

N° de candidat-e:

Nom:

Prénom:



Schweizerischer Verband technischer Kaderleute
Société suisse des cadres techniques
Società svizzera dei quadri tecnici

Examen professionnel de spécialiste technico-gestionnaire / 2023

Marketing et vente

PROPOSITION DE SOLUTION

Pour l'ensemble de l'examen, veuillez utiliser **exclusivement** les présentes feuilles de solutions. **Les éventuelles remarques et annotations figurant sur les feuilles d'examens ne seront pas évaluées.**

Si vous n'avez pas assez de place pour répondre, veuillez utiliser le verso des feuilles de solutions. Deux feuilles de solutions vierges sont fournies en plus, et d'autres feuilles de solutions sont disponibles auprès du surveillant.

Partie 1: questions de connaissance fermées

Questions à choix unique: 1 seule réponse est correcte.

Questions à choix multiple: Il peut y avoir 2, 3 ou 4 réponses correctes.

Exercices de classement: Les chiffres 1 – 4 doivent être associés aux solutions.

Exercices d'association: Les chiffres 1 – 4 doivent être associés aux solutions.

Évaluation: 2 points par sous-question = 34 points

Questions à choix unique	Solutions			
	A	B	C	D
1.1.			X	
1.2.		X		
1.3.			X	
1.4.			X	
1.5.		X		
1.6.	X			
1.7.		X		
1.8.				X
Questions à choix multiple	A	B	C	D
1.9.	X		X	X
1.10.		X		X
1.11.	X		X	
1.12.	X		X	X
1.13.	X	X	X	
1.14.		X		X
Exercices de classement	A	B	C	D
1.15.	2	1	4	3
1.16.	3	2	1	4
Exercices d'association	A	B	C	D
1.17.	2	3	1	4



N° de candidat-e:

Nom / prénom:

Partie 2: questions de connaissance ouvertes

Évaluation:

6 points au maximum sont attribués par exercice.

Questions de situation

2.1. Promotion des ventes

1. bonus

Pour chaque outil vendu, le vendeur / la vendeuse concerné(e) reçoit 10 CHF de bonus. La mesure s'applique à la catégorie d'outils "Clés à molette multifonctionnelles" et dure 2 mois. Le montant du bonus sera versé directement aux vendeurs par nos soins à la fin de la promotion. La promotion débute le 1.11.2023.

2. formation

Formation intensive sur nos produits, afin que le personnel du commerce spécialisé puisse mieux vendre nos outils et mieux conseiller les clients finaux. Nous assurons la formation une semaine avant le premier jour de la promotion des ventes et donc fin octobre 2023. Après un mois (fin novembre), il y a une mise à jour de la formation sur place, où nous répondons à toutes les questions.

3. incitation

Nous organisons un concours de vente entre les vendeurs/vendeuses du commerce spécialisé. Le/la meilleur(e) vendeur(se) pendant la période promotionnelle de 2 mois recevra un nouveau MacBook Pro. Il s'agit de la catégorie d'outils "Scies de précision modernes". La promotion débute le 1. 11. 2023.

N° de candidat-e:

Nom / prénom:

2.2. Réclamation

De : Petra Muster

À : fournisseur du lavabo en céramique

Sujet: Livraison du lavabo en céramique du 15.8.2023

Chère Madame, cher Monsieur

Nous avons commandé le 2 août 2023 le lavabo en céramique avec les dimensions (largeur 80 cm, longueur/profondeur 50 cm, hauteur 46 cm).

La livraison d'aujourd'hui, datée du 15 août 2023, contient le meuble de bain d'une largeur de 60 cm.

Les dimensions du meuble de bain ne correspondent pas à la commande.

Je vous prie de bien vouloir me livrer le meuble de bain correct avec les dimensions (largeur 80 cm, longueur/profondeur 50 cm, hauteur 46 cm) avant le 1er septembre 2023.

Merci beaucoup et meilleures salutations

Petra Muster

Magasin de plomberie
101, Ancienne route nationale
CH-5000 Aarau

1. Classification des clients selon la marge de contribution

La marge de contribution correspond au bénéfice par client. Le chiffre d'affaires est également un critère important, mais il est encore plus important de savoir combien d'argent l'entreprise gagne par client.

