



Ce document a été numérisé par le CRDP de Bordeaux pour la Base Nationale des Sujets d'Examens de l'enseignement professionnel.

Campagne 2010

BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR

SESSION 2010

ÉPREUVE DE LANGUE VIVANTE ÉTRANGÈRE

GROUPE 1

VIETNAMEIEN

—
Durée : 2 heures
—

SPECIALITES	Coefficients
Assurance	1
Communication des entreprises	1
Management des unités commerciales	1,5
Professions immobilières	1
Notariat	1

**L'usage d'un dictionnaire bilingue est autorisé.
L'usage de la calculatrice est interdit.**

Dès que le sujet vous est remis, assurez-vous qu'il est complet.
Le sujet se compose de 3 pages, numérotées de 1/3 à 3/3.

Các 'chiêu' tiếp thị bất động sản mới

Theo một số chủ đầu tư bất động sản, khi thị trường nằm trong tay người bán như năm 2007, không cần phải đầu tư cho hoạt động tiếp thị. Nhưng hiện nay, nhiều nơi đã rất chú trọng và lựa chọn nhiều hoạt động truyền thông - marketing cho sản phẩm của mình.

5 [...]

Hiện, có một số cách thức tiếp thị mới, nhắm đến đối tượng khách hàng thực sự. Thứ nhất, các chủ đầu tư đã chủ động hơn trong việc tiếp cận khách hàng, tạo cơ hội và mở ra nhiều khả năng mua nhà hơn cho khách hàng; quan tâm nhiều hơn đến dịch vụ chăm sóc khách hàng, chú trọng nhiều hơn đến uy tín và hình ảnh thương hiệu của mình, đưa ra nhiều cam kết đảm bảo quyền lợi về tài chính cũng như giá trị của bất động sản đối với khách hàng.

10

Thứ hai, nghiên cứu nhu cầu của khách hàng, xác định khách hàng mục tiêu và cách thức tiếp cận khách hàng phù hợp, chủ động tiếp cận khách hàng qua các kênh và phương tiện truyền thông chứ không bị động chờ khách hàng tự tìm đến như trước đây.

15

Thứ ba, nghiên cứu cạnh tranh giữa các dự án khác trong khu vực, cân trọng và tìm hiểu kỹ trước các quyết định về giá bán và đặc trưng sản phẩm phù hợp với đối tượng khách hàng mục tiêu.

Thứ tư, thuê các đơn vị chuyên về truyền thông tiếp thị bất động sản, thay vì tự làm như trước đây. Các đơn vị chuyên nghiệp sẽ giúp các chủ đầu tư tạo thêm giá trị gia tăng cho sản phẩm và đảm bảo hiệu quả phân phối dự án đúng theo tiến độ.

20

Thứ năm, quan tâm đến việc quảng cáo trên nhiều phương tiện truyền thông. Ngoài quảng cáo trên báo giấy, các chủ đầu tư đã mở rộng sang các kênh truyền thông khác như quảng cáo online, quảng cáo qua bản tin điện tử, tạp san, danh bạ cùng các phương tiện quảng cáo ngoài trời khác. Thông điệp truyền thông phù hợp, nhất quán – hướng đến đúng khách hàng mục tiêu.[...]

25

Thứ bảy, áp dụng nhiều hình thức khuyến mãi, tặng đồ dùng, vật dụng gia đình, đồ nội thất, điện máy khi khách hàng mua bất động sản, kể cả có áp dụng biện pháp giảm giá hay giảm mức lợi nhuận so với trước đây.

[...]

(Theo *Đầu Tư*)

TRAVAIL À FAIRE

COMPREHENSION (10/20)

Rédigez **en français** un compte-rendu du texte en mettant en évidence les idées principales (150 mots + ou – 10%)

EXPRESSION (10/20)

Répondez aux questions suivantes **en vietnamien**

- 1. Les actions de marketing pour vendre des appartements ou des voitures de luxe se multiplient. D'après vous, sont-elles efficaces ? Pourquoi ? (50 mots + ou – 10%)*
- 2. Comment une entreprise qui n'a pas de gros moyens pour faire de la publicité, peut-elle attirer et retenir des clients ? Donnez des exemples dans le secteur d'activité de votre choix. (100 mots + ou - 10%).*
- 3. Dans le cadre de votre futur emploi, aimeriez vous être en contact avec les clients. Pourquoi ? (100 mots + ou - 10%).*