

**La calculatrice est autorisée**

<p><b>BEP : Vente Action Marchande</b>  <b>CAP : Vente Relation Clientèle. Dominante A</b>  <b>(Vente Conseil en point de vente spécialisé)</b></p>
---

Le sujet comporte 29 pages, foliotées de 1/29 à 29/29

Dossier	Compétences évaluées	Activités envisagées	Annexes	Points
N° 1  CAP	<b>1ère PARTIE :</b>  Contrôle de livraison	C2-1 Réceptionner les produits	1	/ 6
	<b>2ème PARTIE :</b> Mise en place d'une vitrine selon préconisations	C3-5 Participer à l'animation commerciale	2 - 3	/ 6
	<b>3ème PARTIE :</b> Vérification d'étiquetage Bon de démarque à compléter	C2-2 Contrôler l'étiquetage C2-8 Participer à la prévention de la démarque inconnue	4 - 5	/ 8
				<b>/20</b>
N° 2  BEP	<b>1ère PARTIE :</b> P2 Comparaison de logotypes Identification des facteurs d'ambiance	A2 - Identifier les composantes de l'image de marque d'un magasin Dégager les facteurs d'ambiance	6 - 7	/ 6
	<b>2ème PARTIE :</b> P1 Implantation des familles de produits	B1 - Compléter des plans détaillés C3 – Justifier une proposition	8 - 9	/ 3
	<b>3ème PARTIE :</b> P2 - E Analyse d'un publipostage Calcul du montant de l'affranchissement et choix de la solution la plus avantageuse	B2 - Suivre l'évolution de certains coûts C4 - Formuler des suggestions	10 11	/ 4 / 3
	<b>4ème PARTIE :</b> E Calcul du % de CA/familles et d'évolution du CA	B2 – B3 et C2 - Suivre l'évolution des ventes, en tirer des conclusions	12	/ 4
				<b>/20</b>

<p><b>B.E.P.</b> <b>C.A.P.</b></p>
--

Spécialité : Vente Action Marchande Dom. : A Vente Relation Clientèle  
Code Spécialité : 5131202

Durée :  
B.E.P. : 2h30  
C.A.P. : 1h30

Session  
**2000**

Épreuve : EP2 – Travaux liés à l'organisation de la distribution, à la communication et à la gestion commerciale ..... N° Sujet : 00 - 3037

Coefficient:  
B.E.P. : 4  
C.A.P. : 2

Folio  
**1 / 29**

# MAGASIN Z

Vous êtes employé(e) dans le magasin Z situé à Douai, dans le département du Nord. Ce magasin fait partie du groupe Zannier et commercialise des vêtements pour enfants.

## DOSSIER 1

### PREMIÈRE PARTIE

Vous venez de recevoir une livraison de tee-shirts de la nouvelle collection Printemps-Été 2000. Votre responsable, Madame CLEP, vous demande de vérifier la conformité de la livraison avec la commande effectuée et de lui faire part des éventuelles erreurs.

#### TRAVAIL À FAIRE :

*Comparez le bordereau d'expédition (Document 1) avec le bulletin de commande (Document 2). Signalez les éventuelles anomalies en rédigeant un mémo adressé à Madame CLEP. Pour cela, utilisez l'annexe 1.*

### DEUXIÈME PARTIE

À présent, vous êtes chargé(e) de réaliser une vitrine sur le thème de la mer. La direction des ventes vous envoie une représentation schématique de la vitrine (Annexe 2) à réaliser ainsi que les consignes à respecter (Document 3).

Votre responsable, Madame CLEP, vous fournit :

- un extrait du tableau récapitulatif des articles disponibles de la nouvelle collection (Document 4)
- les croquis de chacun de ces produits (Document 4 BIS)
- une liste d'accessoires de décoration de vitrine (Document 5).

#### TRAVAIL À FAIRE :

- 2.1. *À l'aide du document 4, sélectionnez et découpez dans le document 4 BIS les vêtements adaptés pour chaque silhouette de la vitrine avec leurs références et collez-les à leur emplacement dans l'annexe 2.*
- 2.2. *Sélectionnez dans le document 5 trois accessoires de décoration pour le podium qui soient en rapport avec le thème de la vitrine et complétez l'annexe 3.*

B.E.P.  
C.A.P.