2. Classification des clients en fonction de leurs habitudes de paiement

Il est très important que les clients paient dans les délais (Citrus GmbH n'est pas une banque et ne peut pas préfinancer le business des clients). Il s'agit d'un critère important, notamment en vue des activités commerciales futures. Un chiffre d'affaires élevé (classification A, B, C) est certes important, mais les clients doivent également payer à temps. Dans le cas contraire, la liquidité de Citrus GmbH pourrait également être menacée.

3. Classification des clients en fonction de leur potentiel futur.

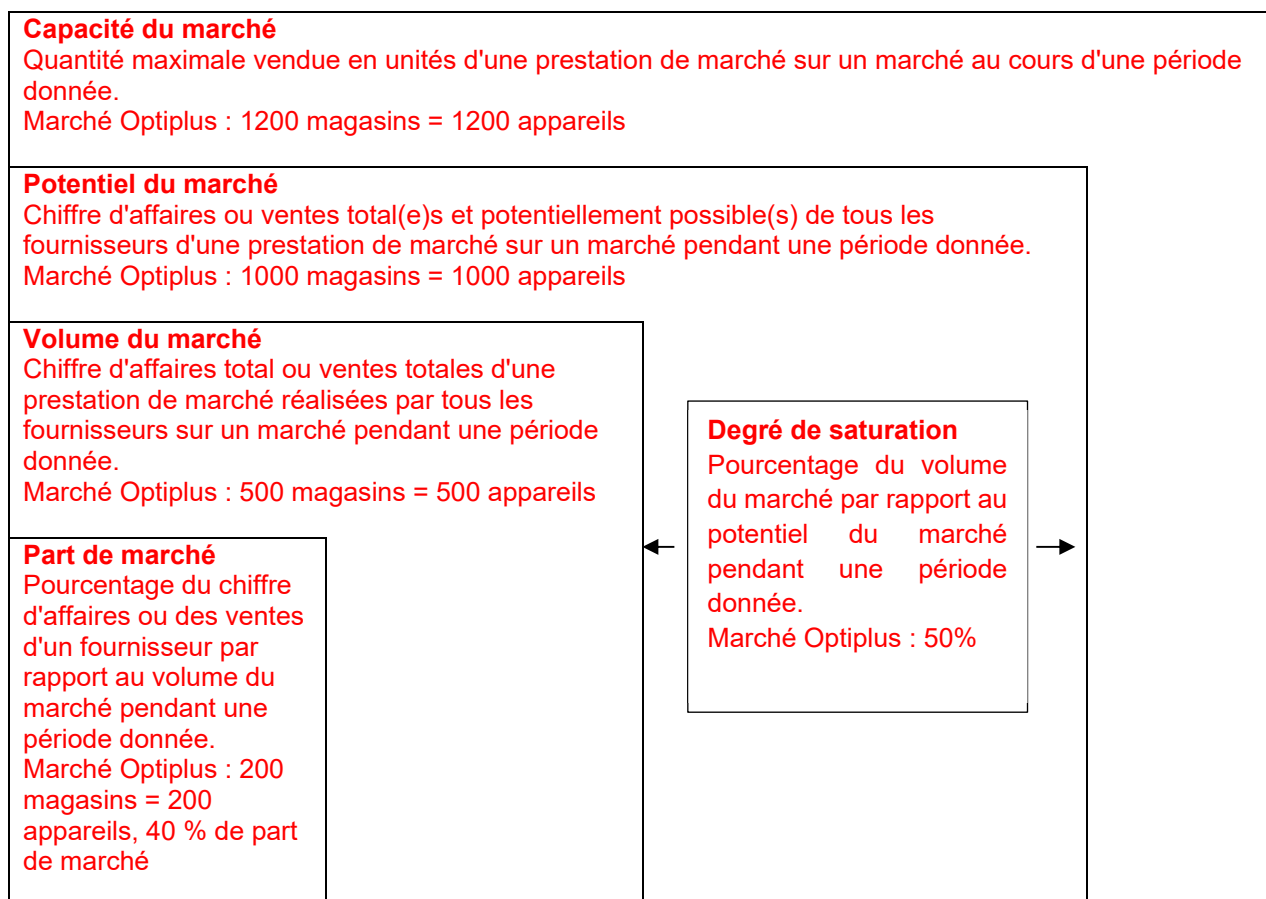
Cela permet à Citrus GmbH de savoir quels clients et groupes cibles sont importants et doivent être traités en priorité. Cela permet de traiter les clients de manière efficace et efficiente et de fixer des objectifs concrets.

