

**Solution 1****6 points****Objectif détaillé N° 1.1.1.3: S'enquérir des besoins du client****Situation initiale:**

Vous travaillez au sein de la société Médica SA. Celle-ci fabrique des produits d'hygiène dentaire et buccale. Avant le lancement d'un nouveau produit, celui-ci est testé. Pour effectuer de tels tests, votre entreprise dispose d'un grand nombre de personnes volontaires. Ces personnes remplissent un questionnaire après avoir testé le produit et vous fournissent ainsi de précieux renseignements sur celui-ci. Médica SA vient de développer une nouvelle pâte dentifrice rendant les dents plus blanches et plus éclatantes.

**Tâches:**

- a) Il est possible de poser des questions ouvertes ou fermées.  
Indiquez en quelques mots deux raisons pour lesquelles vous utilisez des questions ouvertes lors d'un entretien avec un client.  
Vous obtenez 1 point pour une réponse correcte.
- Les questions ouvertes me permettent d'obtenir plusieurs / différentes informations.
  - Le client ne peut répondre ni par «oui» ni par «non».
  - Les questions ouvertes permettent d'identifier les besoins des clients.
  - Etc.
- b) Formulez pour chaque critère mentionné dans le tableau ci-dessous un exemple de question concrète conformément au type de question demandé. Les exemples que vous formulerez doivent être différents l'un de l'autre.  
Vous obtenez 1 point par exemple correct, soit 5 points au total.

Critère	Type de question:	Question concrète:
Effet	Question ouverte:	Quel effet la pâte dentifrice a-t-elle sur vos dents?
Goût	Question ouverte:	Cette pâte dentifrice a-t-elle un goût agréable?
Design du tube	Question ouverte:	Pourquoi le design vous plaît-il?
Emballage	Question fermée:	Trouvez-vous l'emballage pratique?
Prix	Question fermée:	Est-ce que le prix est trop élevé? Trouvez-vous le prix de la pâte dentifrice trop élevé?

**Indications pour l'évaluation:**

Les questions ouvertes sont des questions qui amènent des réponses autres que «oui» ou «non». Elles commencent généralement par «comment, qui, que, quoi, combien, où, quand, pourquoi, etc.».

D'autres questions sont possibles, elles doivent cependant répondre aux types de question exigés. Les questions similaires ne sont prises en compte qu'une fois.

Nombre de  
points  
obtenus  
par page:

Points

**Solution 2****3 points****Objectif détaillé N° 1.1.2.2: Saisir et transmettre les besoins des clients****Situation initiale:**

Vous travaillez au sein de l'entreprise XP-Event SA. Celle-ci organise des foires commerciales. Lors de la prochaine exposition, un de vos clients souhaiterait faire connaître son entreprise et ses produits. Vous le rencontrez pour identifier ses besoins.

**Tâche:**

Nommez en quelques mots six besoins que le client en question pourrait formuler par rapport à la présentation de son stand.

Vous obtenez ½ point par réponse logique, soit 3 points au total.

- |   |  |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"><li>- Comment présenter l'entreprise, le produit</li><li>- Attirer le regard (offrir une attraction)</li><li>- Concours pour attirer la clientèle</li><li>- Attraction musicale</li><li>- Solution peu coûteuse</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>- Situation du stand</li><li>- Grandeur du stand</li><li>- Infrastructure</li><li>- Etc.</li></ul> |
|---|--|

**Solution 3****6 points****Objectif détaillé N° 2.1.3.1: Se procurer des informations****Situation initiale:**

Vous travaillez comme employé/e de commerce au «CA» (centre d'appels téléphoniques) d'une grande entreprise spécialisée en informatique. Vous donnez des renseignements et êtes chargé/e de garantir le support après-vente des ordinateurs. Vous êtes un/e passionné/e d'informatique. Rien ne vous échappe et vous arrivez toujours à fournir la réponse qui convient.

**Tâche:**

Indiquez 6 moyens efficaces pour vous procurer les informations vous permettant de fournir des renseignements corrects à vos clients?

Vous obtenez 1 point par réponse correcte, soit 6 points au total.

- Manuels d'utilisation / documentation du producteur
- Site Intranet de l'entreprise
- Site Internet du producteur
- S'adresser à des utilisateurs expérimentés
- Consulter les forums de discussion sur Internet
- Revues spécialisées
- Journaux

D'autres réponses sont possibles.

