

## Solution 1

Points

### Objectif détaillé N° 1.1.1.1: Préparer un entretien avec un client

6 points

#### Situation de départ:

Votre formatrice professionnelle vous demande de donner aux nouveaux apprentis (1<sup>re</sup> année) une introduction sur le thème «Préparer et mener un entretien». Comme vous avez déjà traité ces objectifs détaillés, vous disposez non seulement d'expériences mais possédez aussi des documents à ce sujet.

#### Tâches:

- a) Parmi vos documents, vous trouvez un plan qui vous indique comment procéder lors d'entretiens avec des clients. A l'époque, vous avez malheureusement noté les étapes sur différentes fiches sans les numéroter. Mettez les étapes partielles ci-dessous dans l'ordre chronologique en indiquant le chiffre qui convient (entre 1 et 8) dans les cases vides.

Pour l'ordre chronologique correct des différentes étapes, vous obtenez 2 points.

8	Evaluer l'entretien
2	Débuter l'entretien
7	Prendre congé du client
3	Identifier les besoins du client
5	Soumettre une offre définitive au client
1	Préparer l'entretien
4	Soumettre des offres et les expliquer
6	Conclure le contrat de vente

#### Indication pour l'évaluation de la tâche a):

Toutes les étapes dans le bon ordre = 2 points, déduction de ½ point par faute.

Points  
obtenus

b) Vous savez que, lors d'un entretien avec un client, on peut utiliser différents moyens auxiliaires qui favorisent la vente de manière efficace. Indiquez à votre collègue quatre de ces moyens utilisés couramment dans votre entreprise et qui pourraient être utiles lors d'un entretien.

Vous obtenez ½ point par réponse correcte, en tout 2 points.

- Prospectus
- Listes de prix
- Présentation d'échantillons
- Présentation des produits/services sur un ordinateur portable
- Conditions de vente
- Matériel pour prendre des notes
- Etc.

**Indication pour l'évaluation de la tâche b):**

Autres solutions pertinentes possibles.

c) Votre collègue voudrait savoir ce à quoi il faut faire attention au début d'un entretien de vente ou d'un entretien de conseil avec un nouveau client. Donnez-lui quatre tuyaux utiles qui lui permettront de débiter l'entretien avec succès.

Vous obtenez ½ point par conseil utile, au total 2 points.

- Respecter les règles de politesse et d'usage en s'adressant au client
- Accueillir le client de manière ouverte et polie
- Etablir un contact visuel avec son interlocuteur
- Se présenter
- Arriver à l'heure
- Bonne entrée en matière
- Eveiller l'intérêt du client
- Etc.

**Indication pour l'évaluation de la tâche c):**

Autres solutions pertinentes possibles.

Points

Points  
obtenus

## Solution 2

Points

### Objectif détaillé N° 1.1.1.3: S'enquérir des besoins des clients

3 points

#### Situation de départ:

Vous venez de recevoir un coup de téléphone de votre collègue de travail. Celui-ci sera absent aujourd'hui et demain en raison d'un décès dans sa famille. Il vous demande de le remplacer pour accueillir un client dans le courant de l'après-midi. Les seules informations qu'il peut vous donner à ce sujet, c'est que ce client s'intéresse aux produits et aux services de votre entreprise. Sinon, il n'en sait pas davantage.

#### Tâches:

- a) Expliquer de manière compréhensible en une phrase pourquoi vous poserez en premier lieu des questions ouvertes dans ce premier entretien (ne pas donner d'exemples). Total: 1 point.

En posant des questions ouvertes au client, je lui permets de répondre de manière exhaustive. J'apprends ainsi davantage qu'en lui posant des questions fermées.

Le client peut ainsi librement exprimer ses besoins et ses souhaits sans avoir l'impression d'être mis sous pression.

- b) Formulez quatre questions ouvertes (phrases complètes!) pour lesquelles vous voudriez obtenir une réponse du client au cours de votre entretien avec lui (**entre** l'accueil du client et son départ). 4 x ½ point, total: 2 points.

#### Accueil

- Comment avez-vous été rendu attentif à notre entreprise?
- En quoi puis-je vous être utile?
- Pourquoi avez-vous besoin de ce produit/service?
- Quelles sont vos attentes quant au prix?
- Quelles sont vos attentes quant à livraison?

#### Départ

#### Indication pour l'évaluation:

- a) Le candidat doit avoir rédigé ses questions sous forme de phrases complètes.  
b) Autres questions pertinentes possibles.

Points  
obtenus

## Solution 3

Points

### Objectifs détaillés N° 1.1.2.2: Saisir et transmettre les besoins des clients

#### N° 1.1.2.1: Présenter des arguments et des propositions

5 points

#### Situation de départ:

Chaque client a des besoins ou des motifs d'achat différents. Pour un/e employé/e de commerce, il est important de connaître ceux-ci afin qu'il/elle puisse faire des offres en conséquence.

#### Imaginez la situation suivante dans une librairie:

##### Client:

Bonjour! Je cherche un cadeau pour ma mère. Je suis encore étudiant, vous comprenez... Comme j'étudie la chimie, je ne m'intéresse pas tellement à la culture. Avez-vous quelque chose sur l'Italie? Mes parents ont l'intention d'y passer leurs vacances. En fait, ils iront à Florence et comptent faire des excursions en voiture dans la région. On mange très bien en Italie! Je suis sûr que mes parents vont beaucoup apprécier. Mais quand même, en tant que retraités, ils n'ont plus tellement l'habitude de s'y retrouver, surtout dans la circulation, avec ces innombrables panneaux indicateurs! Et tout ça en italien! Ce qui serait bien, c'est quelque chose avec des illustrations...

