

Lisez le texte suivant et répondez aux différentes questions en utilisant le vocabulaire adapté.

Contexte professionnel

Ka'beauty est un institut de beauté indépendant situé à Amiens, ville connue pour ses macarons originaux et pour la maison de Jules Verne.

L'institut vend des produits cosmétiques et des prestations esthétiques à une clientèle tout public.

Il est localisé en centre-ville, dans une rue commerçante, entre une bijouterie et une boulangerie-sandwicherie.

Un arrêt de bus se trouve en face et à l'arrière il est prévu un parking gratuit.

Les conseillères-vendeuses prennent en charge les clients dès leur entrée dans l'établissement, conseillent et effectuent des ventes personnalisées.

La clientèle, qui apprécie les marques professionnelles distribuées et les petits prix pratiqués, aime particulièrement l'odeur du parfum d'intérieur et la décoration des cabines de soin.

Questions à partir du contexte professionnel Ka'beauty

1. Dégagez le potentiel de fréquentation, en énumérant quatre points forts. (4 points)

- Grande ville
- Trafic important et taille intéressante de la zone de chalandise (zone d'affluence de clients)
- Tourisme
- Facilités d'accès, bon réseau de transports

2. Quel est le type de vente mobilisé par les conseillères-vendeuses ? (1 point)

- Vente assistée

3. Citez les facteurs d'ambiance. (2 points)

- Olfactif
- Décoratif

4. Quel est le profil de la clientèle de l'institut ka'beauty selon le schéma de Sabone ? (2 points)

- O (Orgueilleuse pour le mobile des marques d'expertise)
- E (Économe pour l'attraction des prix bas)

5. Comment obtient-on le prix TTC d'un produit destiné à la vente ? (1 point)

Prix de vente HT + TVA = Prix TTC (autre réponse possible : Coût d'achat HT x Coefficient multiplicateur = Prix TTC)

6. Proposez à Ka'beauty un support de publicité pour recruter une nouvelle clientèle. (2 points)

- Média (Télévision-Radio-Presses-Internet) : grande diffusion, élargir son réseau.
- Hors-média (Bouche à oreille-Annuaire-Invitations privées) : budget moins coûteux, approfondir son réseau.

7. Une parfumerie appartenant à une enseigne célèbre (en chaîne) est implantée à moins de 15 minutes à pied de cet institut. Que représente cette parfumerie ? (0,50 point)

- Concurrence indirecte

8. Un institut appartenant à une enseigne célèbre (en chaîne) va bientôt s'implanter dans la même rue commerçante. Que représente ce nouvel institut selon vous? (0,50 point)

– Concurrence directe (activité principale similaire)

9. Donnez les deux avantages de la dose d'essai. (1 point)

– Outil pour fidéliser (gratifier en offrant)

– Outil d'aide à la vente (faire découvrir et susciter l'intérêt)

10. Voici comment sont présentés les produits destinés à la vente dans la surface d'accueil. (6 points)

Titrez et annotez le schéma suivant :

Titre: **Plan de marchandise**