---

Nombre de  
points  
obtenus  
par page:

**Solution 4****6 points****Objectif détaillé N° 2.1.4.2: Bon usage des données de l'entreprise d'apprentissage****Situation initiale:**

Vous êtes affecté/e au service administratif d'une PME. Une de vos connaissances vous prie de lui fournir des renseignements sur votre entreprise.

**Tâche:**

Donnez dans le tableau ci-dessous quatre exemples d'informations confidentielles qu'il ne faut pas transmettre à des tiers. Indiquez pour chaque exemple les conséquences négatives que la divulgation de l'information citée peut avoir sur votre entreprise. Vous obtenez ½ point par exemple correct et 1 point par indication correcte d'une conséquence négative, soit 6 points au total.

Exemple	Conséquence négative
Données relatives à l'établissement des prix	<ul style="list-style-type: none"><li>– La concurrence pourrait adapter ses prix à ceux de mon entreprise</li><li>– La concurrence pourrait offrir ses produits à de meilleurs prix</li></ul>
Fichier de la clientèle	<ul style="list-style-type: none"><li>– Violation de la confiance de la clientèle</li><li>– La concurrence pourrait essayer de prendre la clientèle de mon entreprise</li></ul>
Liste de fournisseurs	<ul style="list-style-type: none"><li>– Il peut en résulter des préjudices lors des futures négociations avec les fournisseurs</li></ul>
Données relatives au salaire d'un employé	<ul style="list-style-type: none"><li>– Violation de la protection de la personnalité</li></ul>
Brevets / recettes	<ul style="list-style-type: none"><li>– Les produits de mon entreprise sont copiés</li><li>– Perte de la position leader sur le marché</li></ul>
Données financières réservées à l'usage interne	<ul style="list-style-type: none"><li>– Perte de confiance interne / externe</li><li>– La concurrence connaît la situation financière de mon entreprise et ses éventuels points faibles</li></ul>

**Indication pour l'évaluation:**

D'autres exemples logiques sont possibles. Les conséquences négatives doivent correspondre aux exemples.

Nombre de points obtenus par page:

Points

**Solution 5****3 points****Objectif détaillé N° 2.1.2.1: Choisir des programmes PC standard****Situation initiale:**

Vous arrivez à la fin de votre formation commerciale. Pour permettre l'introduction de nouveaux apprentis, votre formateur vous demande d'établir un rapport et une présentation sur les paramètres fondamentaux de votre entreprise et les contenus de votre formation.

**Tâche:**

Pour pouvoir établir le rapport ainsi que la présentation, vous devez choisir avec soin les programmes que vous utiliserez à cet effet. Nommez trois programmes PC qui se prêtent à la réalisation de ces deux tâches. Expliquez votre choix en indiquant les possibilités de ces programmes.

Vous obtenez 1 point par réponse correcte accompagnée d'une explication pertinente, soit 3 points au total.

<b>Programme</b>	<b>Utilité Argumentation pour l'utilisation de ce programme</b>
Word, Writer, etc.	Système de traitement de textes: convient à l'établissement, au traitement et à la rédaction de textes.
Excel, Calc	Tableur: Permet le calcul de données et leur représentation graphique.
PowerPoint, Draw	Logiciel de présentation: Convient particulièrement à l'établissement de présentations qui peuvent être visualisées à l'aide de transparents ou d'un diaporama.

**Indications pour l'évaluation:**

D'autres réponses logiques sont possibles.

On n'attribuera pas de demi-point.

Pour chaque réponse correcte accompagnée d'une explication correcte, le candidat obtient 1 point, soit 3 points au maximum.

Nombre de  
points  
obtenus  
par page:

Points

## **Solution 6**

**7 points**

### **Objectif détaillé N° 1.1.3.3: Formuler des plaintes**

#### **Situation initiale:**

Vous travaillez à l'imprimerie Print SA, chemin des lettrines, 1111 Arial, où vous êtes responsable de la commande de matériel. Vous avez passé la commande suivante à la société Qualité & Cie, avenue d'excellence, 1200 Genève:

- 2 palettes de papier, couleur: blanc, format A4, à 80g/m<sup>2</sup>
- 1 palette de papier, couleur: jaune citron, format A4, à 120g/m<sup>2</sup>
- 15 paquets de papier, couleur: blanc, format A3, à 170g/m<sup>2</sup>
- Délai de livraison: 30 mai 2008.

La marchandise a été livrée aujourd'hui, mais le fournisseur a confondu les quantités de livraison: il vous a fait parvenir deux palettes de papier jaune citron et une palette de papier blanc. En outre, une partie des 15 paquets de papier (7 en tout) sont endommagés et leur contenu ne peut plus être utilisé.

