

Vous effectuez un stage dans une grande surface spécialisée en HIFI, Informatique, Photo, Vidéo ; vous êtes affecté(e) au rayon PHOTO.

Les produits vendus sont parfois complexes, aussi votre mission de vendeur-conseil est-elle essentielle. Les clients sont connaisseurs et exigeants.

Monsieur Charles, votre responsable de rayon, vous conseille de bien connaître les produits, d'améliorer vos techniques de vente et de merchandising.

Il va tester vos compétences professionnelles sur 3 situations distinctes,

## 1ère PARTIE : ETUDE D'UNE SITUATION DE VENTE

(3% points)

### 1 - Remettez de l'ordre dans les étapes de la vente !

◆ Consultez le document n° 1

◆ Après avoir analysé cette situation de vente présentée dans le désordre, vous retrouvez l'ordre logique des différentes étapes de la vente et vous complétez le tableau suivant.

ETAPES	BLOC * CORRESPONDANT	A QUELLE PHASE DE LA VENTE CORRESPOND CETTE ETAPE ?	
n° 1	B	Prise de contact	2
n° 2	D	Accueil	2
n° 3	G	Recherche des besoins	2
n° 4	L	" " "	2
n° 5	A	Reformulation + proposition	2
n° 6	H	Argumentation	2
n° 7	C	Argumentation sur le fonctionnement (accepter démonstration)	2
n° 8	I	Argumentation (prix)	2
n° 9	K	Réputation de l'objection "prix"	2
n° 10	F	" " "	2
n° 11	J	Conclusion + vente complémentaire	2
n° 12	F	Prise de congé	2

\* Indiquez la lettre du bloc correspondant.

<b>ACADEMIE DE CAEN</b>	<b>CAP</b>	<b>Session 1999</b>
Durée : 2 h 00	Page 1/7	VENTE RELATION CLIENTELE (op. visuelle)
CORRIGE		EP2 : Travaux liés à la communication et à l'animation sur le lieu de vente

6 pts

◆ *Donnez une caractéristique et un avantage du coffret P'tit Reporter qui vont séduire l'enfant :*

1,5 - Caractéristique : le carnet d'aventure de 24 pages ..... la ceinture Reporter.....

1,5 - Avantage : ..... classer et légender ses photos ..... ou ..... Porter l'appareil comme un professionnel

◆ *Donnez une caractéristique et un avantage du coffret P'tit Reporter qui vont rassurer les parents :*

1,5 - Caractéristique : Appareil prêt à photographier, 15 poses, avec flash.....

1,5 - Avantage : ..... Appareil solide et simple d'utilisation.....

2 pts

3 - Déterminer les mobiles d'achat du client.

Un client parle à son enfant dans le rayon ; l'enfant s'exprime ainsi :

- "Il veut un appareil photo facile à utiliser pour réussir toutes ses photos..."

- "Il veut un équipement digne des plus grands reporters..."

◆ *Quels sont les 2 mobiles SONCAS de l'enfant ?*

1 ..... \* Sécurité .....

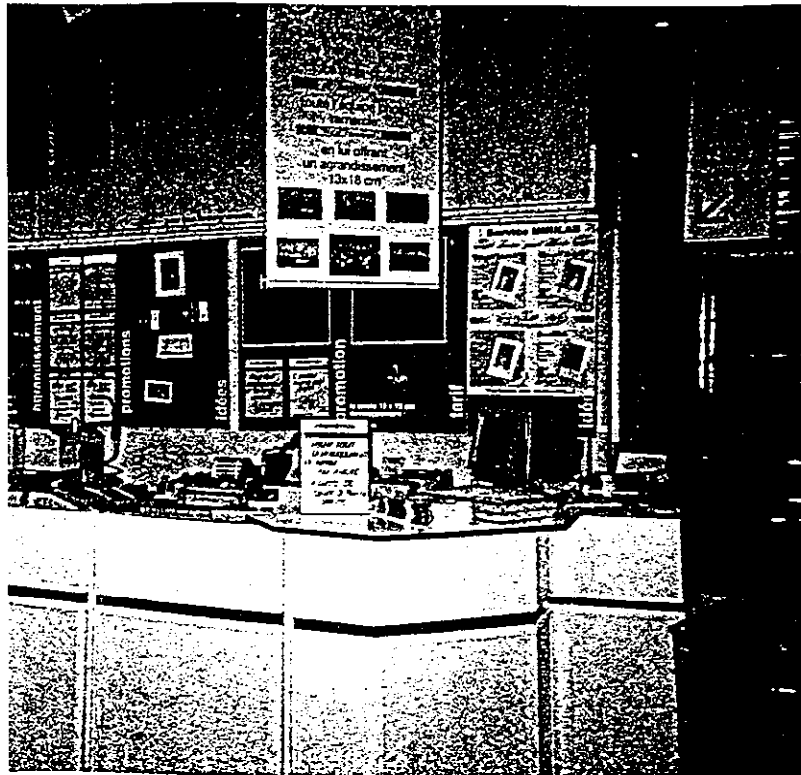
1 ..... \* Orgueil .....