Spécialité : Vente Action Marchande Dom. : A Vente Relation Clientèle  
Code Spécialité : 5131202

Durée :  
B.E.P. : 2h30  
C.A.P. : 1h30

Session  
**2000**

Épreuve : EP2 – Travaux liés à l'organisation de la distribution, à la communication et à la gestion commerciale  
N° Sujet : 00 - 3037

Coefficient:  
B.E.P. : 4  
C.A.P. : 2

Folio  
**2 / 29**

## TROISIÈME PARTIE

En effectuant le rangement du magasin, vous retrouvez par terre :

- un cintre et une étiquette arrachée (l'article a été volé) (Document 6),
- un gilet dont la fermeture à glissière a été cassée (étiquette figurant sur le Document 7).

Vous avez informé immédiatement votre responsable de ces anomalies. Le vol du produit vous inquiète et vous décidez de savoir de quel vêtement il s'agit. À l'aide du système de codification des produits (Document 8), vous décidez de retrouver la désignation de l'article dérobé.

### **TRAVAIL À FAIRE :**

3.1 *Étudiez le document 8, puis indiquez la désignation de l'article concerné sur l'annexe 4.*

Mme CLEP décide de baisser le prix du gilet de 30 % pour le remettre en vente dans le coin « Bonnes Affaires ». Elle vous charge de remplir le bon de démarque pour l'article volé et le gilet défectueux.

### **TRAVAIL À FAIRE :**

3.2 *Observez les documents 6 et 7, et complétez le bon de démarque sur l'annexe 5.*

B.E.P.  
C.A.P.

Spécialité : Vente Action Marchande Dom. : A Vente Relation Clientèle  
Code Spécialité : 5131202

Durée :  
B.E.P. : 2h30  
C.A.P. : 1h30

Session  
2000

Épreuve : EP2 – Travaux liés à l'organisation de la distribution, à la communication et à la gestion commerciale  
N° Sujet : 00 - 3037

Coefficient:  
B.E.P. : 4  
C.A.P. : 2

Folio  
3 / 29

## DOSSIER 2

Le groupe ZANNIER contrôle 200 magasins Z en France.

Il a décidé de rénover l'enseigne et de retravailler son image de marque : nouveau logotype, changement des facteurs d'ambiance, implantation des produits par univers... (Document 9).

Les responsables attendent beaucoup du nouveau concept, dont les résultats testés dans deux magasins dépassent largement les prévisions.

### PREMIÈRE PARTIE

Madame CLEP souhaite que vous vous familiarisiez avec ce nouveau concept. Pour cela, elle vous confie différents documents :

- l'explication du nouveau concept Z (Document 9),
- l'ancien et le nouveau logotype (Document 10),
- des explications sur le sens des logotypes (Document 11),
- la photographie d'une partie d'un magasin nouvellement aménagé (Document 12).

#### TRAVAIL À FAIRE :

- 1.1. *Lisez le document 9. À l'aide des documents 10 et 11, comparez les deux logotypes et précisez l'image recherchée par le créateur pour chacun des logos. Pour cela, complétez l'annexe 6.*
- 1.2. *Observez la photographie présentée en document 12. Dégagez 6 éléments facteurs d'ambiance qui contribuent à donner «l'image de la ville» ; pour cela, complétez l'annexe 7.*

B.E.P.  
C.A.P.

Spécialité : Vente Action Marchande Dom. : A Vente Relation Clientèle  
Code Spécialité : 5131202

Durée :  
B.E.P. : 2h30  
C.A.P. : 1h30

Session  
2000

Épreuve : EP2 – Travaux liés à l'organisation de la distribution, à la communication et à la gestion commerciale  
N° Sujet : 00 - 3037

Coefficient:  
B.E.P. : 4  
C.A.P. : 2

Folio  
4 / 29

## DEUXIÈME PARTIE

Madame CLEP vous confie le plan de son magasin, et souhaite que vous l'aidiez à organiser l'implantation des « univers » selon le nouveau concept décrit précédemment (Document 9).