#### **Tâche:**

Ecrivez une lettre de réclamation à la société Qualité & Cie. Celle-ci doit être formulée de telle sorte qu'elle corresponde aux exigences en matière de correspondance.

Vous obtenez 7 points au total pour la lettre de réclamation.

Nombre de  
points  
obtenus  
par page:

Points

Imprimerie Print SA  
Chemin des lettrines  
1111 Arial

Arial, date d'aujourd'hui

Qualité & Cie  
Avenue d'excellence  
1200 Genève

**Votre livraison de papier**

Madame, Monsieur,

En date d'aujourd'hui, nous avons reçu votre livraison de papier.

Lors de la vérification de la marchandise, nous avons constaté que vous aviez commis une erreur de livraison et qu'une partie de la marchandise était défectueuse.

Ainsi, vous avez confondu les quantités de livraison et fourni une palette de papier blanc (au lieu des deux palettes commandées) et deux palettes de papier jaune citron (nous n'en avons commandé qu'une).

En outre, sur les quinze paquets de papier A3 livrés, sept sont endommagés et leur contenu inutilisable.

Nous vous prions de bien vouloir nous livrer d'ici au 10 juin 2008 la quantité de papier manquante et remplacer la marchandise défectueuse.

Lors de la livraison, nous remettons à votre chauffeur le papier jaune citron livré en trop.

En vous remerciant d'avance de votre prompte prise de position, nous vous prions d'agréer, Madame, Monsieur, nos salutations distinguées.

Imprimerie Print SA

Nom de l'auteur

**Indications pour l'évaluation:**

Le candidat doit fournir une solution conformément à l'objectif détaillé 1.1.3.3: dans une situation concrète, je choisis les mots justes pour formuler une critique, un doute, un problème ou une plainte et expose de manière objective ce qui me tient à cœur.

Aspects partiels: s'exprime de manière compréhensible, argumente objectivement sur la base de faits évidents, a des idées pour la procédure ultérieure.

**Attribution des points:**

- 1 point pour les adresses, l'objet de la lettre et l'introduction;  
il est possible d'attribuer des points partiels
- 2 points pour une exposition objective et compréhensible des faits;  
il est possible d'attribuer des points partiels
- 2 points pour les propositions quant aux mesures à prendre par le fournisseur (y compris l'indication d'un délai de livraison pour le papier manquant);  
il est possible d'attribuer des points partiels
- 1 point pour la conclusion
- 1 point pour l'orthographe / Déduction:  
jusqu'à 2 fautes d'orthographe ½ point / plus de 2 fautes d'orthographe: 1 point
- La présentation de la lettre ne fait pas l'objet de l'évaluation

Nombre de  
points  
obtenus  
par page:

Points

**Solution 7**

**4 points**

**Objectif détaillé N° 1.6.1.3: Analyser des processus de travail**

**Situation initiale:**

Vous êtes en mesure de comprendre, d'analyser et, si nécessaire, d'améliorer des processus de travail.

**Tâche:**

Vous trouverez ci-après les différentes étapes relatives au traitement par écrit des réclamations que reçoit une société de services de la part de ses clients. Veuillez examiner le déroulement des étapes sous l'angle des deux aspects mentionnés dans le tableau figurant à la page suivante et faites des propositions d'amélioration correspondantes en utilisant des phrases complètes. Vous obtenez 2 x 2 points, soit 4 points au total.

1	Réception de la réclamation écrite
2	Le service de courrier interne appose un tampon de réception
3	La lettre est transmise au secrétariat de direction
4	Saisie statistique
5	La lettre est photocopiée et transmise à la direction
6	Surveillance de l'entrée des prises de position internes
7	Prise de position claire -> passage à l'étape suivante Prise de position peu claire -> retour à la direction
8	La lettre est photocopiée et transmise au service de marketing
9	Surveillance de l'entrée des prises de position internes
10	Prise de position claire -> passage à l'étape suivante Prise de position peu claire -> retour au service de marketing
11	La lettre est photocopiée et transmise au service directement concerné par la réclamation
12	Surveillance de l'entrée des prises de position internes
13	Prise de position claire -> passage à l'étape suivante Prise de position peu claire -> retour au service directement concerné par la réclamation
14	Préparation d'une réponse
15	Approbation par la direction
16	Etablissement et envoi de la réponse par le secrétariat de direction
17	Classement

Aspects à prendre en compte	Possibilités d'amélioration
Durée de traitement de la réclamation	Le traitement de la réclamation dure trop longtemps si chacun des services doit prendre position.
Orientation-client	Il manque l'accusé de réception indiquant au client que la réclamation sera traitée dans les meilleurs délais.