##### Tâches:

- a) Motif d'achat:  
Lisez ce que dit le client. Il cherche un cadeau pour sa mère. Quel est son motif d'achat? (1 point)  
Faire plaisir; amour filial; tradition, habitude
- b) Quelles remarques dans les propos du client vous aident à trouver le produit adéquat pour lui? Nommez quatre de ces remarques (colonne de gauche) et indiquez quelles conclusions vous en tirez concernant le produit (colonne de droite).  
Pour chaque remarque et chacune de vos conclusions, vous obtenez ½ point, total: 4 points.

Remarques (4 x ½ point)	Vos conclusions (4 x ½ point)
Mère = retraitée	Livre avec beaucoup d'illustrations, peu de texte Ev. grande écriture
Culture (Florence et ses environs)	Guide mettant l'accent sur la culture, p.ex. curiosités, monuments à Florence et autour de Florence
Excursions en voiture	Le guide devrait avoir une carte routière Ev. avec des propositions d'excursion
Client = étudiant	Le guide ne devrait pas être trop cher
Bien manger	Guide indiquant quelques bons restaurants

#### Indication pour l'évaluation:

- b) Les conclusions du candidat/de la candidate doivent être en adéquation avec les remarques.

Points  
obtenus

## Solution 4

Points

### Objectif détaillé N° 1.6.1.4: Proposer des améliorations

6 points

#### Situation de départ:

L'amélioration des processus de travail est un souci permanent au sein des entreprises. Chaque acteur doit pouvoir comprendre les processus et les objectifs de son entreprise. Pour juger de la qualité d'une amélioration, il faut pouvoir fixer un objectif mesurable, et disposer d'un moyen pour comparer le résultat à l'objectif.

#### Tâche:

Le tableau à la page suivante présente des objectifs d'entreprise. Indiquez pour chaque objectif une proposition d'action à mettre en œuvre pour l'atteindre ainsi qu'un moyen de contrôle pour vérifier le succès de l'action.

Vous obtenez 1 point par proposition et ½ point par moyen de contrôle, total: 6 points.

Objectifs	Propositions d'action (1 point par proposition)	Moyens de contrôle (½ point par moyen de contrôle)
La totalité (100%) du personnel est informée des nouveaux horaires de la cafétéria avant le changement qui s'effectuera dans deux mois.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Courriel (Email)</li> <li>- Circulaire jointe au bulletin de salaire</li> <li>- Affiche</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Confirmation de lecture</li> <li>- Sondage auprès des usagers par le personnel de la cafétéria</li> </ul>
10% de réduction des coûts annuels de matériel de bureau.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Regrouper les commandes</li> <li>- Nommer un responsable</li> <li>- Réduire le nombre de fournisseurs</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Contrôle du budget</li> </ul>
80% de nos clients actuels connaissent notre nouveau produit jusqu'à la fin de cette année.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mailing à tous les clients</li> <li>- Informations sur le site Internet</li> <li>- Remettre une brochure d'information aux clients que l'on rencontre</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sondage</li> </ul>
Pas plus de 5% de notre personnel quitte l'entreprise de sa propre initiative. (Aujourd'hui 10%)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Programme de développement du personnel</li> <li>- Programme de motivation</li> <li>- (Augmentation de salaire)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Statistique</li> </ul>

#### Indication pour l'évaluation:

Autres réponses pertinentes possibles.

Points  
obtenus

## Solution 5

Points

### Objectif détaillé N° 2.1.3.2: Gérer l'agenda

6 points

#### Situation de départ:

Les services au sein de votre entreprise utilisent des moyens différents pour planifier leurs délais, leurs rendez-vous et leurs séances.

#### Tâche:

Nommez dans le tableau ci-dessous trois aides de planification différentes. Montrez-en les avantages et les inconvénients. **Un avantage ou un inconvénient ne peut être nommé qu'une fois.**

Vous obtenez 2 points par «instrument de planification» / «avantage + inconvénient» pertinents, total: 6 points.

Instrument de planification	Avantage + inconvénient	Argumentation
Planification annuelle sous forme papier	<b>Avantage</b>	a) Facile à gérer b) Peut être facilement emporté
	<b>Inconvénient</b>	c) Peu de place pour faire des inscriptions d) Ne peut être utilisé qu'un an ou deux
Agenda électronique en format de poche	<b>Avantage</b>	e) Facile à manipuler, fonctions supplémentaires
	<b>Inconvénient</b>	f) Suivant le modèle, coûte cher lors de l'acquisition g) Différents appareils électroniques dans la même entreprise h) Danger: oublier de faire la sauvegarde des données sur le PC i) Risque de perdre ses données si la batterie est déchargée
PC à la place de travail	<b>Avantage</b>	j) Accès rapide à la place du travail k) D'autres personnes ont la possibilité de faire des inscriptions
	<b>Inconvénient</b>	l) L'accès au PC doit être garanti m) Le PC n'est pas toujours disponible lorsqu'on fixe des rendez-vous (p.ex. hors de l'entreprise)

#### Indications pour l'évaluation:

- Le candidat obtient 2 points par ligne, s'il nomme un instrument de planification correct et s'il indique un avantage et un inconvénient pertinents.
- Si l'instrument de planification ou l'avantage/inconvénient manque, le candidat n'obtient qu'un point.
- Les avantages ou inconvénients nommés plusieurs fois ne sont comptés qu'une fois (donc pas de point pour les répétitions!).

Points  
obtenus

## Solution 6

Points

### Objectif détaillé N° 3.3.7.1: Définir les attentes des groupes d'intérêts 6 points

#### Situation de départ:

La famille Ipsale qui gère un terrain de camping à Tenero ne mène pas une vie entrepreneuriale isolée. Au contraire, avec leur entreprise, les Ipsale font partie intégrante d'un environnement aux exigences multiples et marqué par des interrelations de groupes d'intérêts les plus divers.

