



CONCOURS GÉNÉRAL DES MÉTIERS

Spécialité **COMMERCE**

SESSION 2017

2^e partie : épreuve orale

Durée : 4 heures + 30 minutes d'entretien

ATTENDUS



**académie
Versailles**

**RÉGION ACADÉMIQUE
ÎLE-DE-FRANCE**

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



MONOPRIX

VERSAILLES



CGM Commerce Session 2017 Partie orale

Évaluateur :

Candidat n° :

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



MONOPRIX

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

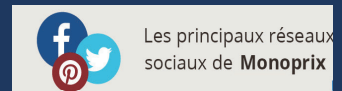
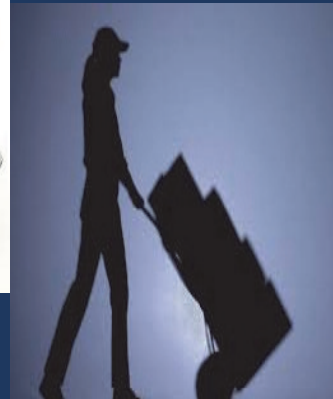
Mission 2

PRODUIT



PRIX

DISTRIBUTION



COMMUNICATION

Plan de marchéage efficace pour dynamiser le rayon parapharmacie

Mission 2

PLAN DE MARCHÉAGE 4-P	CARACTERISTIQUES
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

Argumentaire « Coffret Nuxe Men »

Mission

2

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.