### TRAVAIL À FAIRE :

- 2.1. *Identifiez en coloriant sur le plan du magasin (annexe 8) l'univers des petits (0-8 ans) en rouge, l'univers des grands (8-16 ans) en vert, et l'univers nuit en bleu. Complétez également la légende. Indiquez également la rue des petits et la rue des grands.*
- 2.2. *Faites figurer la caisse par un ovale sur l'annexe 8 à l'emplacement qui vous paraît le plus judicieux. Justifiez votre choix sur l'annexe 9.*

## TROISIÈME PARTIE

Avec la mise en place du nouveau concept Z et le nouvel aménagement du magasin, la direction souhaite envoyer aux meilleures clientes du magasin un publipostage d'information auquel elle joindra la nouvelle carte de fidélité.

Madame CLEP vous communique un exemplaire de ce publipostage (DOCUMENT 13) et vous demande de l'analyser.

### TRAVAIL À FAIRE : (sur l'annexe 10)

- 3.1 *Recherchez les avantages apportés par la carte de fidélité aux clients.*
- 3.2 *Citez 3 avantages du publipostage et de la carte de fidélité pour le magasin.*

Il faut maintenant songer aux envois de votre publipostage. Madame CLEP vous confirme que les plis envoyés se composeront d'une lettre sous enveloppe, pour un poids de 20 grammes et vous fournit le compte-rendu de la réunion qu'elle a eu avec la direction des ventes (Document 14). Vous avez à votre disposition la documentation sur l'affranchissement (Document 15).

Vous êtes chargé(e) de choisir la solution qui vous permettra de toucher le maximum de clients au moindre coût.

### TRAVAIL À FAIRE :

- 3.3 *Comparez les différentes solutions proposées et effectuez votre choix en le justifiant. Pour cela, complétez l'annexe 11.*

B.E.P.  
C.A.P.

Spécialité : Vente Action Marchande Dom. : A Vente Relation Clientèle  
Code Spécialité : 5131202

Durée :  
B.E.P. : 2h30  
C.A.P. : 1h30

Session  
2000

Épreuve : EP2 – Travaux liés à l'organisation de la distribution, à la communication et à la gestion commerciale  
N° Sujet : 00 - 3037

Coefficient:  
B.E.P. : 4  
C.A.P. : 2

Folio  
5 / 29

## QUATRIÈME PARTIE

Votre publipostage a porté ses fruits et la journée a été chargée.

Avec Mme CLEP et l'équipe de vendeurs, vous êtes impatient (e) de connaître le résultat des ventes de la journée. L'année dernière, pour la même journée, le magasin avait réalisé un chiffre d'affaires de 19 713 F.

Vous analysez l'écran de fin de journée (Document 16).

### TRAVAIL À FAIRE :

- 4.1 Calculez le panier moyen de la journée.
- 4.2 Calculez le pourcentage de chiffre d'affaires par famille.
- 4.3 Calculez en pourcentage l'évolution du chiffre d'affaires de cette journée vraiment exceptionnelle par rapport au chiffre de l'année dernière. **Complétez l'annexe 12.**

B.E.P.  
C.A.P.

Spécialité : Vente Action Marchande Dom. : **A Vente Relation Clientèle**  
Code Spécialité : **5131202**

Durée :  
B.E.P. 2h30  
C.A.P. 1h30

Session  
**2000**

Épreuve : EP2 – Travaux liés à l'organisation de la distribution, à la communication et à la gestion commerciale ..... N° Sujet : **00 - 3037**

Coefficient:  
B.E.P. : **4**  
C.A.P. : **2**

Folio  
**6 / 29**



## DOCUMENT 3

**Z**

### **CONSIGNES À RESPECTER POUR LA RÉALISATION DE LA VITRINE THÈME « MER »**

**Consignes générales :**

- Vous suivrez la mise en place du schéma présenté pour la réalisation de votre vitrine.
- Votre vitrine comportera 2 silhouettes collection 2-8 ans (fille et garçon) et 2 poupons collection layette (fille et garçon).
- La première silhouette présentée sera une silhouette fille, puis vous alternerez le sexe des mannequins.
- Attention de bien positionner l'accessoire bateau (coque bleue, voile orange et bleue) qui vous parviendra avec la prochaine livraison. (La décoration du podium reste à votre charge).

