



Concours Général
des Métiers

Option Vente



Epreuve Orale

Session 2014





CONCOURS GÉNÉRAL DES MÉTIERS

**SPÉCIALITÉ : VENTE
SESSION 2014**

ÉPREUVE PRATIQUE ORALE

**TEMPS DE PREPARATION : 4 HEURES
PRESTATION : 30 MINUTES**



SOMMAIRE

Réaliser une négociation pour « L'ANGELYS »

Mise en situation
Mission
Préparation
Déroulement de votre prestation

Informations mises à votre disposition

Dossier 1

Connaissance de l'entreprise «L'ANGELYS»

Dossier 2

Connaissance des produits

Dossier 3

Votre client : CORA

RÉALISER UNE NEGOCIATION POUR



Mise en situation

Titulaire d'un baccalauréat professionnel «Vente» et après une expérience de 6 mois en tant que commercial chez Métro, vous avez été embauché(e) en qualité de commercial(e) en avril 2014 par l'entreprise «L'Angélylys» dans son unité de Fontcouverte.

La société «L'ANGÉLYS» facilite l'intégration du personnel nouvellement recruté en mettant l'accent sur la formation.

Vous avez donc bénéficié d'une formation interne axée à la fois sur :

- la culture d'entreprise «L'Angélylys» et les techniques de vente (*dossier 1*)
- les produits (*dossier 2*).

Mission

La société «L'ANGÉLYS» souhaite mettre en avant son étiquette de produits artisanaux tout en élargissant sa distribution aux grandes enseignes.

Très présente dans les enseignes implantées localement, monsieur Lavaud souhaiterait référencer ses produits dans une enseigne majoritairement présente dans le Nord et l'Est de la France. Un seul magasin dans la région permettrait de lui ouvrir les portes d'une nouvelle enseigne : Cora Limoges.

Vous avez donc pris rendez-vous avec le gérant de CORA (situé à Limoges), Monsieur Pascal Gabet pour lui proposer de référencer les glaces L'Angélylys dans son magasin. Il ne commercialise pas encore vos produits et désire tout connaître sur vos spécialités et vos nouveautés.

Vous menez la négociation et essayez d'obtenir l'accord de monsieur Pascal Gabet, responsable de l'unité de Limoges, pour un référencement des produits de L'Angélylys.

Préparation

Pour réussir votre mission, vous devez :

1. Vous imprégner de la culture d'entreprise «L'ANGÉLYS»
2. Connaître les produits
3. Préparer votre entretien de vente de 20 à 30 minutes
4. Rechercher des informations sur votre interlocuteur

Déroulement de votre prestation

1^{ère} étape :

Négociation

20 à 30 minutes

NB : Votre prestation sera filmée par un opérateur et retransmise au jury en simultanéité dans une pièce attenante. Celui-ci pourra alors apprécier vos compétences de commercial(e).

2^{ème} étape :

Face à face avec les membres du jury

10 minutes

Auto-analyse de votre prestation

Questions quant à la culture d'entreprise «L'ANGÉLYS»

VOS OUTILS ET VOS SUPPORTS

Pour mener à bien votre mission vous disposez de :

- Un ordinateur équipé de logiciels de bureautique et de PréAO. Un répertoire "L'Angélyls" a été implanté sur le "bureau" de votre ordinateur, il comporte :
 - Des articles de presse sur l'entreprise ainsi que des documents d'entreprise
- Une imprimante.
- Des produits pour la dégustation.
- Trois dossiers professionnels composés des documents suivants.