#### Tâches:

Vous trouverez ci-dessous les attentes de certains groupes d'intérêts envers Monsieur Ipsale et, inversement, les attentes de Monsieur Ipsale envers ces groupes d'intérêts. Décrivez les attentes de ces différents groupes d'intérêts en répondant aux questions ci-dessous par des phrases complètes.

Pour chaque réponse correcte, vous obtenez 1½ point, total: 6 points.

- a) L'Etat attend que Monsieur Ipsale paie ses impôts à temps et respecte les lois.  
Quelles sont les attentes de Monsieur Ipsale envers l'Etat?  
Monsieur Ipsale attend que l'Etat lui offre des conditions cadres économiques optimales / ne veut pas trop de restrictions inutiles.
  
- b) Monsieur Ipsale souhaite que ses fournisseurs lui livrent à temps des produits alimentaires de qualité.  
Quelles sont les attentes des fournisseurs à l'égard de Monsieur Ipsale?  
Ils souhaitent entretenir avec Monsieur Ipsale une relation d'affaires à long terme et attendent qu'il paie ses factures dans les délais.
  
- c) Les campeurs souhaitent pouvoir disposer d'une infrastructure moderne et propre et bénéficier de conditions avantageuses.  
Quelles sont les attentes de Monsieur Ipsale envers les campeurs?  
Monsieur Ipsale souhaite que les campeurs respectent le lieu, s'abstiennent de toute action qui pourrait nuire à la propreté ou à l'aspect du camping, qu'ils apprécient la qualité de l'offre et qu'ils reviennent lors d'un prochain séjour dans la région.
  
- d) Monsieur Ipsale désire que ses collaborateurs et collaboratrices soient aimables, engagés et prêts à réagir de manière flexible aux besoins de l'entreprise.  
Quelles sont les attentes des collaborateurs et collaboratrices envers leur employeur?  
Les collaborateurs et collaboratrices souhaitent avoir de bonnes conditions d'engagement et une atmosphère de travail agréable.

#### Indication pour l'évaluation:

Autres réponses pertinentes possibles.

Points  
obtenus

## Solution 7

Points

### Objectif détaillé N° 3.3.8.1: Evaluer der offres

8 points

#### Situation de départ:

Vous travaillez dans un hôtel qui s'est spécialisé dans l'organisation de séminaires. Comme les activités dans ce domaine ont fortement augmenté, l'ancienne photocopieuse ne répond plus aux exigences. Les critères à remplir par la nouvelle photocopieuse sont les suivants:

- Appareil compact
- 12 à 15 copies par minute
- Possibilité de remplir la cartouche ou de l'échanger
- Possibilité d'agrandissement et de réduction
- Chargeur automatique de documents et trieuse intégrés ou en option
- Prix maximal: Fr. 6'000.--
- Livraison pour le début de la saison dans 15 jours

#### Voici les offres que vous avez reçues:

Fournisseur A
Technologie éprouvée, 12 copies par minute Cartouche toner à Fr. 180.-, papier: de 80 à 120 g, formats: de A6 à B4 Deux taux d'agrandissement, trois taux de réduction Prix: Fr. 3'000.- plus TVA 7.6% Options: chargeur automatique de documents Fr. 1'200.-; trieuse 10 cases Fr. 1200.- Livvable de suite

Fournisseur B
La «petite» rapide hyperperformante, 15 copies par minute Toner aisé à remplir Trois taux d'agrandissement et de réduction ou zoom Chargeur automatique de documents et trieuse comportant 10 cases 2 magasins d'alimentation, y compris support pour papier; papier: 70 – 120 g, en alimentation manuelle: jusqu'à 180 g; Prix: Fr. 5'600.- TVA comprise Service toner/maintenance: Fr. -.03 par copie Délai de livraison: 15 jours

Fournisseur C
Appareil compact haute technologie, 18 copies par minute Zoom d'agrandissement et de réduction, papier: 70 – 120 g Possibilité de photocopier en différentes couleurs (en changeant de cartouche), type de support: papier de toutes sortes et transparents Options: chargeur automatique de documents et trieuse (disponibles dès l'automne 2006) Prix imbattable: Fr. 5'000.- TVA de 7.6% comprise, modules couleur: Fr. 240.- par couleur A reçu un prix écologique pour ses pièces détachées recyclables. Table spéciale comportant des tiroirs pour magasins de papier et documents supplémentaires est livrée séparément au prix de Fr. 720.- Livvable de suite

Points  
obtenus

Points

**Tâches:**

Remplissez le tableau ci-dessous:

- a) En vous référant aux critères à remplir et aux trois offres reçues, indiquez dans la colonne de gauche 8 autres critères de comparaison. Indiquez ensuite pour chaque fournisseur si et comment ces critères sont remplis.

Vous obtenez  $\frac{3}{4}$  point par ligne correctement remplie; total: 6 points.

Critères de comparaison	Fournisseur A	Fournisseur B	Fournisseur C
Appareil compact	Oui	Oui	Oui
Nombre de copies	12	15	18
- Encre	Cartouche doit être remplacée	Cartouche rechargeable	Cartouche doit être remplacée
- Agrandissement	2 taux	3 taux + zoom	Zoom
- Réduction	3 taux	3 taux + zoom	Zoom
- Chargeur automatique	Option Fr.1200.--	Intégré	Option livrable dès l'automne 2006
- Trieuse	Option Fr.1200.--	Intégrée	Option livrable dès l'automne 2006
- Livraison	De suite	15 jours	De suite
- Prix	Fr. 3'000.- + TVA	Fr. 5'650.- y compris TVA	Fr. 5000.- y compris TVA Table + 720.-
- Données supplémentaires	Prix brut y c. options Fr. 5'400.- + TVA	Prix par copie 3 ct pour maintenance/toner	Module couleur disponible séparément Fr. 240.- pièce

- b) Quel fournisseur choisissez-vous en vous référant à cette analyse? (1 point)

Fournisseur B

- c) Justifiez votre décision à l'aide de deux arguments énoncés en phrases complètes (1 point).

