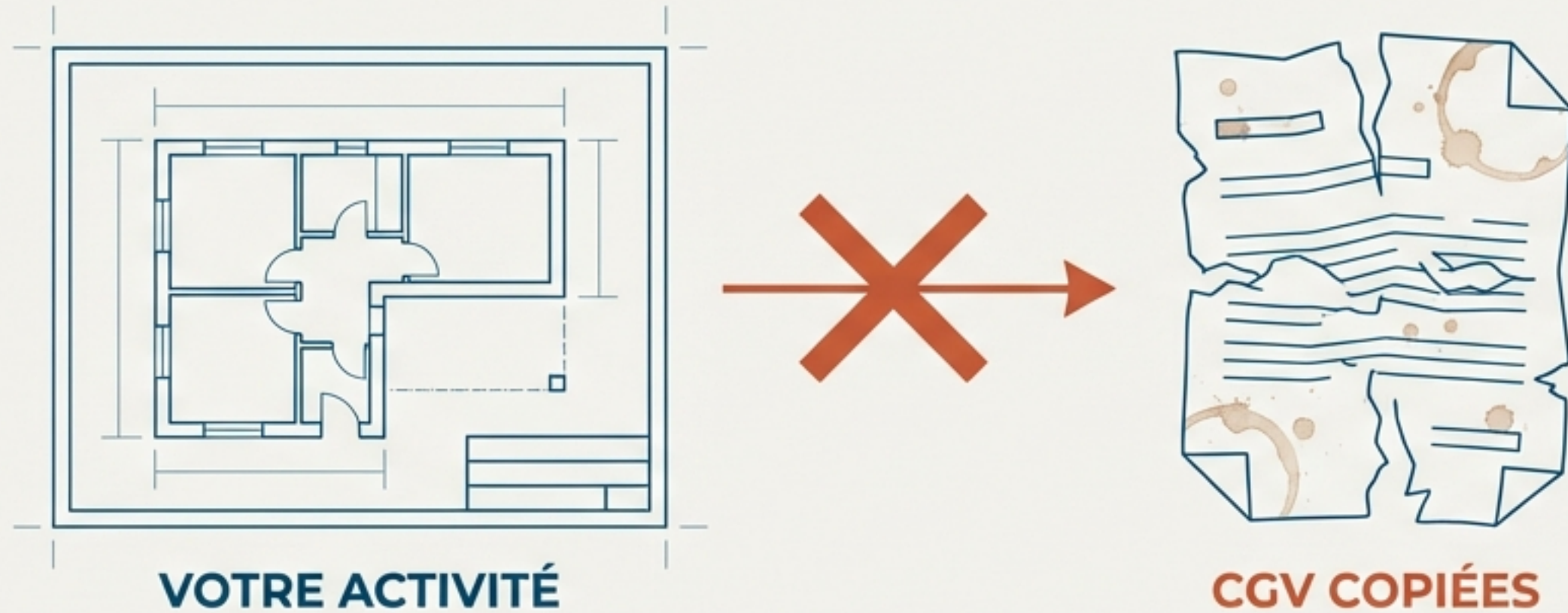
Un coach doit absolument préciser dans ses CGU les conditions d'annulation ou de report des séances. C'est essentiel pour protéger son temps et son business.

Développeur de logiciels (B2B)



En B2B, les enjeux changent. Les CGU précisent les responsabilités en cas de bug ou de perte de données. Les conséquences financières peuvent être énormes.

L'erreur de débutant à ne JAMAIS commettre



**Le copier-coller de CGV trouvées
sur un autre site internet.**

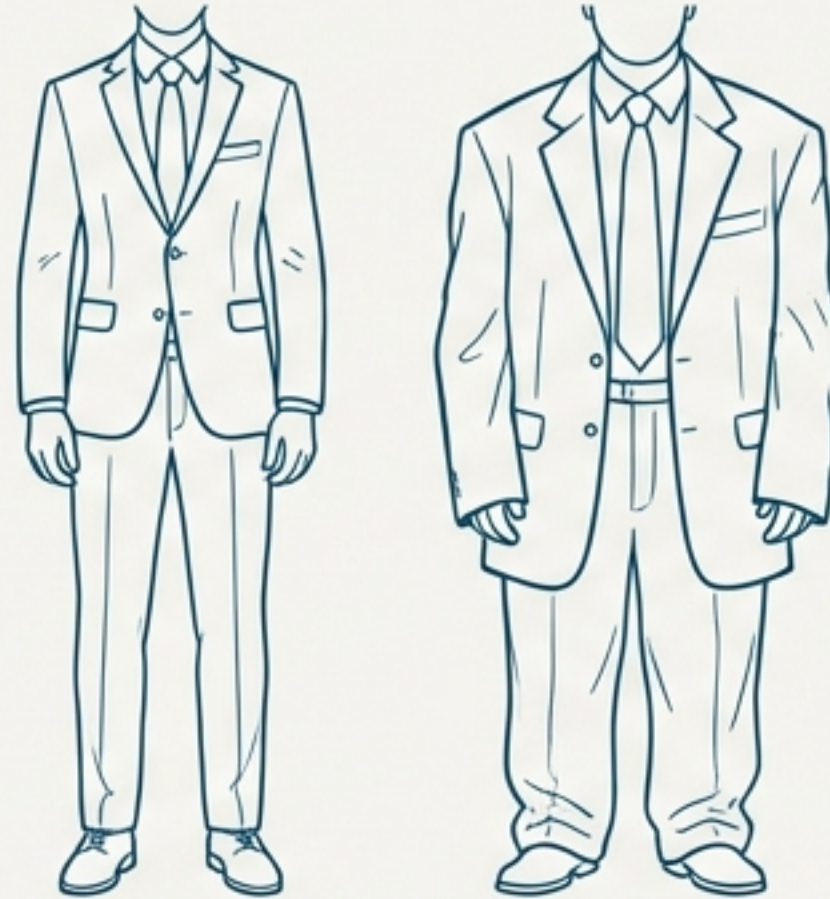
Notre conseil de pros : personnalisez, toujours

Pourquoi le copier-coller est une si mauvaise idée ?