Nombre de points obtenus par page:

Points

**Solution 8****5 points****Objectif détaillé N° 1.1.1.1: Préparer un entretien avec un client****Situation initiale:**

Ces prochains jours, vous rencontrerez un client important (les «clients» sont toutes les personnes ou institutions auxquelles vous fournissez des prestations de services). En imaginant une situation telle qu'elle aurait pu se produire dans votre entreprise formatrice, préparez l'entretien avec le client et réunissez la documentation nécessaire.

**Tâches:**

- a) Pour cet entretien, vous emporterez un bloc-notes, de quoi écrire et trois documentations. Enumérez dans le tableau ci-dessous les trois documentations que vous emporterez et expliquez à quoi elles vous serviront. Pour l'indication de la documentation **et** l'explication correcte, vous obtenez 1 point, soit 3 points au total.

Documentation	A quoi sert-elle?
Echantillons / vidéos / photos	Permet de présenter, à l'aide d'exemples, les produits au client
Prospectus / brochures	Fournit au client une vue d'ensemble de nos prestations et de nos produits
Liste de prix	Garantit la transparence

**Indication pour l'évaluation:**

Pour l'indication de la documentation et une explication logique et correcte, le candidat obtient 1 point; pas d'attribution de points partiels.

- b) Au cours de votre entretien, le client émet de grandes réserves et hésite à conclure le contrat. Comment vous comportez-vous? Exposez, de manière compréhensible et en quelques mots, deux exemples de comportements. Vous obtenez 1 point par exemple, soit 2 points au total.

- |   |  |
|---|--|
| - Saisir les problèmes                    | - Amener le client à réexaminer ses réserves |
| - Proposer des solutions                  | - Rester calme et poli                       |
| - Présenter les avantages des prestations | - Proposer un autre rendez-vous              |

**Indication pour l'évaluation:**

Pour chaque exemple de comportement logique, le candidat obtient 1 point.

Nombre de points  
obtenus  
par page:

Points

## Solution 9

Objectif détaillé n° : 1.13.2.2

Différence prescriptions - normes

3 points

### Tâche :

Attribuez dans le tableau ci-dessous les termes et abréviations suivants en tant que prescription et / ou norme :

- A4 (exemple déjà attribué)
- Vitesse maximale sur la route (exemple déjà attribué)
- International Organization for Standardization ISO
- Décision étatique
- Uniformisation
- Association Suisse de Normalisation SNV
- Obligation de respecter
- Loi sur les produits chimiques en Suisse
- Recommandations facultatives
- Cotes techniques
- Economie
- Ordonnance sur l'énergie nucléaire

(0.25 point par attribution correcte de chaque terme et abréviation, total maximum 3 points)

Prescriptions :	Normes :
Vitesse maximale sur la route	A4
Décision étatique	International Organization for Standardization ISO
Uniformisation	Uniformisation
Obligation de respecter	Association Suisse de Normalisation SNV
Loi sur les produits chimiques en Suisse	Recommandations facultatives
Cotes techniques	Cotes techniques
Ordonnance sur l'énergie nucléaire	Economie

Nombre de points obtenus par page:

Points

## Solution 10

Objectif détaillé n° : 1.9.2.1

Fonctions du commerce

7 points

### Situation initiale :

Sur l'ensemble de la chaîne de création de valeur, le secteur du commerce et de la logistique assume une fonction centrale.

### Tâches :

a) Veuillez compléter les deux points ouverts dans la phrase suivante.

(½ point par terme correct, total maximum 1 point)

« **En tant qu'intermédiaire dans l'échange des biens, une des tâches ou fonctions des entreprises commerciales est de faciliter la distribution entre les **PRODUCTEURS ou FABRICANTS** et les **CONSOMMATEURS ou CLIENTS FINAUX.** »**

b) Dans le cadre de cette relation, citez quatre des sept fonctions du commerce et donnez un exemple pour chacune des fonctions.