Meilleur rapport prix/prestation.  
 Tous les critères exigés sont remplis.  
 Meilleur appareil sur le plan technique.

**Indications pour l'évaluation:**

Sans table, la photocopieuse du fournisseur C serait meilleur marché. Il serait cependant nécessaire de trouver une solution pour le papier. Par ailleurs, le magasin d'alimentation et la trieuse ne sont pas encore livrables.

La photocopieuse du fournisseur A coûte plus cher que les deux autres et offre le moins d'avantages techniques.

Points  
obtenus

## Solution 8

### Objectif détaillé N° 1.11.1.5 Marketing Mix

4 points

#### Situation de départ :

Afin de pouvoir positionner un nouveau produit sur le marché, il faut élaborer une bonne préparation stratégique. Vous venez d'arriver au service Marketing et vous participez à la discussion pour déterminer comment mettre sur le marché le nouveau produit « Eau minérale au goût de mandarine ». Quels sont les instruments qu'offrent les quatre domaines (4P) du Marketing mix, afin de positionner le produit sur le marché ?

#### Tâche(s) :

Complétez le tableau ci-dessous. Parmi les différents instruments du Marketing mix, quels sont ceux qui sont judicieux pour notre produit et quels sont ceux qui ne le sont pas ? Justifiez vos réponses de manière succincte.

Pour chaque colonne complétée correctement, vous obtenez 1 point (total maximum : 4 points).

Domaines	Produit	Distribution (Place)	Promotion	Prix
Instruments	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <u>Goût</u></li> <li>➤ <u>Lifestyle, raison de consommation supplémentaire</u></li> <li>➤ <u>Qualité</u></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <u>Détaillant</u></li> <li>➤ <u>Kiosque</u></li> <li>➤ <u>Automates</u></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <u>Média imprimés</u></li> <li>➤ <u>Spot à la TV</u></li> <li>➤ <u>Distribution d'échantillons</u></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <u>Niveau moyen de prix</u></li> <li>➤ <u>Prix de lancement</u></li> <li>➤ <u>3 pour 2</u></li> </ul>
Judicieux pour le produit ?	<input checked="" type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non	<input type="checkbox"/> Oui <input checked="" type="checkbox"/> Non	<input checked="" type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non	<input checked="" type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non

Points obtenus

<b>Domaines</b>	<b>Produit</b>	<b>Distribution (Place)</b>	<b>Promotion</b>	<b>Prix</b>
<b>Justifications</b>	Car le produit est au premier plan en terme de denrées alimentaires. Si le produit est de bonne qualité, on est prêt à payer un prix élevé. Eventuellement faire ressortir une raison de consommation supplémentaire : contient beaucoup de vitamines	Le produit doit être facilement accessible. Dans ce cas, les points de vente ne sont pas bien.	La publicité va faire connaître le produit. Lorsque le client connaît le nouveau produit, qu'il a pu éventuellement le goûter et qu'il lui plaît, il va l'acheter.	Une adaptation du prix au public cible permet de le faire parvenir aux clients concernés. De nos jours, la tendance est plutôt à des prix bon marchés.

Points

Points obtenus

Points

## Solution 9

**Objectif détaillé N° 1.10.1.1 Connaître la composition de l'assortiment 4 points**

### Situation de départ :

Un jeune qui fait un stage de deux jours dans votre entreprise formatrice désire que vous lui expliquiez ce que l'on entend par « composition de l'assortiment ».

### Tâche(s) :

Vous expliquez à ce jeune avec vos propres mots la notion de composition de l'assortiment en citant les quatre dimensions de la structure d'assortiment. Faites-lui part, sur la base d'exemples, de modifications possibles d'un assortiment.

Vous obtenez 2 points pour l'explication correcte de la notion de composition de l'assortiment et 2 points pour deux types de modification de l'assortiment avec chaque fois un exemple (total maximum : 4 points).

Structure de l'assortiment :

- Assortiment étroit
- Assortiment large
- Assortiment profond
- Assortiment plat (peu profond)

Modifications de l'assortiment :

Produit avec de nouvelles caractéristiques

- ▶ en profondeur ➤ différenciation: nouveaux produits
- ▶ en largeur ➤ Diversification: nouveaux groupes de produits

Elimination

- ▶ en profondeur ➤ élimination de variantes de produits
- ▶ en largeur ➤ élimination de groupes de produits

Points  
obtenus

Points

## Solution 10

**Objectif détaillé N° 1.12.1.2 Instruments de financement du commerce 5 points**

### Situation de départ :

En tant que vendeur dans le cadre d'une affaire internationale, une entreprise suisse doit décider si elle veut exiger un encaissement documentaire ou un accréditif documentaire afin de se garantir le paiement.

### Tâche(s) :

Expliquez au moyen de phrases complètes la différence entre un encaissement documentaire et un accréditif documentaire. De plus et pour chaque instrument, décrivez au moyen de phrases complètes, quel est son désavantage.

Vous obtenez 3 points pour une explication compréhensible de la différence entre les deux instruments.

Vous obtenez 1 point pour une description correcte du désavantage de chaque instrument (total maximum 2 points).

Vous serez pénalisé-e de ¼ point pour chaque faute d'orthographe.

Différence entre un encaissement documentaire et un accréditif documentaire :

Encaissement documentaire : le vendeur n'a pas de garantie de paiement.