Exercice de visualisation

2.4. Analyse de marché et composantes du marché

Aperçu des tailles de marché

Marché de la société Optiplus et magasins d'opticiens au 1.1.2023



N° de candidat-e:

Nom / prénom:

Exercice ouvert

2.5. Mix marketing, 3 P

1. Process:

Il s'agit de processus exécutés lors de la prestation de services.
Par exemple, un processus orienté vers le client, comme un simple paiement.

2. People:

Il s'agit du personnel qui fournit un service.
Par exemple, la qualité ou encore l'engagement du personnel.

3. Physical Tangibles / Facilities:

Le terme « Facilities » est lié à la politique d'équipement comme les locaux et les installations et est particulièrement important dans le secteur des services.
Par exemple, l'apparence, l'architecture intérieure d'une banque.

Partie 3: Mini cases

Évaluation:

12 points au maximum sont attribués par exercice.

3.1. Réclamation

Tâche 1

1. blâmer le client : L'affirmation "en outre, une telle chose peut être exclue avec nos produits, il doit s'agir d'une erreur d'utilisation" est une accusation.

Justification : Le client se sent attaqué

2. rejeter la responsabilité sur quelqu'un qui n'est pas sur place. L'affirmation « Il se pourrait tout au plus que l'entreprise qui a réalisé les travaux de plâtrerie ait endommagé l'éclairage » ne peut être faite par Monsieur Müller si elle n'est pas étayée par des faits et qu'elle constitue simplement une supposition émise par Monsieur Müller. De plus, pour le client, il importe peu de savoir qui a causé le défaut. Le client veut une installation qui fonctionne et qui ne présente aucun défaut.

Justification : Cela n'est pas orienté vers une solution

3. minimisation de la situation en disant "ce n'est pas si tragique" ! Pour Monsieur et Madame Berger, le fait que l'éclairage ne fonctionne pas et que le déroulement du projet ne corresponde pas à leurs attentes est un défaut fondamental de Licht AG.

Justification : Le client ne se sent pas pris au sérieux.

Tâche 2

1. Je comprends parfaitement votre colère. Nous commençons demain à chercher l'erreur et nous vous informerons d'ici à vendredi de cette semaine de ce que nous aurons trouvé et à partir de quand l'éclairage fonctionnera correctement.
 2. Depuis quand l'éclairage ne fonctionne-t-il plus ? L'éclairage fonctionnait-il encore avant l'orage de la semaine dernière ? Avez-vous remarqué que quelqu'un avait travaillé sur l'installation ?
 3. Pouvez-vous me montrer l'éclairage ? Il m'est important de savoir exactement ce qui ne fonctionne pas et à quel moment, afin que nous puissions trouver la panne le plus rapidement possible. Je vous remercie de votre aide dans la recherche de la panne.
 4. Je vous propose immédiatement un spécialiste. Nous voulons aller au fond du problème afin d'avoir le plus rapidement possible une solution qui vous convienne.
 5. Êtes-vous d'accord avec cette proposition de solution ? Je vous remercie de nous avoir informés de l'erreur et de nous donner l'occasion d'y remédier.
 6. Je vous présente mes excuses pour le dérangement. Je vous remercie de m'avoir informé immédiatement. Cela nous donne l'opportunité de résoudre le problème le plus rapidement possible.
-

3.2. Analyse de marché

Tâche 1

A)

Gain de temps (rapidité) :

Comme les données sont déjà disponibles, l'effort est moindre et permet donc de gagner du temps. Il n'est pas nécessaire de collecter de nouvelles données. L'entreprise Ölheiz SA peut accéder aux informations existantes.