(1 point par fonction correcte et ½ point par exemple correspondant, total maximum 6 points)

	Fonction	Exemple
1	Fonction quantitative	Le producteur vend de grosses quantités de produits au commerçant à un prix bon marché. Le commerçant peut faire partiellement profiter les consommateurs des prix d'achat assez bas.
2	Fonction de qualité et d'assortiment	Le commerçant adapte son assortiment en fonction des désirs des clients et adapte le prix à leur pouvoir d'achat. Il doit se référer à des études de marché, éventuellement à un service clientèle. Il doit aussi effectuer les travaux faisant partie du concept de manipulation.
3	Fonction de transport	Le commerce a pour mission de combler la distance entre le lieu de production et le lieu d'achat par le consommateur.
4	Fonction d'entreposage	En entreposant la marchandise, le commerçant couvre la période qui s'écoule entre la production et la demande et compense aussi les variations de la demande ainsi que de l'offre. Ce faisant, le commerce sert d'une part au consommateur et d'autre part également au fabricant.

Autres fonctions du commerce :

- Fonction d'approvisionnement
- Fonction de crédit et de financement
- Fonction d'information et de conseil

Nombre de points obtenus par page:

Points

**Question 11**

**Objectif détaillé n° : 1.10.3.3**

**Objectifs de la gestion de stock**

**4 points**

**Situation initiale :**

La gestion de stock comporte trois buts/objectifs essentiels pour l'entreprise.

**Tâche :**

Dans le tableau ci-dessous :

- But n°1 : citez le premier objectif correspondant à l'explication. (1 point)
- But n°2 : citez 2 coûts principaux avec un exemple concret par coût. (½ point par coût et ½ point par exemple, total maximum 2 points)
- But n°3 : l'explication est-elle juste ou fausse ? (1 point)

	But / objectif	Explication et exemple									
1	Disponibilité à la livraison	Cet objectif indique quel est le pourcentage de la marchandise commandée qui peut être livrée directement du stock. Un niveau de 95% est déjà considéré comme excellent.									
2	Limitation / réduction des coûts de stockage	Citez deux coûts de stockage et donnez un exemple concret pour chacun des deux coûts :									
		<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Coût</th> <th>Exemple</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>Frais de personnel</td> <td>Collaborateurs chargés des stocks ; Administration Apprenants</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>Coût des machines</td> <td>Chariot élévateur PC Monte-charge (ascenseur)</td> </tr> </tbody> </table>		Coût	Exemple	1	Frais de personnel	Collaborateurs chargés des stocks ; Administration Apprenants	2	Coût des machines	Chariot élévateur PC Monte-charge (ascenseur)
			Coût	Exemple							
1	Frais de personnel	Collaborateurs chargés des stocks ; Administration Apprenants									
2	Coût des machines	Chariot élévateur PC Monte-charge (ascenseur)									
3	Réduction de l'immobilisation du capital	L'augmentation de la rotation de stock apporte une réduction de l'immobilisation du capital ? <input checked="" type="checkbox"/> juste <input type="checkbox"/> faux									

Autres solutions possible pour le but n° 2 :

- Risques de stockage
- Coûts du bâtiment de l'entrepôt

Nombre de points obtenus par page:

Points

**Solution 12**

Objectif détaillé n° : 1.10.1.1

Connaître la composition de l'assortiment

8 points

**Situation initiale :**

L'offre de produits d'une entreprise commerciale s'appelle l'assortiment. Chaque assortiment comprend une composition correspondant aux besoins de l'entreprise commerciale et naturellement aux attentes de ses clients. Cette composition est appelée « structure de l'assortiment ».

**Tâche :**

Dans le tableau figurant sur la page suivante, citez les termes techniques décrivant la structure de l'assortiment. Expliquez chaque terme avec un exemple compréhensible et citez le genre d'entreprise comportant ce type d'assortiment.

Le schéma ci-dessous montre comment un assortiment peut se composer. Ne décrivez pas cet assortiment, mais utilisez-le comme illustration.

(½ point pour chaque terme technique correct ; 1½ point pour chaque explication compréhensible avec un exemple et un genre d'entreprise corrects ; total maximum 8 points)

**Assortiment**



A1	B1	C1	D1	E1	F1
A2	B2	C2	D2	E2	F2
A3	B3	C3	D3	E3	F3
A4	B4	C4	D4	E4	F4
A5		C5	D5	E5	
A6		C6	D6		
A7		C7			

Nombre de  
points  
obtenus  
par page:

		Points
Terme technique	Explication avec exemple et genre d'entreprise	
Assortiment large	Beaucoup de catégories ou de groupes de marchandises. Par exemple : grand magasin	
Assortiment étroit	Peu de catégorie ou de groupes de marchandises. Par exemple : magasin spécialisé (boucherie)	
Assortiment profond	Beaucoup d'exécutions, d'alternatives ou de sortes différentes au sein d'une même catégorie ou d'un même groupe de marchandises. Par exemple : magasin spécialisé (magasin de chapeaux)	
Assortiment plat (peu profond)	Peu d'exécutions, d'alternatives ou de sortes différentes au sein d'une même catégorie ou d'un même groupe de marchandises. Par exemple : Discounter	
		Nombre de points obtenus par page:

Points

## Solution 13

Objectif détaillé n° : 1.13.3.1

Liens pratiques des lois et prescriptions

6 points

### Situation initiale :

Les commerçants sont toujours disposés à vérifier l'impact des différentes lois sur le commerce et les entreprises commerciales.

### Tâche :

Inscrivez sur chacune des quatre lignes vierges figurant ci-dessous (Cas n°) une loi ou une ordonnance étant importante pour le travail effectué dans votre entreprise formatrice.

Dans chacune des quatre cases, expliquez sous forme de mots-clés, pourquoi une telle loi ou ordonnance est si importante pour votre entreprise et comment votre entreprise assure que cette prescription étatique soient respectée.

(½ point pour chaque loi / chaque ordonnance inscrite ; 1 point pour chaque explication compréhensible et correspondant à la loi / l'ordonnance citée ; total maximum 6 points)

### Cas n° 1 : Code des obligations (CO)

Important pourquoi ? / comment ou par qui mis en application ? :

Des diverses espèces de contrats / des sociétés commerciales et de la société coopérative / du registre du commerce, des raisons de commerce et de la comptabilité commerciale / des papiers valeurs.

Par le département juridique / comptable ou par un juriste / un comptable.

### Cas n° 2 : loi sur le travail (LTr) ou Ordonnances sur le travail (OLTr)

Important pourquoi ? / comment ou par qui mis en application ? :

La loi sur le travail (LTr) constitue le fondement de la protection des travailleurs.

L'ordonnance 3 relative à la loi sur le travail (OLT 3), qui indique quelles sont les obligations et les droits en matière de protection de la santé

L'ordonnance 4 relative à la loi sur le travail (OLT 4), qui traite des prescriptions applicables aux entreprises industrielles et règle la procédure d'approbation des plans et d'autorisation d'exploiter

L'ordonnance 5 relative à la loi sur le travail (Ordonnance sur la protection des jeunes travailleurs, OLT 5) a pour objectif la protection de la santé et de la sécurité au travail des jeunes de moins de 18 ans.

Nombre de points obtenus par page:

Points

Cas n° 3 : **Loi fédérale sur la formation professionnelle (LFP)**

Important pourquoi ? / comment ou par qui mis en application ? :

**Formation professionnelle initiale (contrat d'apprentissage, cours interentreprises)**

**Formation des responsables de la formation professionnelle (formateurs, enseignants)**

Cas n° 4 : **Loi sur les produits chimiques (LCHIM)**

Important pourquoi ? / comment ou par qui mis en application ? :

**Solution de branche reconnue par la CFST**

**Affiches**

**Formation du personnel**

**D'autres lois ou ordonnances sont possibles**

**Lorsque le titre de la loi / le nom de l'ordonnance n'est pas expressif mais qu'il ressort de l'explication de quel décret étatique il s'agit, on peut accorder au maximum 1 point.**

Nombre de  
points  
obtenus  
par page:

Points

**Solution 14**

**Objectif détaillé n° : 1.11.1.2**

**Importance des mesures de promotion des ventes**

**8 points**

**Situation initiale :**

En complément de la publicité, qui agit plutôt à moyen et long terme, la stimulation des ventes – également appelée Sales Promotion – vise des réactions rapides des clients. Elle veut créer un attrait à court terme qui doit immédiatement conduire à l'achat d'une marchandise ou à l'utilisation d'un service. Le lieu d'action de la stimulation des ventes est d'abord le Point of Sale POS, donc le lieu de vente.

**Tâche :**

Choisissez (et cochez) l'un des trois types d'entreprises suivantes :

- Discounter de produits alimentaires (1)
- Magasin spécialisé dans le sport (2)
- Magasin de vêtement (niveau de prix élevé) (3)

Puis cochez dans chacun des six thèmes figurant dans le tableau sur les pages suivantes, une des trois propositions correspondant au type d'entreprise que vous avez choisi et justifiez-la.