Lorsque l'acheteur verse l'argent, les banques le font suivre au vendeur. Si l'acheteur ne paie pas, le vendeur reçoit ses documents en retour.

L'encaissement documentaire est moins cher que l'accréditif documentaire.

Accréditif documentaire : dès que le vendeur a fait parvenir, via sa banque, les documents conformes à la banque de l'acheteur, il obtient la garantie d'être payé.

Désavantage de l'encaissement documentaire pour le vendeur:

Il n'a pas de garantie de paiement. Si l'acheteur ne paie pas, le vendeur reçoit sa marchandise en retour au lieu du montant de la facture.

Désavantage de l'accréditif documentaire pour le vendeur:

Si les documents que le vendeur remet ne sont pas à 100% conformes, alors la banque peut refuser de payer.

Points  
obtenus

Points

## Solution 11

**Objectif détaillé N° 1.8.1.2 L'exportation exige l'importation 5 points**

### Situation de départ :

L'entreprise Dupond Rail SA à Vevey fabrique des compositions de trains régionaux TRIR (Train Régional Intégré et Rapide). Elle vend avec succès ce produit dans toute l'Europe. Comme la Suisse ne dispose pas de matières premières, beaucoup d'éléments doivent être d'abord importés afin que le produit final puisse être fabriqué.

### Tâches :

Dans le tableau ci-dessous, indiquez pour chaque élément quelle matière première ou produit semi-fabriqués doit être d'abord importé. Ensuite, dans la dernière colonne, indiquez quelle phase de travail l'entreprise Dupond Rail SA fait avec ces produits.

Vous obtenez 1 point pour chacune des cinq lignes du tableau ci-dessous complétée de manière succincte et correctement. Si une ligne n'est que partiellement complétée, vous obtenez 0 point pour cette ligne (total maximum : 5 points).

Elément	Qu'est-ce qui doit être importé ?	Que fait-on avec cela ?
Exemple : <b>Attelage</b>	acier câble	Montage Test de fonction
<b>Châssis</b>	acier inox	Montage Contrôle de fabrication
<b>Wagon couvert</b>	Métal léger inox	Montage Contrôle de fabrication
<b>Software de fonctionnement</b>	spécialistes (?) software standard	programmation test de fonctionnement

Points  
obtenus

Élément	Qu'est-ce qui doit être importé ?	Que fait-on avec cela ?
<b>Câblage</b>	Câble en fibre de verre Gaine en plastique	Montage Contrôle du fonctionnement
<b>Vitre</b>	verre, plexiglas bande isolante	Montage Contrôle de l'étanchéité Tester la sécurité du verre en cas de bris de glace

Points

Points  
obtenus

Points

## Solution 12

### Objectif détaillé N° 1.13.3.6 Importations parallèles

3 points

#### Situation de départ :

En novembre 2005, Migros a décidé de renoncer d'acheter les biscuits « Tranches au lait Kinder » (Kinder-Milchschnitten) auprès de l'importateur général Ferrero en Suisse et de les acheter directement en Allemagne auprès d'un grossiste. Grâce à cette importation directe, le prix de vente en magasin peut être réduit de 20 centimes. CEPENDANT, l'achat à l'étranger de produits sous la protection d'un brevet, ce que l'on appelle les importations parallèles, n'est pas autorisé en Suisse. Et Ferrero a fait breveter les biscuits Kinder-Milchschnitten. Toutefois, Ferrero a décidé de ne pas porter plainte contre Migros.

#### Tâche(s) :

Réfléchissez et décrivez succinctement quels sont les intérêts des différents partenaires : pourquoi Migros a-t-elle entrepris cette action ? Que désirent les consommateurs ? Pourquoi Ferrero ne veut pas porter plainte contre l'importation parallèle ? Il est même pensable qu'un partenaire ait des intérêts qui soient contradictoires.

Vous obtenez ½ point par intérêt décrit succinctement et compréhensible pour chaque partenaire concernée (total maximum : 1 point par partenaire concerné).

Partenaire	Ses intérêts
<b>Migros</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>Offrir des produits meilleurs marchés que ses concurrents</u></li> <li>• <u>Vendre le plus possible de Kinder-Milchschnitten</u></li> <li>• <u>Créer un précédent</u></li> </ul>
<b>Ferrero</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>Protéger le brevet (couvrir les frais de recherche &amp; développement)</u></li> <li>• <u>Ne pas perdre le réseau de vente de la Migros</u></li> <li>• <u>Vendre le plus possible de Kinder-Milchschnitten</u></li> </ul>
<b>Consommateur</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>Acheter le meilleur marché possible</u></li> <li>• <u>Avoir le plus grand choix</u></li> <li>• <u>Disposer du même prix pour le même produit, que ce soit en Suisse ou à l'étranger</u></li> </ul>

Points  
obtenus

Points

## Solution 13

**Objectif détaillé 1.8.2.3**

**Avenir de l'UE**

**4 points**

### Situation de départ :

Depuis 2004, l'Union Européenne compte vingt-cinq membres. Les pays suivants sont candidats au prochain élargissement de l'UE: la Bulgarie, la Roumanie, la Turquie et la Croatie.

Un tel élargissement présente des risques et des chances pour la Suisse. Aussi bien le commerce que les personnes seront concernés.

### Tâche(s) :

a) inscrivez 3 risques et 3 chances pour la Suisse si ces pays adhèrent à l'UE. Vous obtenez ½ point pour chaque risque et pour chaque chance opportuns.

#### Risques pour la Suisse

- plus de concurrence
- plus difficile de faire passer les intérêts de la Suisse (UE doit être toujours unanime)
- plus de membres = plus de risques d'opposition contre la Suisse
- pression sur les salaires: la libre circulation des personnes va être étendue aux nouveaux membres.

