



**LE RÉSEAU DE CRÉATION
ET D'ACCOMPAGNEMENT PÉDAGOGIQUES**

**Ce document a été numérisé par le Canopé de l'académie de Clermont-Ferrand
pour la Base Nationale des Sujets d'Examens de l'enseignement professionnel.**

Ce fichier numérique ne peut être reproduit, représenté, adapté ou traduit sans autorisation.

CAP ESTHETIQUE – COSMETIQUE – PARFUMERIE
EP2 VENTE DE PRODUITS ET DE PRESTATIONS DE SERVICES

CONSIGNES

**Le contenu et la présentation du dossier professionnel écrit ne doivent pas être évalués
(Cf. Référentiel)**

- C11- Recensement correct des sources d'information:** On peut vérifier la cohérence des données inscrites dans le dossier. Seules les réponses orales doivent être évaluées.
- C33- Présentation et affichage attractifs :** Comment faire pour attirer l'œil du client ?
- C34- Réalisation correcte de diffusion de documents :** Selon le contexte, quel est le moyen le plus approprié pour informer ?
Exemple : Soirée VIP : Mail avec invitation...

EXEMPLES DE QUESTIONS A POSER (liste non exhaustive)

S5	<p>Indiquer les différents critères à prendre en cours pour identifier la clientèle.</p> <p>Enumérer les différents outils de fidélisation et préciser leur intérêt.</p> <p>Citer trois points à vérifier lors d'un encaissement par chèque, en liquide, par carte...</p> <p>Identifier, à partir de la fiche-produit, la marque, la gamme, la ligne, le label (éventuellement).</p> <p>Définir les termes suivants : marque, gamme, ligne, label.</p> <p>Citer les intervenants du marché d'un produit, indiquer le rôle de chacun.</p> <p>Définir l'image de marque du produit.</p> <p>Indiquer les critères constituant l'image de marque d'un produit.</p> <p>Définir les éléments à prendre en compte pour fixer le prix de vente d'un produit.</p> <p>Indiquer les principales caractéristiques des différents espaces de vente.</p> <p>Indiquer les principales caractéristiques des différents mobiliers et espaces de présentation.</p> <p>Indiquer la réglementation en vigueur concernant l'étiquetage et l'affichage des prix des produits.</p> <p>Enoncer les règles de merchandising</p> <p>Enoncer les différents types de publicité sur les lieux de vente.</p> <p>Définir les éléments à prendre en compte pour fixer le prix de vente d'une prestation de service.</p> <p>Enoncer les rôles des différents intervenants sur le marché.</p> <p>Positionner les différentes marques référencées en cabine ou en vente</p>
S6	<p>Nommer et définir la forme juridique de l'entreprise présentée.</p> <p>Indiquer les documents à afficher dans l'espace de travail (citez-en trois)</p> <p>Citer l'organisme auprès duquel est immatriculé l'institut présenté.</p> <p>Présenter les différents espaces de l'entreprise et commenter leur agencement.</p> <p>Commenter l'agencement de l'espace professionnel figurant dans le dossier (plan, photo, ...)</p> <p>Indiquer le rôle des facteurs d'ambiance.</p> <p>Argumenter le choix des facteurs d'ambiance figurant dans le dossier</p> <p>Proposer et justifier des choix de facteurs d'ambiance.</p> <p>Enoncer les risques de contamination dans un institut (clients et professionnels).</p> <p>Enoncer et justifier le protocole d'entretien des locaux et des équipements (volume de rangement et mobilier).</p> <p>Citer, pour chacun des textes en vigueur, la ou les disposition(s) réglementaire(s) relative(s) à l'exercice de la profession (loi du 5 juillet 1996, arrêté du 6 janvier 1962, décret du 30 mai 1997, décret du 5 novembre 2001).</p>