Parce que chaque entreprise est unique.

Vos produits, vos processus de livraison, votre politique de retour... tout est spécifique.

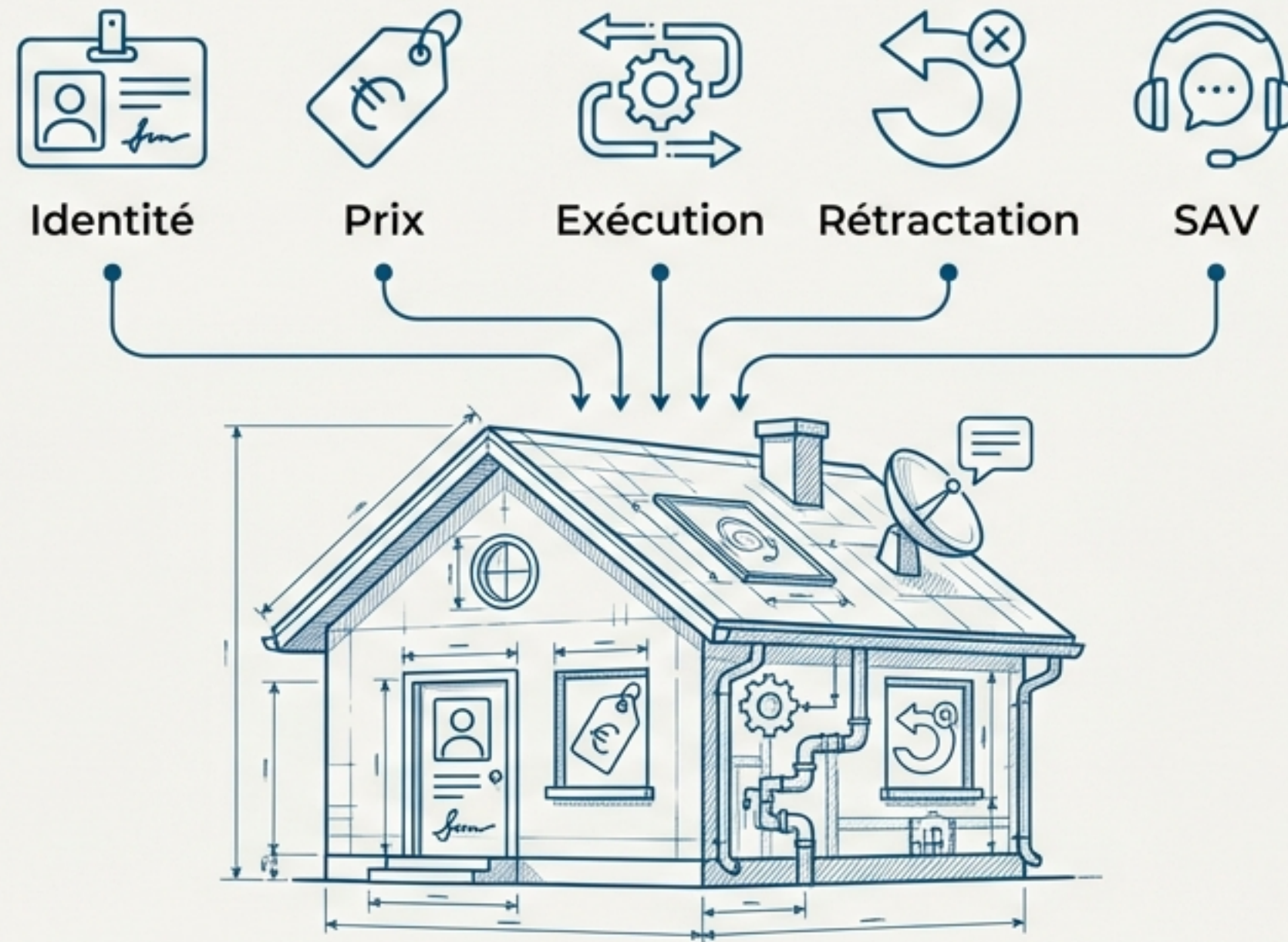
L'analogie du costume



Des CGV copiées, c'est comme un **costume mal taillé**. Ça ne protège personne et ça peut coûter très, très cher en cas de litige.

Vos CGV/CGU doivent être le reflet sur-mesure de **VOTRE** activité.

Votre plan de réussite en poche



Vous l'avez compris : des CGV/CGU claires ne sont pas une contrainte légale. C'est le fondement d'une relation client durable et la première vitrine de votre professionnalisme.

Vous avez les clés. À vous de bâtir.



Maîtriser ce sujet, ce n'est pas juste apprendre une leçon. C'est déjà vous comporter en professionnel aguerri. C'est une compétence qui fera la différence, à votre examen comme demain en entreprise.

Vous avez tout ce qu'il faut pour y arriver. Nous croyons en vous.