#### Chances pour la Suisse

- marché plus grand
- libre-échange
- développement économique
- activité politique
- recrutement de travailleurs bien formés

b) donnez 2 arguments qui font que la Suisse a décidé de „geler“ (mettre en attente) sa demande d'adhésion à l'UE.

Vous obtenez ½ point pour chaque argument potentiel correct.

- Poursuivre la voie des bilatérales et ainsi se concentrer sur des aspects précis
- L'admission à l'UE n'aurait eu aucune chance lors d'un vote.

### Remarque à l'attention des correcteurs :

D'autres facteurs judicieux sont possibles pour les questions a) et b).

Points  
obtenus

Points

## Solution 14

### Objectif détaillé N° 1.10.1.2 Comparer les assortiments

3 points

#### Situation de départ :

Vous effectuez votre apprentissage dans une entreprise de commerce de gros. Elle fournit des articles de sport à des détaillants. Un jeune faisant un stage passe vers vous et il est très étonné de voir un entrepôt aussi grand, ce qu'il n'a jamais vu jusque là lors des stages qu'il a fait chez des détaillants. Vous l'informez sur les différences en matière d'aménagement de l'assortiment entre les grossistes et les détaillants.

#### Tâche(s) :

- a) Citez, de manière succincte, quatre points de vue selon lesquels l'aménagement de l'assortiment peut être considéré (1/4 point chacun, total maximum : 1 point)
1. Composition de l'assortiment, la marchandise en soi
  2. Prix
  3. Qualité
  4. Produits de saison ou produit sur toute l'année
  5. situation de la concurrence
  6. les clients actuels et futurs
  7. les canaux de distribution
  8. les concepts de vente
  9. les données de bénéfices, de rentabilité et de frais
- b) Vous êtes fournisseur pour des grossistes et des détaillants. Expliquez brièvement quels sont les assortiments typiques pour ces différentes entreprises (1/2 point chacun, total maximum: 2 points).

<b>Magasin de sport « Skirêve » à Villars (5 collaborateurs, chiffre d'affaires 2 mio.)</b>	
<b>1<sup>ère</sup> particularité (½ point)</b>	<b>2<sup>ème</sup> particularité (½ point)</b>
(spécialisation dans un domaine, d'où un assortiment étroit mais profond)	(Niveau de prix plutôt élevé, car la valeur est basée sur un bon conseil et une bonne qualité)

<b>Grossiste « Le Monde du Sport » à Lausanne (20 collaborateurs, chiffre d'affaires 20 mio.)</b>	
<b>1<sup>ère</sup> particularité (½ point)</b>	<b>2<sup>ème</sup> particularité (½ point)</b>
(une offre limitée mais pour chaque activité sportive ; de ce fait, assortiment large mais plutôt plat)	(plutôt self-service, niveau de prix bas à moyen)

Points  
obtenus

Points

## Solution 15

**Objectif détaillé N° 1.10.2.2 Moment de la commande**

**6 points**

### Situation de départ :

La semaine dernière, le stock du produit le plus important et le plus demandé dans votre entreprise formatrice est tombé à zéro car le collaborateur chargé des commandes a oublié de passer commande au fournisseur avant de partir en vacances. Le chef est enragé et veut maintenant savoir comment on peut éviter ce genre d'erreur dans le futur. Entre-temps, la commande a été passée et la marchandise est arrivée.

### Tâche(s) :

- a) Expliquez, à l'aide de courtes phrases, la signification des termes suivants (chacun ½ point, total maximum : 2 points)

<b>Moment adéquat pour passer la commande</b>	A quel moment la commande doit-elle être passée au fournisseur ; à savoir lorsque l'état de stock atteint un niveau bas défini, il faut commander à nouveau afin de garantir la disponibilité de la marchandise.
<b>Stock de sécurité</b>	Niveau minimum qui ne doit pas être entamé. Ce qu'on appelle aussi le stock de réserve.
<b>Durée d'approvisionnement</b>	Le temps que met la marchandise pour arriver dans l'entreprise (durée de livraison)
<b>Consommation moyenne</b>	Vente moyenne, respectivement quelle quantité vendons-nous en moyenne par jour / par semaine / par mois ou par année