**Réalisation des silhouettes :**

Vous avez libre choix des vêtements à présenter dans la collection été 2000.

Cependant :

- Vous éviterez les vêtements de nuit.
- Vous choisirez des articles en accord avec le thème choisi.
- Pour une vitrine harmonieuse, vous utiliserez les couleurs : bleu, orange et blanc.
- Vous composerez des ensembles deux pièces manches et jambes courtes pour les silhouettes 2-8 ans ; vous habillerez par contre les poupons avec des vêtements composés d'une seule pièce.

Rappel : Tout vêtement présenté doit être parfaitement repassé.

Bonne réalisation,

**LA DIRECTION**

## DOCUMENT 5

### **Liste des accessoires disponibles en réserve pour la décoration des mini-podiums des vitrines**

- |                               |                                |
|-------------------------------|--------------------------------|
| - papier couleur vert pomme   | - bouée de sauvetage           |
| - luge carton                 | - papier couleur bordeaux      |
| - 2 gants de boxe             | - dépliant Girafe + Éléphant   |
| - lot œufs + cloches          | - Père Noël 40 cm              |
| - lunettes de soleil          | - masques de carnaval          |
| - lot citrouilles + araignées | - papier couleur imitation eau |

**B.E.P.**  
**C.A.P.**

Spécialité : **Vente Action Marchande Dom. : A Vente Relation Clientèle**  
Code Spécialité : **5131202**

Durée :  
B.E.P. : 2h30  
C.A.P. : 1h30

Session  
**2000**

Épreuve : **EP2 – Travaux liés à l'organisation de la distribution, à la communication et à la gestion commerciale**  
N° Sujet : **00 - 3037**

Coefficient:  
B.E.P. : **4**  
C.A.P. : **2**

Folio  
**8 / 29**



## DOCUMENT 4

**Tableau récapitulatif des articles disponibles de la nouvelle collection (Extrait)**

Référence Article	Désignation	Coloris	Layette	2-8 ans	Fille	Garçon
13 1023 0	tee-shirt nœud	<i>Blanc</i>	X		X	
13 1029 1	tee-shirt fines rayures	<i>Blanc / orange</i>		X	X	
13 1033 1	tee-shirt marguerite	<i>Vert</i>		X	X	
13 1036 1	tee-shirt avion	<i>Blanc / rouge</i>		X		X
13 1037 1	tee-shirt Babar	<i>Blanc / rouge / vert</i>		X		X
13 1040 1	tee-shirt voilier	<i>Blanc / orange / bleu</i>		X		X
13 1080 0	débardeur bateau	<i>Orange / bleu</i>	X			X
13 1084 0	débardeur surf	<i>Bleu</i>	X			X
13 1109 0	polo	<i>Blanc</i>	X		X	X
13 1254 1	débardeur carreaux	<i>Jaune / orange</i>		X	X	
13 2211 0	short deux poches	<i>Blanc</i>	X			X
13 2215 1	pantal long rayures	<i>Blanc / bleu</i>		X		X
13 2250 1	pantal uni	<i>Jaune</i>		X	X	X
13 2282 0	short nœud	<i>Orange</i>	X		X	
13 2284 1	pantal provençal	<i>Orange / bleu</i>	X		X	
13 2544 1	short rayures	<i>Blanc / jaune / rouge</i>		X		X
13 2545 1	short tricolore	<i>Bleu / blanc / orange</i>		X		X
13 2601 1	short uni	<i>Jaune</i>		X	X	X
13 2604 0	short bain	<i>Bleu / blanc</i>	X			X
13 2617 1	short fantaisie	<i>Blanc / orange</i>		X	X	
13 2706 1	jupe carreaux	<i>Vert / blanc</i>		X	X	
13 3003 0	robe rayures	<i>Vert / blanc</i>	X		X	
13 3005 0	robe cerises	<i>Rouge / vert / blanc</i>	X		X	
13 3101 0	robe unie pression	<i>Blanc</i>	X		X	
13 3124 1	robe fantaisie	<i>Blanc / orange</i>		X	X	
13 3301 0	dors-bien*	<i>Orange</i>	X		X	X
13 3303 0	Combinaison	<i>Jaune / orange</i>	X		X	
13 3307 0	Combinaison	<i>Blanc / orange</i>	X			X
13 3508 1	Survêtement long	<i>Orange / bleu / blanc</i>		X		X
13 3700 0	tee-shirt + short mer	<i>Bleu / blanc</i>	X			X
13 3700 1	tee-shirt + short océan	<i>Rouge / blanc</i>		X		X
13 3801 0	culotte bain cerises	<i>Rouge / vert / blanc</i>	X		X	
13 5403 0	dors-bien coq	<i>Blanc / bleu</i>	X		X	X

