NOM PRENOM :……………………… Première professionnelle

 **bac pro gestion administration**

***ECONOMIE***

|  |  |
| --- | --- |
| **NOTE** | **OBSERVATIONS** |
|  |  |

**La politique commerciale de l’entreprise**

1. **Quelles sont les composantes de la politique commerciale (les 4P) et quel est son objectif ?**

**Les « 4P » sont :**

* **La politique de Produit**
* **La politique de Prix**
* **La politique de distribution (Place)**
* **La politique de communication (Promotion)**

**Son objectif est d’adapter le produit ou les services à la clientèle et développer les ventes.**

1. **Quels sont les autres noms de la politique commerciale ?**

**Les autres noms de la politique commerciale sont marketing mix ou plan de marchéage**

1. **En utilisant le document 1, nommez les éléments qui permettent d’identifier un produit.**

Document 1



**Un produit peut être identifié par son nom (Panier de Yoplait), son logo (la fleur), sa marque (Yoplait) et son conditionnement (packaging).**

1. **Complétez le document 2.**

Document 2



Le déclin

La maturité

La croissance

Le lancement

|  |  |
| --- | --- |
| 1. **Etudiez le document et répondez aux questions ci-dessous :**

 |  |

* L’assortiment proposé par l’entreprise PICARD est-il large ou étroit ? (justifiez votre réponse)

**L’assortiment proposé par l’entreprise PICARD est large car elle propose plus de 1 000 références.**

* L’assortiment proposé par l’entreprise PICARD est-il profond ou superficiel ? (justifiez votre réponse)

**L’assortiment proposé par l’entreprise PICARD est profond (chaque catégorie de produit comporte de nombreuses références).**

1. **Etudiez le document 3 et répondez aux questions ci-dessous :**

****

Document 3

* Quels sont les quatre éléments à prendre en compte pour fixer le prix d’un produit ?

**Pour fixer le prix, il faut tenir compte du coût de revient, de la marge souhaitée, de la demande, de la concurrence et de l’environnement légal.**

* Comment s’appelle un prix fixé à 99.90 € ? Quel est l’intérêt de fixer ce prix ?

**Il s’agit d’un prix psychologique (inférieur à 100 €) qui devrait inciter le consommateur à acheter.**

* Qu’est-ce qu’un prix d’écrémage ? Qu’est-ce qu’un prix de pénétration ?

**Cette technique fixer un prix de vente élevé afin de donner au produit une image de qualité, et donc viser une clientèle attachée au « haut de gamme ». Les marges bénéficiaires sont importantes.**

**Cette technique consiste à fixer un prix suffisamment bas pour atteindre la clientèle la plus large possible. La faible marge bénéficiaire doit être compensée par les quantités vendues.**

**7. Complétez le document ci-dessous :**

0

1

2

Long

Court



Direct

**8. Citez les 5 principales techniques de communication pour vendre ses produits (donnez un exemple pour chaque technique):**

**Il s’agit de :**

* **La publicité (télévision, presse, radio, affichage, cinéma, internet…)**
* **La promotion des ventes (concours, bons de réduction…)**
* **La mercatique directe (publipostage, phonning…)**
* **Le parrainage ou sponsoring (sportif principalement).**
* **Le mécénat, les annuaires (pages jaunes)…**

**9. Etudiez les logos ci-dessous, puis répondez aux questions:**

|  |  |
| --- | --- |
| logo1.jpg | Quelle est la particularité de ce logo ?**C’est un label officiel. Il respecte un cahier des charges rigoureux.** |
| logo2.jpg | Ce logo est-il un label officiel ? Expliquez les raisons pour lesquelles Carrefour a mis en place ce logo.**Non, il s’agit d’un label privé mis en place par l’entreprise CARREFOUR. Ce logo permet de rassurer le consommateur et de valoriser le produit.** |