

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.

C.A.P. VENTE RELATION CLIENTELE - OPTION B**EP2 - Travaux professionnels liés à la communication et à l'animation sur le lieu de vente**

Le présent document comporte 3 pages numérotées 1/3 à 3/3

page 1/3

BAREME**PARTIE A - ETUDE D'UNE SITUATION DE VENTE (8 points)****PREMIER TRAVAIL A FAIRE (6 points)**

- première situation (2 points)
- deuxième situation (2 points)
- troisième situation (2 points)

DEUXIEME TRAVAIL A FAIRE (2 points)

- 1 - 0,5 point
- 2 - 0,5 point
- 3 - 0,5 point
- 4 - 0,5 point

PARTIE B - IMPLANTATION DES PRODUITS (6 points)

- 1) A quel segment appartient chacun des produits (1 point)
- 2) Les segments dans la zone la plus vendeuse (1 point)
- 3) Les raisons de l'implantation des 2 segments (1 point)
- 4) Moyens pour rendre le linéaire attractif (2 points)
- 5) Objectifs de la démarche (1 point)

PARTIE C - ACTION PROMOTIONNELLE (6 points)

- 1) Calcul de la réduction (2 points)
- 2) Réalisation de la pancarte (4 points)

CORRIGE

PARTIE A - ETUDE D'UNE SITUATION DE VENTE (8 points)

PREMIER TRAVAIL A FAIRE (6 points)

⇒ Première situation : (2 points)

C'est un fromage de brebis à la saveur prononcée sans être piquant et à la consistance crémeuse. Son goût corsé libère des arômes de champignons et de bouillon.

⇒ Deuxième situation (2 points)

Vous avez tout à fait raison Madame. Le Roquefort donnera une touche colorée à votre plateau de fromage et il sera apprécié par vos invités ; je vous conseille de le conserver dans le bas de votre réfrigérateur en évitant les variations de températures trop brusques.

⇒ Troisième situation(2 points)

Vous pourrez le déguster avec des vins rouges comme un Châteauneuf du Pape, avec des vins liquoreux de type Sauterne ou bien avec des vins doux tels le Muscat, Rivesaltes etc. ou même avec un Porto.

ACCEPTER TOUTE REPONSE LOGIQUE

DEUXIEME TRAVAIL A FAIRE (2 points)

- C'est un produit d'appellation d'origine contrôlé (AOC).
- C'est un fromage qui est affiné en cave pendant 3 mois minimum.
- Il vieillit dans une ambiance humide et froide (10 à 13°).
- Sa pâte est onctueuse et persillée dans toute sa masse .
- 4,4 litres de lait de brebis sont nécessaires à l'élaboration d'un kilo de Roquefort.
- Ce produit est le leader du marché des pâtes persillées.

PARTIE B - IMPLANTATION DES PRODUITS (6 points)

1) Lait éveillé dans le segment nutrition (.0.5 point)

Lait demi-écrémé dans le segment équilibre (.0.5 point)

2) Vitalité et nutrition sont au centre du linéaire (1 point)

3) Ce sont les produits à forte marge ou les nouveaux produits. Placés à cet endroit ils attirent davantage le client, cela favorise les achats d'impulsion (1 point)

4) 1 point par réponse (2 points)

- mobilier décoratif
- des facings clairs
- des produits faciles à repérer grâce à un bon balisage des rayons

ACCEPTER TOUTE REPONSE LOGIQUE

5)

- Permettre au consommateur de mieux choisir le type de lait (0,5 point)
- Développer le chiffre d'affaires grâce à des produits à plus forte valeur ajoutée (0,5 point)

PARTIE C - ACTION PROMOTIONNELLE - (6 points)

1) $12 \times 5 \% = 0,60$ (1 point)

$12 - 0,60 = 11,40$ (1 point)

2) La pancarte devra comporter :

- Le nom du produit (0.5 point)
- La marque (0.5 point)
- L'indication de «offre promotionnelle» (0.5 point)
- le prix normal (0,5 point) et le prix promotionnel (0.5 point)
- Les dates de promotion (0.5 point)

+ 1 point pour la forme et le soin