## 2ème PARTIE : AGENCEMENT- DE L'ESPACE DE VENTE

24 points

◆ Consultez les documents 3 et 4

### DOCUMENT 3 : COMPTOIR



### DOCUMENT 4 : RAYON



M. CHARLES vous présente 2 photographies qu'il a lui même prises de son rayon, il souhaite savoir si vous êtes capable de distinguer les deux méthodes de vente représentées, en complétant le tableau ci-dessous :

8 pts

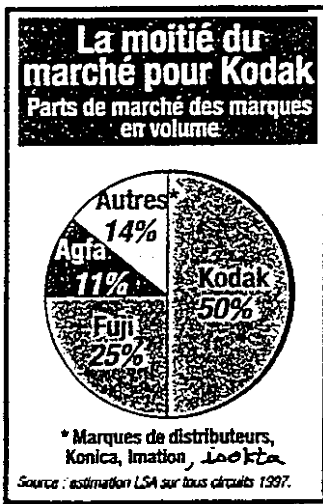
	Méthode de vente	Caractéristique
Document 3	vente au comptoir → vente de contact (vente traditionnelle)	le vendeur et le client sont en présence
Document 4	vente en rayon - → vente visuelle (vente en libre service)	le client choisit des produits, se sert sans l'intervention d'un vendeur

4 pts

4 pts

◆ Consultez le document 5

## DOCUMENT 5



Sur un rayon qui expose en moyenne 3 marques, l'affrontement entre industriels est sévère. En dehors de Kodak, leader incontesté du marché, des marques de distributeurs, présentes dans toutes les grandes enseignes (excepté Auchan et Leclerc), reste donc une place pour deux acteurs : Fuji et Agfa. En effet, la marque Konica se fait depuis plusieurs mois très discrète dans les linéaires. Pour toutes les enseignes, l'enjeu lié à la marque propre relève à la fois de la marge mais aussi de la fidélisation.

Extrait de LSA n° 1573

M. CHARLES vous demande d'étudier le marché des marques des films photographiques en répondant aux questions suivantes :

66 pts

\* Quelle est la marque leader du marché ?

Kodak

1 pt

\* Quels sont les 2 objectifs des distributeurs en implantant leur marque propre ?

1. - augmentation du chiffre d'affaires (de la marge)
2. - fidélisation de la clientèle

