CONCOURS GÉNÉRAL DES MÉTIERS

Spécialité COMMERCE

SESSION 2013

2e partie : épreuve orale

ATTENDUS

FCD
FEDERATION DES ENTREPRISES DU COMMERCE ET DE LA DISTRIBUTION

Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

ministère éducation nationale

MINISTÈRE DE L'ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR ET DE LA RECHERCHE

METRO

Coffrets gourmands et Panettones

Maquette : Bureau des impressions numériques - Rectorat de Paris

Mission 1

Présenter le diagnostic de l'opération 2012

Opération
Coffrets gourmands
et
Panettones

Sélection 2013

1

Cadre de l'opération

- **Typologie client :**

  Clients secteurs alimentaire et non alimentaire :

  - ✓ CAFÉS – HÔTELS – RESTAURANTS
  - ✓ COLLECTIVITÉS
  - ✓ REVENDEURS Alimentaires Généralistes
  - ✓ REVENDEURS Alimentaires Spécialistes
  - ✓ Grossistes - Associations - Professions Libérales

- **Thème :**
  - ✓ les Coffrets gourmands et Panettones
- **Période :**
  - ✓ du 4 octobre au 31 décembre 2012
- **Emplacement :**
  - ✓ en zone promotionnelle à proximité de la zone de facturation

2

attendus Metro-5.indd 1 24/04/13 14:00

Mission 1 - suite

Présenter le diagnostic de l'opération 2012

Cadre de l'opération

Offre Produits :

- ✓ 19 Coffrets gourmands
  de 6,50 € à 45,50 €
- ✓ 4 Panettones
  de 13,49 € à 99,99 €

3

Analyse quantitative du secteur Libre-Service Sec 2012

- ✓ Résultats de l'année négatifs pour le secteur Libre-Service Sec et situés entre 1 et 3 % pour les deux rayons Conserves et Épicerie sucrée.

SVF21 CONSERVES	7 498 429	-3,3
SVF23 EPICERIE SUCREE	10 834 137	-1,1

- ✓ La baisse du 4e trimestre, qui est de l'ordre de 6 % pour ces rayons, est nettement plus marquée que celle qui est observée à l'année.

SVF21 CONSERVES	1 755 877	-6,3
SVF23 EPICERIE SUCREE	3 396 440	-6,1

4

attendus Metro-5.indd 2 24/04/13 14:00

Mission 1 - suite

Présenter le diagnostic de l'opération 2012

4e trimestre 2012
Analyse quantitative des rayons/segments concernés

- **Rayon Conserves (voir annexe jury) :**
  - Baisse : - 6,30 %
  - Baisse des ventes du segment GA40 : - 3,12 %

    La part des Coffrets gourmands représente 37,9 % des ventes du segment GA40
  - Baisse des ventes des Coffrets gourmands : - 53 %

    La baisse importante des Coffrets gourmands impacte de manière très négative le résultat du segment GA40 et du rayon Conserves.

5

4e trimestre 2012
Analyse quantitative des rayons/segments concernés

- **Rayon Épicerie sucrée (voir annexe jury) :**
  - Baisse : - 6,13 %
  - Augmentation des ventes du segment GA32 de + 3,63 %

    La part des Panettones représente 4 % du segment GA32
  - Augmentation des ventes de Panettones : + 18,49 %

    Comme pour le rayon Conserves, le rayon Épicerie sucrée enregistre une baisse importante.

    En revanche, le segment GA32 voit une augmentation de ses ventes : + 3,63 % qui est à mettre en rapport avec le très bon résultat des Panettones : + 18,4 %

6

attendus Metro-5.indd 3 24/04/13 14:00

Mission 1 - suite

Présenter le diagnostic de l'opération 2012

Forces	Faiblesses
▪ Produits à forte marge : de l'ordre de 45 % ▪ Succès des Panettones depuis deux ans ▪ Emplacement en zone promotionnelle, à proximité de la zone de facturation, qui génère du trafic ▪ Sélection incontournable de fin d'année pour l'enseigne	▪ Les 6 nouveaux coffrets référencés en 2012 n'ont pas permis de développer un CA significatif ▪ 12 coffrets réalisent moins de 5 % des ventes et un seul produit leader représente 23,16 % des ventes ▪ Sur-représentation des Coffrets gourmands au détriment des Panettones ▪ Politique de communication faible (uniquement catalogue)

7

Propositions pour l'opération 2013

- Ré-équilibrer le poids des deux produits :
  - déréférencer des Coffrets gourmands
  - augmenter l'offre ou la quantité de Panettones…
- Renforcer la politique de communication
- Développer les actions d'animation et de promotion

8

attendus Metro-5.indd 4 24/04/13 14:00

Mission 1 - suite et fin

Présenter le diagnostic de l'opération 2012

Annexe

à l'attention du jury

SVF21 CONSERVES	1 755 877	-6,3	
GAF40 Épicerie fine (dont Coffrets)	285 406	-3,1	16,3%
	Valeur en euros	**% Évolution**	**Ratio Coffrets/ GA**
Coffrets fin d'année	108 245	-53,0	37.9%