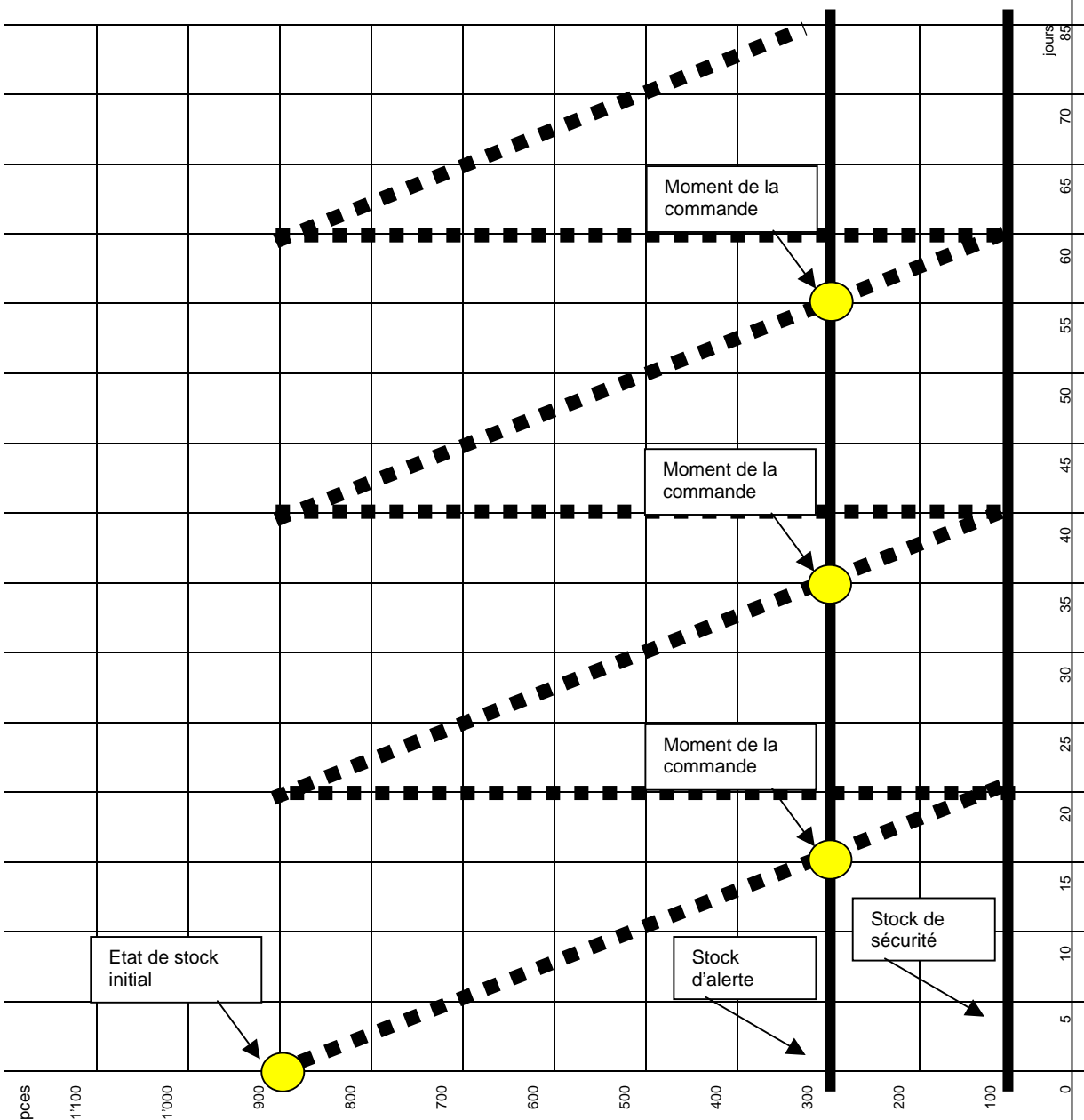
Points  
obtenus

b) Afin de calmer votre chef, dessinez-lui, sous forme de diagramme, le déroulement optimal permettant de déterminer quand la commande doit être passée. Pour ce faire, tenez compte des informations suivantes :

Points

Consommation journalière: 40 pièces  
 Stock de sécurité: 100 pièces  
 Quantité commandée: 800 pièces  
 Durée de livraison de la part du fournisseur: 5 jours  
 État du stock initial (aujourd'hui): 900 pièces

Dessinez le tracé de l'évolution du stock en inscrivant le stock initial d'aujourd'hui, le stock de sécurité, ainsi que le moment de la commande (2 points).



Points  
 obtenus

- c) Calculez et notez la méthode de calcul du stock d'alerte (déclencheur de la commande); puis insérez-le dans le diagramme ci-dessus (1 point).

Points

Méthode de calcul effective	Résultat
Stock de sécurité : 100 + consommation pendant le délai de livraison (5x40) 200	300

- d) Calculez et notez la méthode de calcul de l'état de stock le soir du 13<sup>ème</sup> jour (1 point).

Méthode de calcul effective	Résultat
Stock initial 900 ./. consommation (13x40) 520	380

Points  
obtenus

Points

## Solution 16

**Objectif détaillé N° 1.9.2.1 Fonctions du commerce**

**5 points**

### Situation de départ :

Votre collègue revient de vacances des USA et il est en colère contre les magasins de CD et DVD en Suisse. Il estime qu'ils sont beaucoup trop chers, voire même inutiles car on pourrait tout acheter bien meilleur marché par Internet directement des USA.

### Tâche(s) :

- Citez de manière succincte quatre fonctions du commerce  
(vous obtenez  $\frac{1}{4}$  point pour chaque fonction correcte, total maximum : 1 point)
- ...puis expliquez en quelques phrases courtes pourquoi il est utile aux clients que le commerce assume ces fonctions et qu'ils puissent acheter la marchandise en Suisse  
(vous obtenez 1 point pour chaque explication correcte, total maximum : 4 points).

Fonction	Explication
Quantitative (Equilibre des quantités)	(Les producteurs fabriquent leurs produits la plupart du temps en grande quantité. Le grossiste adapte ensuite la grande quantité de produits en unités de quantité désirées par le détaillant. Enfin, dans la mesure du possible, le détaillant détaille les grands paquets en unités plus petites)
De qualité et d'assortiment (Equilibre des biens)	(Lorsque le marchand adapte son assortiment à ses clients, ces derniers trouvent effectivement toutes les marchandises qu'ils désirent acheter.)
D'entreposage (franchissement du temps)	(Avec le stockage (entreposage), le grossiste couvre la période qui s'écoule entre la production et la demande, et compense aussi les variations de la demande ainsi de l'offre.)
D'information et de conseil	(Sur la base de leurs expériences, les vendeuses et les vendeurs sont en mesure de conseiller les clients en fonction de leur désir et de leurs moyens financiers.)

### Remarque à l'attention des correcteurs :

Autres fonction possibles : de transport (franchissement de l'espace), d'approvisionnement, de crédit et de financement.

Points  
obtenus

Points

## Solution 17

**Objectif détaillé 1.11.1.4**

**Choix de la localisation**

**4 points**

### Situation de départ :

Votre entreprise formatrice a décidé d'augmenter son chiffre d'affaires. En plus du / des emplacements actuels, elle désire ouvrir une nouvelle succursale.