Economise de l'argent (coûts externes) :

Pas de coûts externes (par ex. pour l'institut d'études de marché) pour une nouvelle enquête. Si Ölheiz SA souhaite collecter de nouvelles données, une étude de marché primaire doit être réalisée. Cela coûte du temps et de l'argent.

B)

Argument 1 :

Les données ne sont pas adaptées.

Nous voulons évaluer le potentiel du marché pour un nouveau secteur d'activité.

Nous voulons nous lancer dans un nouveau secteur d'activité (pompes à chaleur). Par conséquent, l'analyse des données existantes (analyse des clients avec chauffage au mazout) n'a pas beaucoup de sens. En effet, nous ne pouvons pas en tirer profit pour notre orientation future.

Argument 2 :

Les données ne sont plus fiables, car elles ont jusqu'à dix ans d'âge.

Nous ne savons pas ce qui est encore exact. Il est possible que de nombreux (anciens) clients aient déjà acheté un nouveau chauffage auprès d'autres fournisseurs. De plus, les coordonnées et les informations qui les sous-tendent sont obsolètes.

N° de candidat-e:

Nom / prénom:

Tâche 2

Recommandation et justification :

Une enquête en ligne sera réalisée.

Justification :

1. comme l'entreprise Ölheiz SA dispose d'une grande base de données clients, l'enquête en ligne peut être lancée rapidement. De plus, l'enquête peut être réalisée à moindre coût.
2. l'enquête en ligne permet de poser des questions pertinentes. Comme par exemple "quand faut-il rénover le chauffage" ou "quel type de chauffage préférez-vous" ? En ligne, les réponses sont généralement honnêtes.

Expliquez les différentes phases d'un tel projet d'étude de marché :

1. définition du problème

2. déterminer la méthode d'enquête et évaluer si Ölheiz SA s'en charge elle-même ou si elle le fait en collaboration avec un institut d'études de marché.

Dans ce cas, l'enquête en ligne peut être réalisée par l'entreprise elle-même.

3. Réaliser l'enquête et s'assurer d'un taux de réponse suffisant.

L'entreprise Ölheiz SA élabore un questionnaire structuré. Le délai de réponse est plutôt court (environ 4 semaines). L'enquête n'est pas anonyme et il est donc possible d'effectuer un suivi si le nombre de réponses est insuffisant. L'enquête n'est pas représentative.

4. traitement et analyse des données.

Après l'enquête, les résultats sont saisis et résumés.

5. documentation / présentation des résultats.

Les résultats sont présentés sous une forme appropriée (par ex. Powerpoint) et présentés à M. Huber. A cette occasion, M. Huber reçoit déjà les premières propositions concernant l'orientation future de l'entreprise Ölheiz SA.

3.3. Analyse de marché et marketing-mix

Tâche 1

A)

R1 Table de designer

1. argument: Le chiffre d'affaires est le plus mauvais par rapport à la surface de vente.
2. argument: La table de designer a connu une faible croissance par rapport à l'année précédente.

R4 Table pour enfants

1. argument: Le chiffre d'affaires est le deuxième plus mauvais par rapport à la surface de vente.
2. argument: L'on constate une baisse du chiffre d'affaires de la table pour enfants.

B)

R7 Bureau à hauteur réglable électriquement

1. argument: Le chiffre d'affaires est très bon par rapport à la surface de vente.
2. argument: Ce bureau a connu une forte croissance par rapport à l'année précédente.

R6 Bureau à domicile

1. argument: Le chiffre d'affaires est très bon par rapport à la surface de vente.
2. argument: Ce bureau a connu une forte croissance par rapport à l'année précédente.

Tâche 2

A)

Image de marque :

La table de designer R1 est importante pour l'image de l'entreprise. Une table de designer est très attractive et représente une entreprise moderne.

Attractivité :

La table de designer R1 rend l'aménagement du magasin plus attrayant.

B)

population :

De très nombreux clients attachent de l'importance aux produits de designers et peuvent ainsi influencer à leur tour d'autres groupes cibles.

concurrence :

Il y a moins de concurrents qui proposent des produits de designer sur le marché (hypothèse). Grâce à une table spéciale et attrayante, l'entreprise Bürotrend SA peut aussi se démarquer de ses concurrents.