\*dors-bien = pyjama

**B.E.P.**  
**C.A.P.**

**Spécialité : Vente Action Marchande Dom. : A Vente Relation Clientèle**  
Code Spécialité : **5131202**

Durée :  
B.E.P. 2h30  
C.A.P. 1h30

Session  
**2000**

Épreuve : **EP2 – Travaux liés à l'organisation de la distribution, à la communication et à la gestion commerciale** N° Sujet : **00 - 3037**

Coefficient:  
B.E.P. : **4**  
C.A.P. : **2**

Folio  
**9 / 29**

**DOCUMENT 6**

Étiquette retrouvée par terre

○
<b>13 35 08 1</b>
<b>FF 149,90</b>

**DOCUMENT 7**

Étiquette du gilet

○
<b>13 12 00 1</b>
<b>FF 69,90</b>

**DOCUMENT 8**

Codification des articles en magasin

Collection									
Été 99	1	1							
Hiver 99	1	2							
Été 00	1	3							
Familles									
Tee-shirt						1	0		
Gilet						1	2		
Pantalon						2	2		
Bermuda						2	5		
Short						2	6		
Jupe						2	7		
Robe						3	0		
Jogging						3	5		
Dort bien						5	4		
Accessoire						9	0		
Fabricants*									
01								0	1
99								9	9
Âge									
3/23 mois									0
2/8 ans									1
8/16 ans									2

--	--

Collection

--	--

Famille

--	--

Fabricant

--

Âge

\* Par souci de confidentialité, les fournisseurs sont codés de 00 à 99.

B.E.P.  
C.A.P.Spécialité : Vente Action Marchande Dom. : A Vente Relation Clientèle  
Code Spécialité : 5131202Durée :  
B.E.P. 2h30  
C.A.P. 1h30Session  
2000Épreuve : EP2 – Travaux liés à l'organisation de la distribution, à la communication et  
à la gestion commerciale ..... N° Sujet : 00 - 3037Coefficient:  
B.E.P. : 4  
C.A.P. : 2Folio  
10 / 29

## DOCUMENT 9

### Z : le magasin bien dans sa ville

#### Concept

Une offre clarifiée, dans un magasin typé et théâtralisé. Le nouveau module Z, lancé sur deux sites, fait progresser le chiffre d'affaires de 50 %. Le décor décline la ville sous toutes ses coutures, avec ses rues et ses panneaux.

Roger Zannier, PDG du groupe, était prêt à abandonner le Z du logo de l'enseigne. Mais celui-ci revient, complètement modernisé, pour accompagner le nouveau concept. Un tournant spectaculaire. La chaîne voulait d'abord clarifier son offre. Comme nombre de ses concurrents généralistes, l'assortiment de Z s'étend du bébé au junior, soit de 0 à 16 ans en termes de tailles. L'ordonnancement par tranches des tailles a été résolu en coupant le magasin en deux rues. C'est l'idée maîtresse : d'un côté, le monde des bébés et des enfants (0-8 ans), avec son décor chaud et doux ; de l'autre, celui des kids et des préados (8-16 ans), plus high-tech et strict, car ils ne se considèrent plus comme des petits. « Nous voulions des univers typés, d'une part pour que la cliente se repère bien dans le magasin, d'autre part pour nous démarquer de la concurrence », insiste Émilie Zannier.