L'analyse faite jusqu'à ce jour met en valeur les facteurs d'influences suivants sur le lieu d'implantation :

- Proximité de la clientèle
- Volume du marché
- Entreprises concurrentes
- Recrutement du personnel

### Tâche(s) :

Inscrivez quatre facteurs d'influence supplémentaires. Expliquez pour chacun de ces quatre facteurs supplémentaires, pourquoi il est important, en tant que facteur de localisation.

Vous obtenez 1 point par facteur judicieux inscrit et justifié (total maximum: 4 points).

Facteur	Explication / justification
Liaisons routières ou ferroviaires	Une bonne situation sur le réseau de transport diminue les frais de transport. La connexion aux routes ou au réseau ferroviaire présente un avantage
Comportements politiques et économiques du pays	Cours stable de la monnaie du pays. Participation ou intégration dans les zones économiques. Le système politique doit soutenir l'économie.
Matières premières	À proximité des matières premières (énergie et eau). Quantité à disposition, disponibilité, coûts, sécurité d'approvisionnement
Conditions légales	Les lois sont-elles libérales ? par exemple en matière de recherche, technique génétique, travail des enfants, horaire d'ouverture des magasin, etc.

### Remarque à l'attention des correcteurs :

Autres facteurs possibles :

- Potentiel du marché
- location
- imposition

Points  
obtenus

Points

## Solution 18

**Objectif détaillé N° 1.7.1.1 Produits et prestations**

**5 points**

### Situation de départ :

Dans le cadre de votre préparation à l'examen de fin d'apprentissage, votre formateur vous donne un petit travail à faire.

### Tâche(s) :

- Complétez les titres incomplets du tableau ci-dessous. Les titres incomplets sont signalés avec un point d'interrogation. Vous obtenez  $\frac{1}{2}$  point par titre complété correctement (total maximum : 1 point).
- choisissez deux produits et deux prestations de votre entreprise formatrice et notez ces exemples dans le tableaux ci-dessous au bon endroit. Vous obtenez un point pour chaque exemples choisi et correctement placé (total maximum : 4 points).

	Biens économiques	Biens libres (gratuits)
Biens matériels	nourriture vêtements chaussures véhicule mazout	prospectus eau paysage
Biens immatériels	Brevet Modèle marque	Idée pensées rêves

Points  
obtenus

Points

## Solution 19

### Objectif détaillé N° 1.10.3.1 Données de stock

8 points

#### Situation de départ :

Les données suivantes proviennent de la papeterie « Conax » et de la papeterie « Autour du Bureau » :

	Conax	Autour du Bureau
Chiffre d'affaire au prix de revient	CHF 840'000	CHF 600'000
Stock initial (SI)	CHF 90'000	CHF 60'000
Stock final (SF)	CHF 50'000	CHF 60'000

#### Tâche(s) :

1. Calculez pour chaque papeterie les données suivantes :

- l'état de stock moyen
- la rotation de stock
- la durée moyenne de stockage

Vous obtenez 1 point pour chaque donnée correcte de chaque papeterie (total maximum : 6 points)

2. Quelle est l'entreprise qui gère le mieux son stock et pour quelles raisons ? Ecrivez votre réponse et justifiez-la dans le tableau ci-dessous après avoir calculé les données.

Vous obtenez 2 points si vous avez déterminé quelle entreprise est celle qui gère le mieux son stock et si votre justification est judicieuse.

Etat de stock moyen	$\frac{\text{Stock initial} + \text{stock final}}{2}$
Rotation de stock	$\frac{\text{Chiffre d'affaires au prix de revient}}{\text{Etat de stock moyen}}$
Durée moyenne de stockage	$\frac{360}{\text{rotation de stock}}$

Points  
obtenus

Points

Conax	Autour du Bureau
a) Etat de stock moyen $\frac{(50'000 + 90'000)}{2} = 70'000$	a) Etat de stock moyen $\frac{(60'000 + 60'000)}{2} = 60'000$
b) Rotation de stock $\frac{840'000}{70'000} = 12x$	b) Rotation de stock $\frac{600'000}{60'000} = 10x$
c) Durée moyenne de stockage $\frac{360}{12} = 30 \text{ jours}$	c) Durée moyenne de stockage $\frac{360}{10} = 36 \text{ jours}$
Conséquence :  Le stock de Conax est plus grand, il est renouvelé 12x, ce qui fait que la marchandise reste moins longtemps en stock. L'autre stock est plus petit et a un taux de rotation plus faible. De ce fait, sans tenir compte des coûts, le stock de Conax est plus économique.	

Points  
 obtenus

Points

## Solution 20

**Objectif détaillé N° 1.8.1.1 Raisons pour l'importation**

**4 points**

### Situation de départ :

La Suisse importe annuellement des centaines de milliers de tonnes de matières premières et produits semi-fabriqués en provenance de pays étrangers.

### Tâche(s) :

Citez quatre raisons pour lesquelles la Suisse est tenue d'importer de l'étranger. Pour chaque raison, donnez deux exemples pratiques que vous connaissez.

Vous obtenez 1 point pour chaque raison correcte complétée de deux exemples correspondants (total maximum : 4 points).

Raison	Exemples 1 et 2
Les coûts de production sont trop chers	habits, poupées
	Chaussures
Les biens ou les services ne peuvent pas être fabriqués ou n'existent pas disponibles en Suisse	Pétrole, graines de café, caoutchouc
	Fève de cacao, acier
Les produits et prestations ne peuvent être produits que dans des quantités limitées.	Fromage, bois
	vin, coton, céréales
Demande sur le marché intérieur pas assez grande	Autos
	tourisme

### Remarque à l'attention des correcteurs :

D'autres facteurs judicieux sont possibles.

Points  
obtenus