SVF23 ÉPICERIE SUCRÉE	3 396 440	-6,1	
GAF32 Biscuits, graines (dont Panettones)	854 507	3,6	25,2%
	Valeur en euros	**% Évolution**	**Ratio Panettones / GA**
Panettones	34 200	18.4	4,0%

9

attendus Metro-5.indd 5 24/04/13 14:00

Mission 2

Préparer l'opération « Coffrets gourmands et Panettones » Sélection 2013

Rappel de l'énoncé :

Il s'agit de concevoir et préparer une action d'animation et/ou de promotion en s'appuyant sur le diagnostic de la partie précédente.

Production attendue :

Proposer des techniques d'animation et de promotion selon la spécificité de l'enseigne

> Technique d'animation :
Dégustation dont les dates sont à déterminer en fonction des variations du chiffre d'affaires de l'entre-pôt au 4e trimestre 2012.

> Technique de promotion :
Le principe : un bon de réduction est proposé pour soutenir l'opération. Il s'agit de décider quel produit en bénéficiera. Ce choix est fait selon deux possibilités :

- Panettonnes : le bon de réduction a pour objectif de développer fortement ce produit.
- Coffrets gourmands : le bon de réduction vient soutenir un produit dont les performances sont en baisse.

Sélectionner le ou les outil(s) de communication en complément du catalogue

> Principe : deux canaux de communication sont proposés. Ils peuvent être utilisés indépendamment l'un de l'autre, bien que leur complémentarité soit la solution la plus performante : sms et/ou courriel.

> Proposition : lancement de campagne vers toutes les cibles par mail puis relance des porteurs clients Nanterre de la Carte METRO REFLEXE, contenant l'annonce du bon de réduction.

Rédaction des messages destinés aux cibles

> Principe : la conception et la rédaction des messages doivent respecter les spécificités de chacun des canaux et de la cible à atteindre.

attendus Metro-5.indd 6 24/04/13 14:00

Mission 2 - suite et fin

Préparer l'opération « Coffrets gourmands et Panettones » Sélection 2013

Proposition SMS :

Un cadeau original pour les fêtes ?

METRO a ce qu'il vous faut !

Découvrez la Sélection 2013 Coffrets gourmands et Panettones !

Réduction immédiate de X % sur présentation de ce SMS et une dégustation de nos délicieux produits le xx/xx/xx dans votre magasin METRO Nanterre

Proposition courriel

Objet : Vos cadeaux de fin d'année à prix METRO

Fêtes de fin d'année, faites des cadeaux !

Cher(e) Client(e),

C'est bientôt la fin de l'année et METRO Nanterre réserve à ses meilleurs clients une offre exceptionnelle : une sélection de Coffrets gourmands qui raviront les amateurs de produits régionaux et un large choix de Panettones, ce délicieux dessert italien.

Pour tout achat d'un xxx, vous bénéficiez d'une offre de réduction IMMÉDIATE sur présentation du bon ci-dessous.

Une dégustation de xxx vous est offerte le xx/xx/xx.

Pour offrir autrement…

L'équipe METRO NANTERRE

PS : Attention, offre valable jusqu'au 31 décembre 2013 seulement, dans la limite des stocks disponibles.

Proposition de plan d'action 4e trimestre 2013 :

Exemples d'actions à planifier suivant le calendrier 2013 et l'analyse de la fréquentation 2012

Opération Coffrets gourmands et Panettones 4 octobre au 31 décembre 2013	
Calendrier	**Actions**
Semaine -1	
Semaine 1	Choix des dates d'offres de réduction
Semaine 2	Planning de dégustation Envoi courriel aux deux cibles
Semaine 3	Relance SMS au coeur de cible
Semaine 4	

attendus Metro-5.indd 7 24/04/13 14:00

GRILLE D'ÉVALUATION

CGM COMMERCE session 2013

Partie Orale

N° du candidat . . . . . NOM . . . . . .

Déroulement de l'épreuve	Critères	Points	--	-	+	++	Total	Commentaires
MISSION 1	• Contenu du diaporama	5						
	• Forme du diaporama	4						
	• Présentation > Commentaires > Qualité de la communication orale professionnelle	6					/15	
MISSION 2	Contenu de l'exposé	7						
	Présentation	8					/15	
ENTRETIEN AVEC LE JURY	• Auto-analyse de la prestation > Structuration > Points forts/faibles > Précision de l'analyse	2						
	• Aptitudes à communiquer avec le jury > Écoute, reformulation > Argumentation, maîtrise de soi > Non verbal	3						
	• Capacité à approfondir, développer certains points des différentes missions	3						
	• Culture commerciale	2					/10	
				TOTAL		/40		/20
Appréciation générale								

attendus Metro-5.indd 8 24/04/13 14:00