Le thème de la ville a été proposé par Jean-Pierre Guiriec, concepteur de communication :

« Z, c'est un magasin de centre ville ». Tous les éléments du décor, accessoires, mobiliers, éclairage et signalétique, contribuent à bien différencier les deux entités du point de vente, afin de faciliter le repérage, mais aussi de séduire les enfants, qui adorent se promener dans ses rues.

#### **Abandon du bas de gamme.**

Dès 1994, Z a abandonné les produits bas de gamme, pariant sur l'expertise de ses clientes : « elles sont prêtes à payer un peu plus cher pour un vrai rapport qualité/prix ».

#### **1) Une implantation par tranche d'âges.**

À gauche, la rue des petits (0-8 ans), à droite celle des grands (8-16 ans).

La cliente découvre d'emblée les deux univers. Leur éclairage est différent : plus chaud pour les bambins, plus blanc pour les plus grands. Celui de la vitrine s'inspire d'une scène de théâtre.

#### **2) L'univers de la ville.**

La théâtralisation, sur le thème de la ville prend des formes très diverses : toits et cheminées d'immeubles, feux tricolores, véhicules, panneaux routiers et de rues, balisage au sol...

#### **3) Le rayon nuit**

Les pyjamas et autres chemises de nuit (tous âges confondus) font la liaison entre les deux rues. Ciel étoilé, lumière indirecte...

#### **4) Une ambiance « high-tech » pour les 8-16 ans.**

Le décor est plus sobre, plus « strict », pour les grands. Poutrelles métalliques, colonnes, néons des grandes métropoles...

B.E.P.  
C.A.P.

Spécialité : Vente Action Marchande Dom. : A Vente Relation Clientèle  
Code Spécialité : 5131202

Durée :  
B.E.P. : 2h30  
C.A.P. : 1h30

Session  
2000

Épreuve : EP2 – Travaux liés à l'organisation de la distribution, à la communication et à la gestion commerciale  
N° Sujet : 00 - 3037

Coefficient:  
B.E.P. : 4  
C.A.P. : 2

Folio  
11 / 29

## DOCUMENT 10

### Ancien logotype



#### Couleurs

Z : rouge vif  
Fond : jaune

### Nouveau logotype



#### Couleurs

Z : Blanc  
Fond : bleu dégradé

B.E.P.  
C.A.P.

Spécialité : Vente Action Marchande Dom. : A Vente Relation Clientèle  
Code Spécialité : 5131202

Durée :  
B.E.P. 2h30  
C.A.P. 1h30

Session  
2000

Épreuve : EP2 – Travaux liés à l'organisation de la distribution, à la communication et à la gestion commerciale N° Sujet : 00 - 3037

Coefficient:  
B.E.P. : 4  
C.A.P. : 2

Folio  
12 / 29

## DOCUMENT 11

### Le logotype

Couleurs et formes provoquent en nous des sensations, des émotions, évoquent des images. Le logotype de l'entreprise et le graphisme du nom de marque communiquent donc avant même que le consommateur ne sache réellement à quel produit il a à faire.

Les principaux codes graphiques sont résumés dans les tableaux ci-dessous.

#### ----- Le sens des couleurs -----

Rouge	Agressivité, violence.
Orange	Joie, optimisme, réussite.
Jaune	Expansion, activité.
Vert	Nature, jeunesse, espoir.
Bleu	Paix, pureté.
Violet	Noblesse, mystère.
Blanc	Pureté, sagesse.
Noir	Menace, mort.

#### ----- Le sens des formes -----

Carré	Stabilité, rigidité.
Cercle	Perfection.
Éclaté	Agressivité.
Rectangle	Élégance.
Ovale	Souplesse.

#### ----- Le sens des lignes -----

Horizontale	Tranquillité, calme.
Verticale	Équilibre, justice.
Oblique	Ascendante → élan, passion. Descendante → chute.
Angles	Énergie.
Brisée	Agressivité, violence.
Courbe	Douceur, gaieté.

Fine	Délicatesse.
Épaisse	Énergie, volonté.
Longue	Vivacité.
Courte	Souplesse.

Une fois conçus, les éléments qui composent l'identité graphique de l'entreprise ne doivent pas être utilisés n'importe comment. Les entreprises font donc très attention à en codifier l'utilisation : couleurs autorisées, tailles des différents éléments...

**B.E.P.**  
**C.A.P.**

Spécialité : Vente Action Marchande Dom. : **A Vente Relation Clientèle**  
Code Spécialité : **5131202**

Durée :  
B.E.P. 2h30  
C.A.P. 1h30

Session  
**2000**

Épreuve : **EP2 – Travaux liés à l'organisation de la distribution, à la communication et à la gestion commerciale**

N° Sujet : **00 - 3037**

Coefficient:  
B.E.P. : **4**  
C.A.P. : **2**

Folio  
**13 / 29**

## DOCUMENT 12

Photographie d'une rue du nouveau concept des magasins Z



**B.E.P.**  
**C.A.P.**

Spécialité : Vente Action Marchande Dom. : **A Vente Relation Clientèle**  
Code Spécialité : **5131202**

Durée :  
B.E.P. 2h30  
C.A.P. 1h30

Session  
**2000**

Épreuve : EP2 – Travaux liés à l'organisation de la distribution, à la communication et à la gestion commerciale  
N° Sujet : 00 - 3037

Coefficient:  
B.E.P. : 4  
C.A.P. : 2

Folio  
**14 / 29**



## Votre nouvelle carte de fidélité

*Pour mieux vous servir, Z vous offre votre nouvelle \* Carte de Fidélité :*  
**LA CARTE PRIVILÈGE Z.**

*Attractive, cette dernière vous permettra d'obtenir au terme de 15 points validés :* **UN BON D'ACHAT DE 100 F.**

*Alors, pour bénéficier dès aujourd'hui de votre nouvelle carte, venez vite nous retrouver, muni(e) de votre Carte Privilage ci-dessous et votre ancienne carte de fidélité Z.*

*Votre magasin Z se fera alors le plaisir de reporter, les points acquis de votre ancienne carte sur la nouvelle + 1 POINT OFFERT en cadeau.*

*Profitez en pour découvrir la Nouvelle Collection Printemps - été avec désormais des **NOUVEAUTÉS EN MAGASIN TOUS LES 15 JOURS.***

*Client privilégié de Z, découvrez en avant première les évolutions apportées à la marque Z, pour toujours mieux vous satisfaire.*

\* annule et remplace l'ancienne carte de fidélité.

X-----



Nombre d'enfants: \_\_\_\_\_

Mois et années de naissance des enfants

/ / / /

\* Conformément à la loi N° n. 68-17 du 06/01/1978, vous disposez d'un droit d'accès et de rectification des informations nominatives vous concernant.

## DOCUMENT 14

### Compte-rendu de la réunion du 1<sup>er</sup> juin dernier

**Z**

**Participants :**

- le directeur commercial des magasins Z
- Mme CLEP, responsable du magasin Z de Douai
- la secrétaire

### **Solutions envisagées pour l'envoi des publipostages d'information - Magasin Z de Douai**

Après concertation, plusieurs solutions s'offrent à nous :

A - envoi de 380 courriers aux meilleures clientes<sup>(1)</sup> de notre fichier

B - envoi de 530 courriers sur l'échantillon<sup>(2)</sup>

N.B. Toutes les clientes du fichier habitent le département du Nord ou du Pas-de-Calais (département limitrophe).

**Échantillons :**

(1) les clientes ayant effectué des achats pour un montant d'au moins 500 F le dernier mois.

(2) les clientes ayant effectué un achat d'un montant supérieur à 300 F le dernier mois.

La composition et l'impression du publipostage sont à la charge du siège de l'entreprise magasins Z. Seul le coût d'acheminement est à la charge du magasin.

Le choix de la solution est laissé au magasin. Des éléments chiffrés sont à faire parvenir à la direction pour la semaine prochaine.

B.E.P.  
C.A.P.

Spécialité : **Vente Action Marchande Dom. : A Vente Relation Clientèle**  
Code Spécialité : **5131202**

Durée :  
B.E.P. 2h30  
C.A.P. 1h30

Session  
**2000**

Épreuve : **EP2 – Travaux liés à l'organisation de la distribution, à la communication et à la gestion commerciale** ..... N° Sujet : **00 - 3037**

Coefficient:  
B.E.P. : **4**  
C.A.P. : **2**

Folio  
**16 / 29**



## DOCUMENT 15

### FORMULE GÉNÉRALE POUR VOS ENVOIS EN FRANCE

#### LETTRE : service rapide

Mention « lettre » obligatoire pour les lettres de plus de 20 g

<b>Poids jusqu'à</b>	20 g	50 g	100 g	250 g	500 g	1 000 g	2 000 g	3 000 g
<b>Tarifs</b>	3,00 F	4,50 F	6,70 F	11,50 F	16,00 F	21,00 F	28,00 F	33,00 F

### FORMULE POSTIMPACT : CONDITIONS GÉNÉRALES

La gamme *POSTIMPACT* est réservée aux envois de marketing direct, adressés, déposés en nombre et pesant jusqu'à 350 grammes. Le *POSTIMPACT* est un pli destiné à véhiculer un message publicitaire, promotionnel ou de communication de sens général.

Quantités minimales à déposer :

CATÉGORIES	Zone de diffusion locale * (nombre de plis par expédition)	Zone de diffusion nationale (nombre de plis par expédition)
1	400	1 000
2	2 000	5 000
3	8 000	20 000

\* Département de dépôt et départements limitrophes

### FORMULE POSTIMPACT « STANDARD »

Conditionnements : Enveloppe, pochette, carte et film plastique. Les objets publicitaires ou promotionnels sont admis dans ces envois. Les plis doivent être clos.

#### TARIFS

Poids jusqu'à	Catégorie 1	Catégorie 2	Catégorie 3
35 g	2,18 F	2,10 F	1,86
50 g	2,50 F	2,45 F	*
75 g	3,33 F	3,20 F	*
100 g	3,90 F	3,80 F	*
150 g	4,62 F	4,45 F	*
200 g	6,64 F	4,95 F	*
250 g	7,00 F	5,33 F	*
300 g	7,40 F	5,70 F	*
350 g	8,00 F	6,30 F	*

\* Au-dessus de 35 grammes, tarification linéaire :

- de 36 à 250 g : 1,56 F par objet + 8,50 F par kg
- de 251 à 350 g : 1,56 F par objet + 10,59 F par kg

d'après les tarifs généraux de la Poste 1998

B.E.P.  
C.A.P.

Spécialité : Vente Action Marchande Dom. : A Vente Relation Clientèle  
Code Spécialité : 5131202

Durée :  
B.E.P. : 2h30  
C.A.P. : 1h30

Session  
2000

Épreuve : EP2 – Travaux liés à l'organisation de la distribution, à la communication et à la gestion commerciale  
N° Sujet : 00 - 3037

Coefficient:  
B.E.P. : 4  
C.A.P. : 2

Folio  
17 / 29

**DOCUMENT 16**

**Écran de fermeture de la caisse**

----- FIN DE JOURNÉE -----

Magasin N° 0336

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

**CHIFFRE D'AFFAIRES**

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

VENTES 32 320,40

RETOURS - 779,50

C.A. BRUT 31 540,90

Nb articles vendus 387

Nb de clients 123

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

**VENTES**

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

Familles	Articles	C.A.
0-8	156	12 512,00
8-16	143	12 820,50
Nuit	88	6 208,40

<b>TOTAL</b>	<b>387</b>	<b>31 540,90</b>
--------------	------------	------------------