Dossier 1 : Connaissance de l'entreprise «L'ANGÉLYS»

- DOCUMENT 1 : L'Angélyls, l'entreprise
- DOCUMENT 2 : La presse en parle

Dossier 2 : Connaissance des produits

- DOCUMENT 3 : La gamme L'Angélyls
- DOCUMENT 4 : Les tarifs et conditions générales de vente
- DOCUMENT 5 : Le merchandising
- DOCUMENT 6 : Le plan d'action commerciale

Dossier 3 : Votre client : CORA

- DOCUMENT 7 : CORA Limoges

VOTRE TRAVAIL À FAIRE

À partir des informations qui vous ont été fournies lors de la réunion d'accueil des nouveaux commerciaux et des supports professionnels remis par votre société :

1. Vous préparez votre entretien avec Monsieur GABET, sachant qu'à minima votre objectif à l'issue de la visite est de convaincre votre client sur le référencement de 4 différents produits dont au moins une nouveauté.
2. Vous réalisez la visite de votre client : vous mettez l'accent sur la nouveauté 2014 ainsi que sur les animations possibles en magasin. Vous proposerez à Monsieur GABET de venir en personne faire le lancement des nouveaux produits.

CONSIGNES AUX CANDIDATS DE L'ÉPREUVE PRATIQUE ORALE

Votre épreuve pratique orale se déroule en deux phases:

- Une simulation de vente d'une durée de 30 minutes maximum : Cette simulation correspond à la visite que vous réalisez auprès du client, Monsieur GABET.
- Un entretien avec le jury d'une durée de 10 minutes maximum : Cet entretien correspond à l'analyse, face à votre responsable, de la visite que vous venez de réaliser. Vous devrez dégager les phases de l'échange réalisé avec le client, préciser la démarche de vente mise en œuvre et justifier les choix effectués, en relation avec vos objectifs. Vous serez également amené à répondre à des demandes de précision de la part du jury.

Vous disposez d'un temps de préparation d'une durée de 4 heures, pour :

- Prendre connaissance de la situation proposée, du travail à faire et de l'ensemble de la documentation papier et multimédia fourni.
- Rechercher et dégager les informations à exploiter.
- Concevoir votre plan d'entretien (plan de découverte, plan d'argumentation, proposition commerciale).
- Sélectionner et éventuellement concevoir les documents, les supports à présenter à votre client durant la visite. Réaliser les impressions des documents que vous souhaitez exploiter.

Vous pouvez, lors de votre simulation, utiliser l'ensemble des supports qui vous a été fourni (documentation papier, diaporama, échantillons...). Si vous le souhaitez, vous pouvez appuyer votre présentation par des supports multimédias (diaporama), ceux proposés, en l'état ou modifiés, ou d'autres élaborés par vos soins à partir des logiciels fournis. Vous pourrez utiliser lors de votre prestation un ordinateur portable pour effectuer la présentation de ces supports au client. Toutefois vous devrez apprécier le temps nécessaire à cette présentation, en l'intégrant de façon opportune dans votre plan d'entretien pour ne pas dépasser la durée maximale de la simulation.

DOSSIER 1


L'Angélys
MAÎTRE ARTISAN GLACIER

L'ANGÉLYS





Dossier 1

Connaissance de l'entreprise
«L'ANGELYS»



MAÎTRE ARTISAN GLACIER



DOSSIER 2

CONNAISSANCE PRODUIT





Dossier 2

Connaissance des produits

Nos collections



La gamme est organisée par collections. Cette démarche conforte l'idée de création et de gastronomie, elle suggère au consommateur l'idée d'un plaisir gourmand rare et raffiné : L'esprit L'Angélys...

Cœur de fruit

Créative

Gourmande

Voyage

Edition limitée

Les desserts glacés

Les bûches de Noël

DOCUMENTS :

- Catalogue produits L'Angélys
- Tarification glaces et sorbets

DOSSIER 3

CONNAISSANCE CLIENT



Limoges

le prix, le choix, la qualité, le service et le sourire en plus !





