

CORRIGE

Ces éléments de correction n'ont qu'une valeur indicative. Ils ne peuvent en aucun cas engager la responsabilité des autorités académiques, chaque jury est souverain.

BREVET PROFESSIONNEL DE FLEURISTE

CORRECTION - SESSION 2006

E3 COMMERCIALISATION : Épreuve de techniques commerciales (U32)

Durée : 2 heures

Coefficient : 2

« FLEURS ET COULEURS »

- Étude du marché	16 points
- Analyse d'une action de communication	10 points
- Préparation de la vente	14 points
Total	40 points

DOSSIER 1 : ÉTUDE DE MARCHÉ (16 POINTS)

Pour tous les calculs : 2 chiffres après la virgule arrondis au plus proche.

1.1. Calculer la part de marché des fleuristes pour l'année 2004 (document 1).
(2 points)

$$(996,1 / 1\,831,7) \times 100 = 54,38 \%$$

1.2. Calculer les taux d'évolution des prix moyens des fleuristes en boutique depuis 1999 (document 2).

(3 points)

Taux \ années	2001 / 1999	2002 / 2001	2004 / 2002
Taux d'évolution	+ 6,67	+ 3,75	- 9,64

1.3. Analyser l'évolution des parts de marché en volumes des différents produits (document 3).

(3 points)

- les produits en baisse : fleurs coupées, coupes.
- les produits stables : autres, compositions et bottes.
- les produits en augmentation : plantes fleuries et plantes vertes.

Accepter l'analyse chiffrée – 1 point par élément

« FLEURS ET COULEURS »

1.4. Analyser l'évolution des parts de marché en valeurs des différents produits (document 3).
(3 points)

- les produits en baisse : fleurs coupées, coupes et autres.
- Les produits stables : plantes vertes.
- Les produits en augmentation : compositions, bottes et plantes vertes.

Accepter l'analyse chiffrée – 1 point par élément

1.5. À partir de vos observations concernant ce marché, proposer 5 choix commerciaux pour vous démarquer des jardineries et des hypermarchés.

- assortiment (largeur – profondeur)
- communication
- service
- accueil
- facteurs d'ambiance
- choix d'un positionnement (haut de gamme, niche, entrée de gamme, ...)
- marchandisage

(5 points)

DOSSIER 2 : ANALYSE D'UNE ACTION DE COMMUNICATION (10 POINTS)

2.1. Analyser l'affiche qui a été envoyée aux fleuristes à l'occasion de la fête des grands-mères, en identifiant : (6 points)

- **la cible visée** (2 points)
parents, famille, enfants

- **le message publicitaire** (2 points)
remercier les mamies

- **le ton utilisé : couleur, graphisme, ...**(2 points)
ton naïf (style dessin enfant), poétique.

graphisme simple (des lettres qui poussent comme des fleurs), affiche sobre.

2.2. Proposer 2 autres moyens de communication (médias et/ou hors média) :
(2 points)

radio,télé,magazines....

Acceptez toutes réponses cohérentes.

2.3. Citer 2 autres fêtes:

(2 points)

Saint-Valentin, fête des secrétaires, fête des mères...

DOSSIER 3 : PRÉPARATION DE LA VENTE

3.1. Identifier les 2 principaux mobiles de la cliente du document 5 selon la classification S.O.N.C.A.S. et S.A.B.O.N.E.

(2 points)

- sympathie
- nouveauté

3.2 Mettre en évidence deux points forts et deux points faibles de chaque situation de vente décrite dans le document 5.

(8 points, 0,5 par bonne réponse)

Annexe 3

Analyse Produits	Points forts	Points faibles
Bouquet graphique	<ul style="list-style-type: none"> - budget raisonnable - Bouquet linéaire = extravagance 	<ul style="list-style-type: none"> - ambiance maussade - peu d'écoute
Bouquet branché chic	<ul style="list-style-type: none"> - fleurs originales et rares - amabilité du fleuriste 	<ul style="list-style-type: none"> - prix élevé - manque de proposition
Bouquet opulent et aérien	<ul style="list-style-type: none"> - budget raisonnable - choix d'une composition aérienne et maîtrisée 	<ul style="list-style-type: none"> - nécessité de guider la fleuriste - temps de réalisation trop long
Bouquet intense et impertinent	<ul style="list-style-type: none"> - bouquet d'une grande présence - très bon rapport qualité/prix 	<ul style="list-style-type: none"> - peu d'initiative au départ - peu de fleurs très originales

Accepter toutes réponses cohérentes (technique choisie, couleurs, ...)

3.3. Après lecture de cet article, identifier les 4 erreurs à ne pas commettre lors d'une vente.

(4 points)

- négliger l'accueil du client
- craindre de faire dépenser trop d'argent au client
- ne pas questionner le client sur ses attentes
- ne pas conseiller le client, ne pas oser proposer de l'extravagant

Accepter toute réponse logique.