Remarque : dans cette tâche, ce n'est pas simplement juste ou faux. Si l'explication de votre choix est compréhensible, vous obtenez les points complets, même si votre choix ne semblait pas correspondre au départ à l'entreprise que vous avez choisie.

(1 ½ point pour quatre des six thèmes traités de manière compréhensible ; 1 point pour deux autres thèmes traités de manière compréhensible; total maximum 8 points)

	<input checked="" type="checkbox"/> cochez à chaque fois l'une des trois cases
Design de l'espace de vente	<input type="checkbox"/> beaucoup de bois et de cuir (3) <input type="checkbox"/> tablards en bois fixés sur des câbles en acier (2) <input type="checkbox"/> palettes posées au sol et gondoles en métal léger <b>1</b> Parce que _____
Musique de fond	<input type="checkbox"/> classique (3) <input type="checkbox"/> pop (1/2) <input type="checkbox"/> folklore / musique de variété (1/2) Parce que _____

\_\_\_\_\_  
Nombre de points obtenus par page:

		Points
Eclairage	<input type="checkbox"/> éclairage clair au néon (1) <input type="checkbox"/> spots halogènes et éclairage indirect (2) <input type="checkbox"/> gros chandeliers en cristal et éclairage indirect (3) Parce que _____	
Température ambiante	<input type="checkbox"/> pas de climatisation (2) <input type="checkbox"/> plutôt frais (1) <input type="checkbox"/> plutôt chaud (3) Parce que _____	
Conception des itinéraires dans le magasin	<input type="checkbox"/> indicateurs en couleur au sol (1/2) <input type="checkbox"/> chaque secteur est affiché par un symbole sur un drapeau (1/2) <input type="checkbox"/> aucun marquage spécial (2/3) Parce que _____	
		Nombre de points obtenus par page:

Points

## Solution 15

Objectif détaillé n° : 1.9.1.1

Le circuit économique

8 points

### Situation initiale :

De la matière première au consommateur final, les biens et prestations sont traités par différentes entreprises. Les différents membres d'un circuit économique se distinguent par la nature des tâches qu'ils exécutent.

### Tâche :

Complétez le circuit économique entre la nature et le consommateur final pour un produit venant de votre entreprise formatrice :

- Vous choisissez un produit de votre entreprise
- Vous citez quatre étapes que va parcourir ce produit dans le circuit économique
- Pour chaque étape, vous décrivez ce qui sera effectué

(1 point pour chaque étape correctement citée ; 1 point pour chaque tâche effectuée correspondant à chaque étape; total maximum 8 points)

### Voici le produit de mon entreprise que j'ai choisi :

*Produit cité par le candidat*

(si aucun produit adéquat de votre entreprise ne vous vient à l'esprit, choisissez un exemple de produit qui vous convient).

Étapes du circuit économique :	Tâche(s) :
<i>Nature</i>	<i>Contient les matières premières</i>
Extraction des matières premières	Extraire les matières premières de la nature
Fabricant (traitement des matières premières)	Traite la matière première pour fabriquer un produit
Grossiste	Achète et stocke le produit fini en grande quantité
Détaillant	Achète le produit auprès des grossistes, peut le détailler (diminuer la quantité par paquet) et le vend au consommateur final
<i>Consommateur final</i>	<i>Achète et consomme</i>

Selon le produit, respectivement l'entreprise, le circuit économique peut être structuré différemment. Des solutions compréhensibles permettent d'atteindre le nombre de points total.

Nombre de points obtenus par page:

Points

**Question 16**

Objectif détaillé n° : 1.11.1.5

Mix marketing

8 points

**Situation initiale :**

A proximité d'une école professionnelle et d'une université, un magasin de vêtements de sport pour l'extérieur va s'ouvrir en octobre de cette année et s'appellera **Sport-Fashion**.

Concevez un marketing Mix pour ce magasin afin d'atteindre les objectifs suivants :

Objectif au niveau des produits :

- Nous gérons un assortiment étroit et plat, nous nous concentrons sur la mode actuelle des vêtements de sport pour l'extérieur.
- Nous vendons des vêtements de sport tendance et bon marché. Pour ce faire, nous importons de grandes quantités en provenance d'Extrême-Orient.
- Le conseil au client est compétent et adapté à la clientèle.

Objectif au niveau du marché :

- Nous visons à ce que Sport-Fashion soit reconnu dans les 6 premiers mois comme magasin de vêtements de sport le meilleur marché par les jeunes de la région.
- Nous nous imposons dans le marché régional grâce à nos prix et nous faisons constamment des actions.
- Nous voulons créer une clientèle fidèle.