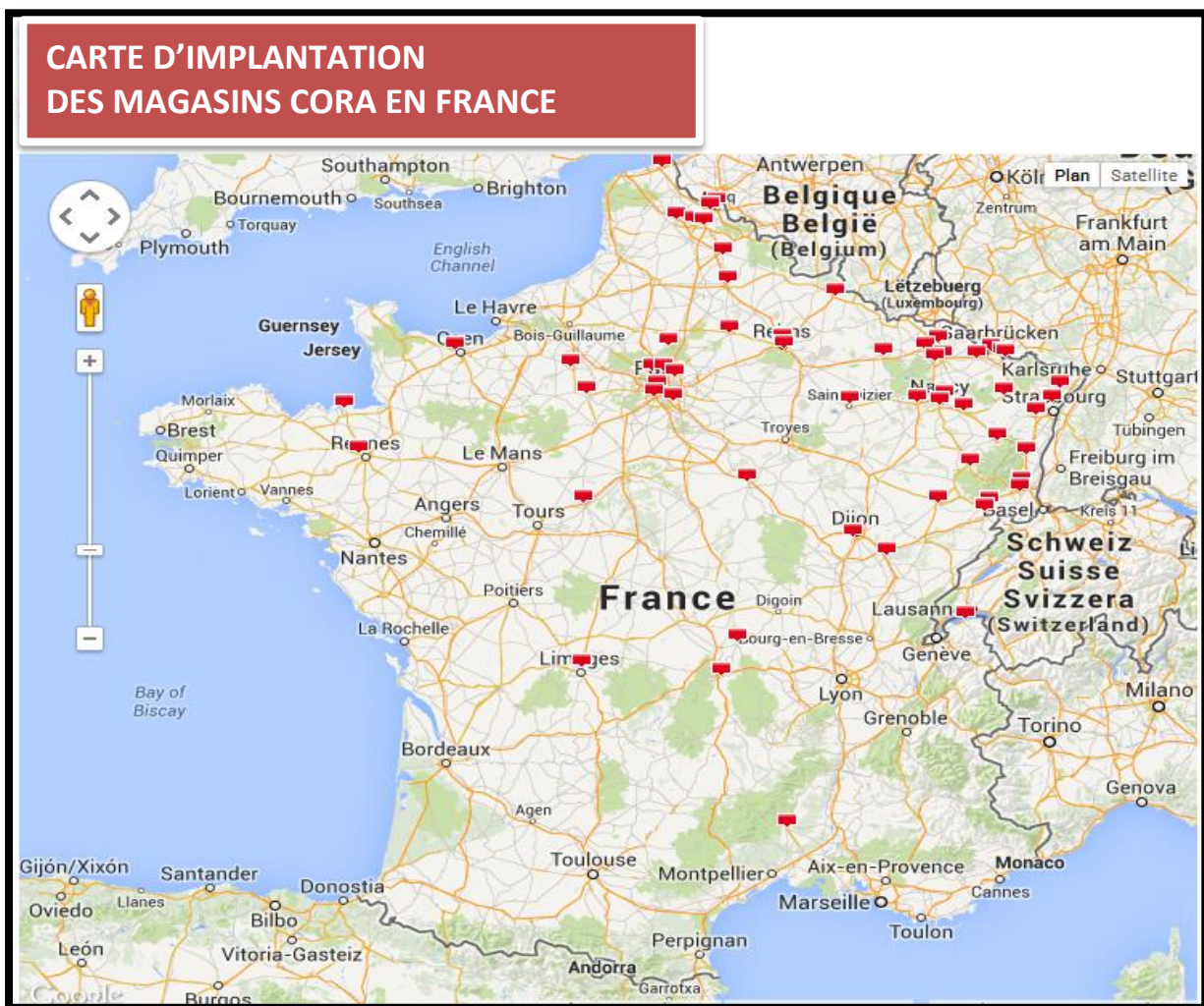
Dossier 3

Votre client : CORA LIMOGES



Votre futur client : Le magasin CORA de Limoges.

Comme vous pourrez le constater en consultant la carte ci-dessous, CORA est principalement implanté dans le Nord et l'Est de la France. C'est pourquoi Monsieur Lavaud souhaite conclure un accord avec cette chaîne de magasins afin d'étendre son réseau de distribution.



HISTORIQUE ET PRESENTATION DES MAGASINS CORA



Jacques Delhaize, négociant en vins dès 1850, imagine et applique en Belgique le principe du succursalisme, des points de vente livrés par un entrepôt central. L'un de ses fils, Louis Delhaize, développe une société qui est à l'origine du groupe actuel.

