



CONCOURS GÉNÉRAL DES MÉTIERS

Spécialité COMMERCE
SESSION 2017

2^e partie : épreuve orale

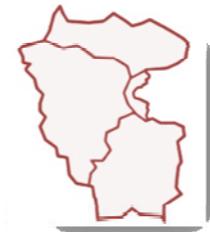
Durée : 4 heures + 30 minutes d'entretien

ATTENDUS



RÉGION ACADEMIQUE
ÎLE-DE-FRANCE

MINISTÈRE
DE L'ÉDUCATION NATIONALE,
DE L'ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR
ET DE LA RECHERCHE



MONOPRIX

VERSAILLES



GRILLE D'ÉVALUATION

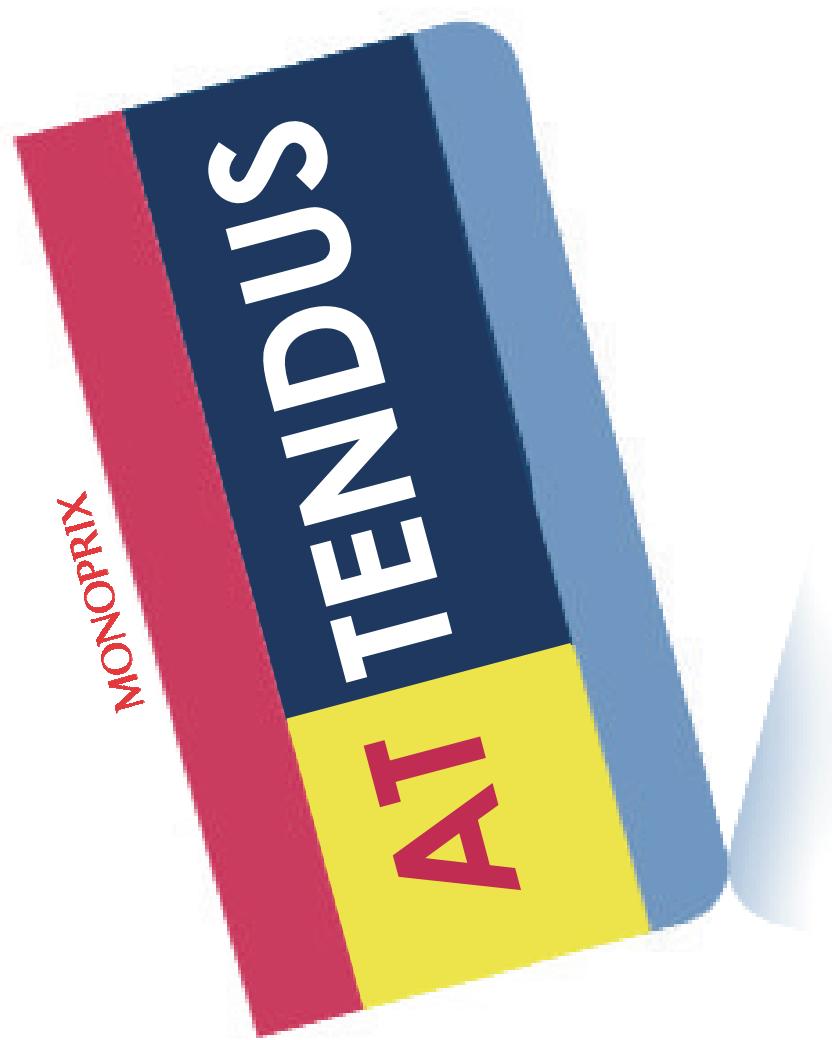
CGM Commerce Session 2017 Partie orale

Évaluateur :

Candidat n° :

Déroulement de l'épreuve	Critères	Points	--	-	+	++	Total	Commentaires
MISSION 1	Contenu du diaporama <i>Synthèse des dernières tendances du marché de la cosmétique en France Analyser la situation actuelle du rayon parapharmacie dans le magasin</i>	6						
	Forme du diaporama	3						
	Présentation de l'exposé <i>Commentaires Qualité de la communication orale professionnelle</i>	6						
							/15	
MISSION 2	Contenu de l'exposé <i>Plan de marchéage efficace pour dynamiser le rayon parapharmacie Argumentaire des produits</i>	7						
	Forme du diaporama	2						
	Présentation de l'exposé <i>Commentaires Qualité de la communication orale professionnelle</i>	6						
							/15	
ENTRETIEN AVEC LE JURY	Auto-analyse de la prestation <i>Structuration Points forts/faibles Précision de l'analyse</i>							
	Aptitudes à communiquer avec le jury <i>Écoute, reformulation Argumentation, maîtrise de soi Non verbal</i>							
	Capacité à approfondir, développer certains points des deux missions							
	Culture commerciale							
							/10	
							TOTAL	/ 40
								/20
Appréciation générale								