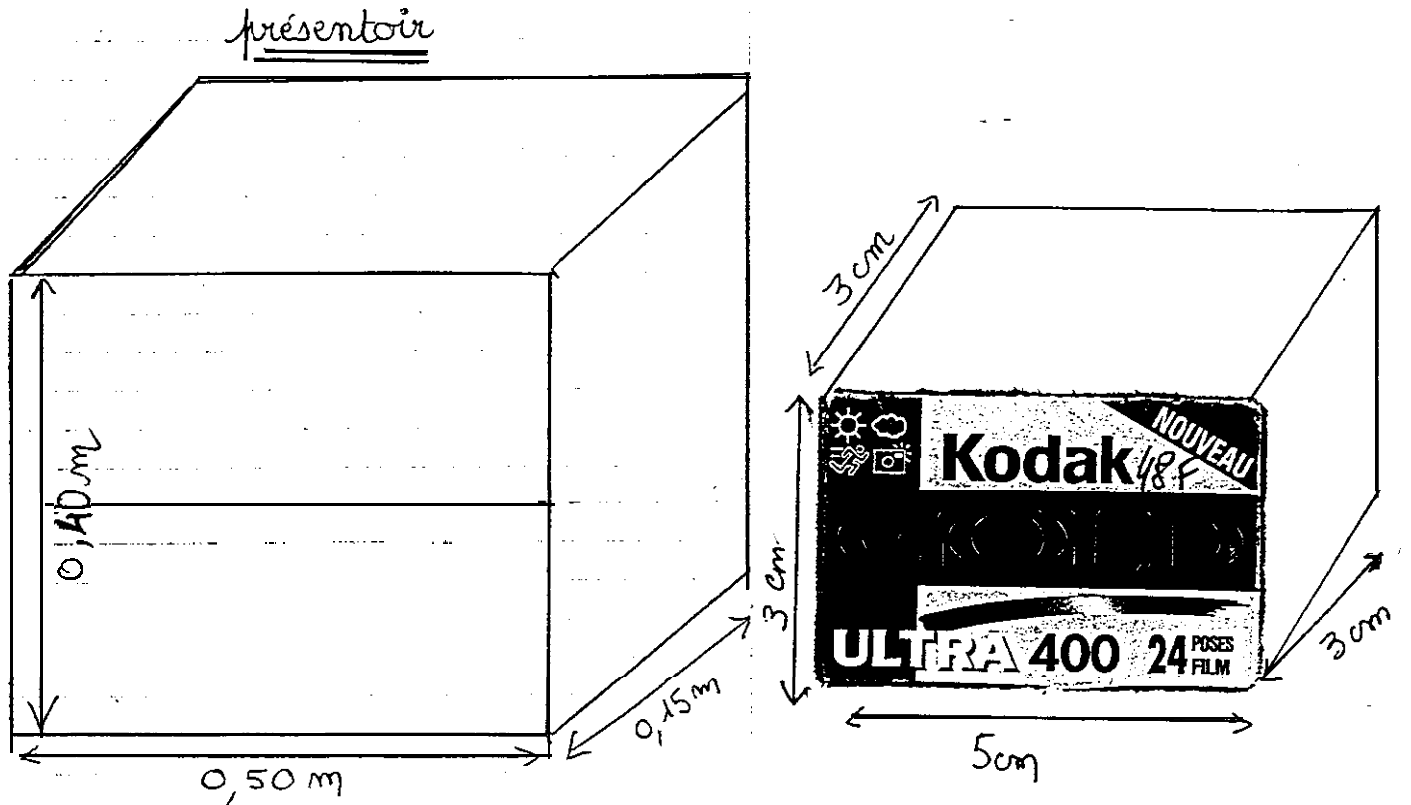
2 pts

\* Citez 1 marque de distributeur de films photographiques ?

- Konica - Imation - Isokta

1 pt

M. CHARLES dispose d'un présentoir publicitaire (P.L.V.) pour présenter les pellicules photos, Il vous demande de déterminer la capacité de stockage de ce meuble pour la référence KODAK GOLD



+Complétez le tableau ci-dessous :

	Calculs	Résultats	
Nombre de frontales par niveau	$0,50 : 0,05$	10	2,5 pts
Nombre d'articles en profondeur sur un niveau	$0,15 : 0,03$	5	2,5 pts
Nombre d'articles en hauteur sur un niveau	$0,20 : 0,03$	6	2,5 pts
capacité de stockage du présentoir	$n o \times 5 \times 6 \times 2$	600	2,5 pts

10 pts

3ème PARTIE : ACTION PROMOTIONNELLE

24 points

◆ Consultez le document 6



M. CHARLES souhaite mettre en place une offre promotionnelle, il vous propose un projet de prospectus. Il vous demande d'énumérer 4 informations manquantes sur-le-prospectus. Compléter le tableau ci-dessous :

1	dates de la promotion (période)	2 pts
2	Coordonnées de l'entreprise (enseigne, logo, adresse...)	2 pts
3	objet de la promotion - thème - slogan - accroche publicitaire	2 pts
4	prise de vente promo - remise - prise normal barré	2 pts

8 pts

Pour la réussite de cette opération promotionnelle. M. CHARLES a décidé de réaliser une campagne publicitaire, il vous d'énumérer 3 médias adaptés à cette opération :

6 pts

1-	journal - magazine	2 pts
2-	radio	2 pts
3-	panneaux d'affichage	2 pts

Il vous a remis la liste des articles en promotion; il vous demande de déterminer le prix de vente de ces articles durant la période de promotion, compléter le tableau ci-dessous

10 pts

Désignation des articles	Prix V.	Remise	Prix vente Promo
1 - Kodak Gold ultra (lot de 2 pellicules + 1 gratuite)	65 F	15 %	55,25 F
2 - Kodak gold (lot de 2 pellicules + 1 gratuite)	58 F	20 %	46,40 F
3 - Kodak royal gold (lot de 2 pellicules)	65 F	10 %	58,50 F
4 - Kodak Elite Krome (lot de 3 pellicules)	89 F	5 %	84,55 F
5 - Kodak Advantix (2 cassettes + cartes magiques offertes)	75 F	5 %	71,25 F