Le commerce

Le commerce se définit comme étant un objet de transaction, il est aussi le prolongement naturel de l’activité de production de biens et de services. Par extension, l’échange se fait entre commerçants et négociants. Certains font la vente, d’autres achètent des marchandises. Le développement d’une entreprise repose sur sa capacité de vendre ses produits et d’acheter ceux qui en manque dans le but de promouvoir son marché. Les commerçants cherchent toujours à gagner la confiance des clients et d’en attirer plus en exposant de nouveaux produits sur le marché, car ils visent à progresser la production. Par ailleurs, il faut être en mesure de faire des accords entre vendeurs et acheteurs c’est-à-dire comment négocier. Il y a aussi le côté négatif comme : produit non efficace, l’inflation et tant d’autres qui peuvent réduire le nombre de clients et provoquer un ralentissement de la vente.

 Cette notion me fascine beaucoup non pas parce que j’ai grandi au côté d’une famille commerçante mais aussi pour la prospérité économique de mon pays. Je connais la réalité dans laquelle vit mes chers compatriotes et je me suis dit que je peux contribuer tout en apportant un changement pour une vie meilleure. Ainsi, j’ai une grave ambition à embrasser ce domaine dans tous ses aspects.

 D’abord, il est très enrichissant dans mon pays et occupe une place très importante dans la vie courante. Après mes études, je me prépare à aller plus loin afin d’être reconnue et de travailler sur le marché. En effet, une grande partie de la population vit au quotidien. Le besoin est défini comme un état de manque face à ce qui est nécessaire ou ressenti. Mon plus grand objectif c’est de satisfaire les multiples besoins de l’homme.

 Je me vois déjà au sein du commerce en train d’accomplir ma tâche telle que : vendre ou d’acheter des produits dans un cadre bien déterminé. Être capable de fournir les matières premières qui vont être transformer par les consommateurs, entretenir une forte connexion avec les acheteurs afin de garantir la continuité de la clientèle. Il demeure important de garder ses clients. Il ne faut en aucun cas briser le lien existant entre le commerçant et le client si on veut que celui-ci s’avance au sommet du marché.