Mission

1

Les enjeux du
développement de la
cosmétique en
parapharmacie

Tendances du marché de la cosmétique en France

Mission

1

- Investissement massif des enseignes de la grande distribution :
 - * politique soutenue de croissance du nombre de parapharmacies
 - * nouveau concept proche de l'univers des pharmacies traditionnelles
- Développement de l'automédication.
- Le marché de la cosmétique à base de produits naturels en plein essor.
- Le marché de la cosmétique pour homme a un taux de croissance de 7%
- 31% des hommes déclarent avoir un budget compris entre 51 et 100 euros pour un soin



Situation actuelle du rayon parapharmacie dans le magasin

Mission

1

FAIBLESSES

- Un positionnement des produits pour homme en zone froide, peu de visibilité donc sous exploitation du potentiel de ventes
- Peu d'animations commerciales et une offre limitée pour les produits de soins pour homme
- Un CA avec une perte de 1480 euros en 2016.



Situation actuelle du rayon parapharmacie dans le magasin

Mission

1

FORCES

- Le magasin Monoprix de Versailles bénéficie d'une clientèle très aisée qui permet de bonnes performances commerciales notamment en cosmétique naturelle
- Une position en entrée de magasin qui doit favoriser la réussite des opérations commerciales
- Le renforcement du partenariat avec NUXE afin de valoriser la marque NUXE MEN et d'améliorer l'expérience d'achat dans le rayon de la parapharmacie



Mission

2

Opération commerciale

Plan de marchéage efficace pour dynamiser le rayon parapharmacie

Mission

2

PRODUIT



PRIX



DISTRIBUTION



COMMUNICATION



Plan de marchéage efficace pour dynamiser le rayon parapharmacie

Mission
2

PLAN DE MARCHÉAGE 4-P	CARACTÉRISTIQUES
PRODUIT	<ul style="list-style-type: none">- Produits cosmétiques de la gamme homme- Marque : NUXE (politique de gamme, politique de marque)- Coffret spécial pour la fête des pères- Choix des produits de la gamme (2 produits minimum)- Choix du packaging
PRIX	<ul style="list-style-type: none">- Prise en compte de la demande- Prise en compte des coûts- Analyse des pratiques de la concurrence- Politique de prix- Promotion de prix- Prix spécial pour l'enseigne
DISTRIBUTION :	<ul style="list-style-type: none">- Parapharmacie du Monoprix de Versailles- Circuit de distribution : canal long- Corner, îlot central, etc.- Méthode de vente : visuelle et traditionnelle- Animation sur le coffret de la marque du partenaire Nuxe
COMMUNICATION	<ul style="list-style-type: none">- Site internet- Réseaux sociaux (communication segmentée par réseaux)- Technique de promotion- SMS- ILV – PLV



MONOPRIX

Mission
2

Argumentaire « Coffret Nuxe Men »

MOBILES D'ACHAT	C	A	P
Sécurité	- Marque Nuxe - Composition biologique (extrait de Chênes et de Charmes...)	- Marque de renommée - Produits de qualité, naturels et authentiques	- Marque de laboratoire prisée des parapharmacies - Label bio depuis 2007
Orgueil	- Produits cosmétiques de haut de gamme - Nuxe	- Produits de qualité - Image de marque	- Fait partie des marques leaders du marché - NUXE = contraction de « nature » et de « luxe »
Nouveauté	-	-	-
Confort	- Composition naturelle - Texture fluide - Petit format (50 ml) - Offre coffret	- S'adapte à tous types de peaux - Utilisation simple et pratique - Soins complémentaires et variés	- Démonstration et test - Coffret comprenant : déodorant + soin après rasage + soin anti-âge...
Argent	- Positionnement « luxe abordable » - Offre coffret - Carte de fidélité	- Très bon rapport qualité prix - achat moins onéreux qu'à l'unité - Réduction exclusive	- Produits cosmétiques « glamour » mais disponibles en parapharmacie pour moins de 30 euros. - Comparaison du prix à l'unité avec celui du coffret - Modalités de la carte de fidélité
Sympathie	Offre promotionnelle spéciale « Fête des pères »	Idée cadeau originale et pratique	Coffret Nuxe, en tête du Top 5 des coffrets cadeaux préférés des papas.