Naissance du premier hypermarché Cora

Au début du 20ème siècle, ses descendants, Georges et René Delhaize, franchissent la frontière pour s'établir respectivement dans le Nord et l'Est de la France. Le premier crée les Docks du Nord à Lille. Le second achète Sanal à Nancy et Sadal à Strasbourg. En 1929, un de leurs neveux, André Bouriez, entre à la Sanal. En 1965, il rapproche les réseaux Mielle, Sanal, Sadal et Docks du Nord. Dès 1968, et indépendamment des autres formats et des autres pays dans lesquels il s'est développé, le groupe s'intéresse au concept d'hypermarché. A travers la société Cora, un contrat de franchise est passé avec Carrefour. Un premier hypermarché est ouvert à Garges-lès-Gonesse en septembre 1969. La réussite est immédiate, dix magasins suivent en cinq ans.



Développement de l'enseigne Cora

Les contrats de franchise viennent à expiration en 1974 et l'enseigne Cora est mise en place.

Philippe Bouriez est nommé président du groupe en 1975. De 1975 à 1985, un hypermarché Cora est ouvert tous les 6 mois environ.

En 1989, le groupe lance les 500 premiers produits signés Cora.

De 1991 à 1998, diverses marques distributeurs vont être créées, telles que Génération Verte pour les produits biodégradable à 95% ou encore Cora Nature Bio, Influx pour le textile ou encore Domeos pour l'électroménager.'

En 1999 est créée la centrale d'achat "Opéra", en association avec le groupe Casino. Opéra devient la 3ème centrale d'achat française, en volume.

Cora se séparera de son "associé" Casino en 2002 et créera sa propre centrale d'achat, Provera.

En 2000, le cybermarché de l'enseigne Cora, Houra.fr est créé. Il assure un service de livraison à domicile dans un peu moins d'une trentaine de départements, comprenant les départements de l'Est de la France, de la région parisienne et les Bouches-du-Rhône. Le site propose 50 000 références et emploie 150 salariés.

En 2003, Cora se diversifie et lance "Cora Voyages".

Depuis sa création, Cora est une société décentralisée et organisée autour des magasins. Les directeurs et leurs collaborateurs sont fortement responsabilisés. Engagés dans de nombreuses initiatives dans la cité, ils adaptent leur hypermarché aux besoins du marché local. Les services centraux sont entièrement dédiés au bon fonctionnement des magasins. La performance économique permet de répartir entre tout le personnel une participation qui est une des plus élevées de la profession.

Les autres enseignes de Cora

Depuis l'ouverture en 1969 du premier hypermarché, le développement de Cora a été rapide (avec 59 hypermarchés aujourd'hui). Par les associations et la franchise, l'enseigne Cora est également portée par 23 hypermarchés aux Antilles, en Guyane, en Belgique, en Hongrie, au Luxembourg et en Roumanie. Les hypermarchés Cora de métropole emploient aujourd'hui plus de 22 000 personnes.

Outre l'enseigne Cora, le groupe comprend également des chaînes de supermarchés (Match, Smatch), de jardineries (Truffaut, Garden & Leisure), de hard-discounts (Ecomax) et d'animaleries (Animalis).

- 155 supermarchés Match en France, 68 en Belgique et au Luxembourg, 15 aux Antilles et en Guyane, 17 en Hongrie.
- 170 supermarchés Smatch en Hongrie, Belgique et Luxembourg
- 49 jardineries Truffaut
- 7 jardineries Garden & Leisure en Grande-Bretagne
- 56 magasins Ecomax aux Antilles et en Guyane
- 23 animaleries Animalis

Le Résultat net de Cora en 2010 s'élève à 330 millions d'euros.

Source : www.distrijob.fr/enseignes/dictionnaire.asp?enseignes=cora

Article LSA



CORA, une saga familiale franco-belge
Publié le 01 septembre 2011 par JEAN-NOËL CAUSSIL

Hypermarché de Vendenheim, en Alsace.
© FREDERIC MAIGROT/REA

Née dans le giron de Carrefour, Cora s'est vite affranchie de son partenaire, pour se lancer seule et chercher ensuite à conserver sans cesse son indépendance.

Cora, petit poucet de la distribution ?

Bien plus complexe que cela. Cora, c'est surtout la saga de la **famille Delhaize**, venue de Belgique, et des Bouriez. C'est aussi un exemple type du combat pour l'indépendance. Souvent, dans le passé, on a anticipé la chute de la maison Cora :

« *Petite, bien trop petite pour être pérenne.* » Certes, à l'échelle nationale, Cora pèse peu -2,4% de **part de marché**, selon Kantar Worldpanel -, mais c'est oublier que l'enseigne aux 59 hypers n'est pas présente partout en France.

Dans son « royaume » du grand Nord-Est, Cora dispose de parts de marché bien plus glorieuses, souvent « à deux chiffres », et d'une cote d'amour appréciable.

Indépendance

Cible des « gros », Cora s'en est toujours sortie : « attaquée » successivement par **Carrefour** puis par **Casino**, tous deux entrés au capital à hauteur de 42%, respectivement entre 1996 et 2001 et entre 2001 et 2006, Cora les a fait plier, pour conserver, aujourd'hui, 100% de son indépendance.

Famille

Raconter Cora, c'est donc écrire une histoire familiale. Celle de **François et Pierre Bourriez**, qui se partagent depuis 2009 la direction générale. Celle de leur père, Philippe qui, durant sa longue présidence (1974-2009), aura su donner l'impulsion de la modernité. C'est lui qui, dès 1965, oriente le groupe vers le concept encore neuf d'hypermarchés. En 1974, avec la fin du contrat de [franchise](#) liant le groupe à Carrefour depuis 1969, l'**enseigne Cora** prend son envol. La petite histoire voudrait alors que le code couleur (rouge et bleu) et le nom aient été choisis pour pouvoir conserver, à moindre frais, certaines des lettres de l'enseigne Carrefour abandonnée. « *Une légende, assure-t-on chez Cora. Cora était déjà le nom d'une entreprise du groupe.* »

Croissance

Philippe Bouriez en organise ensuite la croissance : Radar, en 1984, puis les hypers Record, en 1989, et trois magasins **Mammouth** (Bresson), en 1997, passent sous le giron de Cora. L'enseigne fait même ses premiers pas à l'international (Hongrie, en 1997, Roumanie, en 2003), pour être désormais présente dans six pays européens.

Un rêve que n'aurait sans doute pas osé caresser **Louis Delhaize**, à l'origine du groupe actuel. Fils d'un négociant en [vins](#) belge, il a su appliquer les principes du commerce moderne. L'activité a franchi la frontière, jusqu'à ce que des neveux Delhaize, **André Bouriez**, puis son fils Philippe, aient l'idée de regrouper les différentes activités du groupe, et de les orienter vers l'hyper. Une réussite franco-belge, en somme.

CORA EN DATES

1969 La société Cora passe un contrat de franchise avec Carrefour. Le premier magasin ouvre en septembre, sous enseigne Carrefour, à Garges-lès-Gonesse (95).

1974 L'enseigne Cora voit officiellement le jour et compte déjà dix points de vente.

1984 Le groupe acquiert 100% de la société Radar, au capital de laquelle il était entré en 1981.

1989 Achat de la Société européenne de supermarchés (hypermarchés Record)

1997 Premier hyper Cora en Hongrie. La Roumanie suivra dès 2003.

2000 Naissance de [houra.fr](#), concept « d'hypermarché sur internet ».

2009 Philippe Bouriez, PDG depuis 1974, passe la main.

Jacques Bouriez devient président du groupe, et François et Pierre, fils de Philippe, prennent la direction générale du groupe Louis Delhaize.

CORA EN CHIFFRES

59 hypermarchés en France

6,3 Mrds € de CA TTC avec essence (estimation)

21 000 collaborateurs

2,4% de PDM à l'échelle nationale, en CAM arrêté à début août pour Cora

6 pays en Europe où l'enseigne est présente

Source : www.isa-conso.fr

Site du client à rencontrer

<http://www.cora.fr/limoges/>

<https://www.facebook.com/coralimoges?fref=ts>