**Tâche :**

Complétez le tableau figurant sur la page suivante :

- 1<sup>ère</sup> colonne : citez les quatre domaines du marketing mix (4P).
- 2<sup>ème</sup> colonne : citez pour chaque domaine deux instruments appropriés.
- 3<sup>ème</sup> colonne : décrivez l'utilisation concrète de chaque instrument que vous avez cité afin d'atteindre les objectifs définis.

(2 points pour chaque ligne complètement remplie et correspondant aux objectifs fixés; si une ligne n'est que partiellement remplie, aucun point ne sera attribué ; total maximum 8 points)

---

Nombre de points obtenus par page:

			Points
Domaines du marketing mix	Instruments	Mise en jeu (utilisation concrète de chaque instrument)	
<b>Produit</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- habillement dans les couleurs de tendance</li> <li>- Conseil lors de la vente</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nous achetons des fins de série de l'assortiment de grandes marques de vêtements de sport.</li> <li>- Les jeunes vendeurs-euses seront régulièrement formés afin qu'ils puissent conseiller de manière compétente.</li> </ul>	
<b>Prix</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conditions de crédit</li> <li>- Rabais et bonus</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nous acceptons les cartes de crédits.</li> <li>- Actions de saison : achetez une nouvelle veste de ski et nous vous offrons le pantalon correspondant.</li> </ul>	
<b>Place</b> (en anglais) <b>Distribution</b> (en français)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Zone de vente située dans la zone de stockage</li> <li>- Shop Internet</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nous organisons la zone de stockage de telle façon qu'elle serve de surface de vente.</li> <li>- Nous offrons également notre assortiment sur Internet.</li> </ul>	
<b>Promotion</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Publicité</li> <li>- sponsoring</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nous faisons de la publicité dans la presse régionale et distribuons des flyers.</li> <li>- Nous nous engageons dans des événements réalisés par notre secteur de clients.</li> </ul>	

D'autres combinaisons judicieuses des instruments de marketing sont possibles.

Nombre de points obtenus par page:

Points

**Question 17**

Objectif détaillé n° : 1.13.1.2

Tâches de l'administration douanière

8 points

**Situation initiale :**

Le domaine des douanes en Suisse effectue quatre tâches principales.

**Tâche :**

Citez les quatre tâches principales de l'administration douanière helvétique puis, sur la base d'un exemple que vous avez choisi, décrivez sous forme de mots-clés de quoi il s'agit.

Remarque : deux des tâches principales (2<sup>ème</sup> et 3<sup>ème</sup> tâche) sont déjà citées !

(1 point pour chacune des deux autres tâches principales correctes ; 1 point par explication correspondante pour la 1<sup>ère</sup> et 3<sup>ème</sup> tâche ; 2 points par explication correspondante pour la 2<sup>ème</sup> et 4<sup>ème</sup> tâche ;  
total maximum 8 points)

Solutions selon le texte de connaissance de la branche ; d'autres exemples correspondants sont possibles.

**Texte de connaissance de la branche (extrait)****3. Tâches de l'administration douanière****Perception des redevances**

Droits de douane; taxe sur la valeur ajoutée lors d'importation ; impôts sur les huiles minérales, les automobiles, le tabac et la bière ; redevances sur le trafic des poids lourds et l'utilisation des routes nationales ; taxe d'incitation sur les composés organiques volatiles (COV), etc.

**Coopération avec les autorités et organisations étrangères**

Surveillance de l'importation et de l'exportation de certaines marchandises ; protection de l'agriculture dans le cadre des accords GATT / OMC ; statistiques du commerce extérieur, etc.

**Protection de la population et de l'environnement**

Contrôle des denrées alimentaires à la frontière ; protection des animaux, des plantes et des espèces; lutte contre la contrebande de stupéfiants ; contrôle du trafic de matériel de guerre et d'armes ; contrôle du trafic des marchandises dangereuses, substances radioactives et toxiques ; contrôle des métaux précieux ; protection des marques, indications géographiques de provenance ; etc.

**Sécurité dans l'espace public**

Exécution des mesures de sécurité internationales et d'embargo ; contrôle des personnes et des passeports ; entrées illégales sur le territoire ; observation des prescriptions sur la circulation routière lors de l'entrée et de la sortie ; soutien aux administrations douanières étrangères, etc.

---

Nombre de points obtenus par page: