

**DOSSIER DE
REVISIONS**

QCM DE CCD

**ANCIENS
EXAMENS**

(Corrigé)

Partie 1 : tronc commun

Veillez mettre une croix dans la ou les cases correspondantes. Une ou plusieurs réponses correctes.

1. Quels sont les services particulièrement appréciés par la clientèle familiale ?

- Paiement sur facture.
- Livraison payante.
- Parking gratuit.
- Garderie ou « coin enfant ».

___ / 2 pts

2. Cochez ce qui est correct au sujet de l'assortiment.

- Plus l'assortiment est large, plus il y a de branches différentes.
- Le plan d'assortiment représente la disposition des rayons dans le magasin.
- Plus l'assortiment est profond moins il y a de choix dans la branche.
- L'assortiment n'est jamais adapté à la demande.

___ / 2 pts

3. Si un client paie avec une carte de crédit, la caissière doit :

- Contrôler l'âge et le domicile de la personne.
- S'assurer que la date de validité de la carte n'est pas dépassée.
- Faire signer le ticket de caisse par le client et lui donner le double.
- Arrêter le client par la force s'il n'obtempère pas.

___ / 2 pts

4. Les mutations de la société qui influencent le commerce de détail sont notamment :

- Le retour à un mode de vie plus tranquille.
- La motorisation et le développement des transports.
- Le fait que les femmes sont de plus en plus nombreuses à travailler.
- L'augmentation de la part de l'alimentation dans les dépenses des ménages.

___ / 2 pts

5. En cas de surstock de marchandise, les risques sont :

- La perte de clients due aux fréquentes ruptures de stock.
- Le dépérissement et le vieillissement des articles.
- L'augmentation des coûts d'entretien du stock.
- L'augmentation du rythme de commande.

___ / 2 pts

6. M. René entre dans une bijouterie et demande une montre raffinée pour dame. Quel est à votre avis son motif d'achat essentiel ?

- Faire une bonne affaire.
- Faire plaisir à quelqu'un.
- Montrer qu'il a de l'argent.
- Avoir une montre pour savoir l'heure.

___ / 2 pts

Total page 2 : ___ / 12 pts

7. Le code EAN permet de mieux gérer le stock car :

- Le réassortiment peut se faire automatiquement.
- Le prix ne doit plus être affiché.
- On peut savoir à tout moment ce qu'il reste en stock.
- Les prix sont fixés par le fabricant.

___ / 2 pts

8. Les besoins des personnes sont illimités. On les divise en besoins individuels et collectifs. Cochez les besoins collectifs seulement.

- Chacun désire avoir des transports en commun performants.
- J'ai besoin d'une voiture haut de gamme pour représenter mon entreprise.
- Nous avons besoin de nous identifier à une culture, à un endroit.
- Nous désirons tous atteindre et réaliser des objectifs tant professionnels que privés.

___ / 2 pts

9. En faisant l'inventaire, vous calculez :

- Le chiffre d'affaire.
- La rotation du stock.
- La valeur du stock.
- Le bénéfice.

___ / 2 pts

10. Classifier les activités suivantes dans le tableau ci-dessous :

- a. annonce au micro
- b. souper d'entreprise en fin d'année
- c. diffusion d'un message à la radio locale
- d. repas avec le directeur d'une banque de la région
- e. dégustation de salami
- f. envoi d'un tout ménage
- g. concours à l'intérieur du magasin
- h. invitation d'un sportif célèbre pour dédicace

Promotion des ventes	Publicité	Relations publiques
a/e/g	c/g	b/d/h

___ / 4 pts

11. Citez quatre éléments concrets qui font la valeur ajoutée (les atouts) d'un commerce ou d'un magasin spécialisé face aux grandes surfaces.

.....

.....

.....

.....

___ / 4 pts

Total page 3 : ___ / 14 pts

1/10

PARTIE A : Questions à choix multiples

Mettez une croix dans la ou les cases correspondantes. Une ou plusieurs réponses possibles.

1. **Pour le détaillant, l'étude de marché permet de connaître :**

___ / 2 pts

- la disposition, l'envie des clients d'acheter.
- le niveau de stock idéal pour éviter la rupture de stock.
- le taux de rotation de son personnel.
- le pouvoir d'achat du consommateur.

2. **Mon assortiment est étroit et profond, mes prix sont bas, ma surface de vente est grande, on me trouve en périphérie des villes, proche des voies de communication. Je suis...**

___ / 2 pts

- un hypermarché
- un centre commercial
- une grande surface spécialisée
- une boutique

3. **Un client bien habillé entre dans votre magasin alors que vous êtes occupé à servir une cliente depuis quelques secondes. Que faites-vous ?**

___ / 2 pts

- Vous laissez la cliente se débrouiller et vous allez servir le nouveau client.
- Vous saluez le nouveau client aimablement et vous terminez de servir la première cliente.
- Vous continuez de servir la cliente sans porter attention au nouveau venu.
- Sans rien dire, vous allez dans l'arrière-magasin et demandez à votre collègue de vous remplacer un moment.

4. **Citez les différents lieux de stockage.**

___ / 2 pts

- Stockage pour les achats
- Stock de vente
- Stockage à la minute
- Stock de réserve

5. **Que signifie la présentation de la marchandise par groupes-cibles ?** _____ / 2 pts

- Présenter les produits axés sur une catégorie de clients.
- Regrouper les produits par catégories ou familles d'articles.
- Placer les produits frais au début du circuit de la clientèle.
- Présenter les produits en mettant en évidence leurs avantages.

6. **On calcule l'inventaire comptable de la manière suivante :** _____ / 2 pts

- chiffre d'affaires – frais généraux – frais d'achat
- stock précédent + achats (entrées) – ventes (sorties)
- ventes (entrées) – achats (sorties)
- (stock initial + stock final) / 2

7. **Cochez la ou les affirmations qui correspondent à un supermarché.** _____ / 2 pts

- Mon assortiment est étroit et profond.
- La vente se fait essentiellement en libre-service.
- Ma surface de vente est inférieure à 500 m².
- On me trouve exclusivement au centre des grandes villes.

8. **Comment rend-on un merchandising (technique marchande) efficace ?** _____ / 2 pts

- Les articles sont disposés selon leur famille.
- On tient compte de la hauteur des produits.
- Il n'y a ni displays, ni de gondoles attractives.
- L'harmonie des couleurs et le jeu des lumières sont primordiaux.

— / 16

Partie A : Questions à choix multiples _____ / 20 pts

Mettez une croix dans la ou les cases correspondantes. Une ou plusieurs réponses sont possibles !

1. Pour le détaillant, la présentation de la marchandise : _____ / 2 pts

- est peu importante, le client qui veut acheter y est insensible.
- permet d'augmenter le volume des achats impulsifs.
- améliore l'image du commerce.
- est à soigner uniquement si l'on a un ou plusieurs concurrents.

2. Le chiffre d'affaires : _____ / 2 pts

- représente le total des dépenses pour une période donnée.
- est toujours égal au bénéfice net de l'entreprise.
- indique le total des ventes pendant une période donnée.
- est un indicateur de la santé de l'entreprise.

3. Je travaille dans un magasin spécialisé avec une clientèle jeune et branchée, dans la branche textile. Je dois... _____ / 2 pts

- m'habiller toujours de manière impeccable.
- ne jamais porter des jeans.
- porter des vêtements soignés.
- enlever tous les piercings que je porte.

4. La carte de débit : _____ / 2 pts

- a les mêmes inconvénients pour le commerçant que la carte de crédit.
- est peu utilisée en Suisse.
- est toujours liée à un compte bancaire ou postal.
- ne nécessite pas de signature du client.

Total page 2 : _____ / 8 pts

5. Que signifie adéquation entre publicité et mesures promotionnelles ? ___ / 2 pts
- Seule une bonne publicité suffit.
 - Seule une bonne promotion des ventes suffit.
 - On a besoin des deux pour réussir une bonne campagne de communication.
 - Les deux doivent se compléter et avoir une stratégie commune.
6. Comment se nomme une réduction de prix accordée pour le paiement dans un délai imposé ? ___ / 2 pts
- Un rabais
 - Un escompte
 - Une remise
 - Une ristourne
7. Fait partie du secteur primaire : ___ / 2 pts
- celui qui transforme les matières premières.
 - celui qui exploite le sous-sol.
 - celui qui récolte les produits de la mer.
 - celui qui s'occupe des achats de matières premières aux producteurs.
8. Quelles sont les affirmations correctes ? ___ / 2 pts
- Les producteurs vendent surtout en grandes quantités aux grossistes.
 - Un Cash and Carry est un grossiste en libre service.
 - Les grossistes ne vendent qu'aux consommateurs finaux.
 - Les détaillants n'achètent que chez les grossistes.

Total page 3 : ___ / 8 pts

Partie A : Questions à choix multiples _____ / 20 pts

Mettez une croix dans la ou les cases correspondantes. Une ou plusieurs réponses sont possibles !

1. En marketing, l'étude primaire : _____ / 2 pts

- est faite sur la base de documents internes à l'entreprise.
- est très bon marché, utilisée surtout par les petits commerces.
- est très coûteuse en général, utilisée surtout par les grands commerces.
- est souvent réalisée par des instituts spécialisés.

2. La carte de crédit : _____ / 2 pts

- permet d'éviter les achats impulsifs.
- est peu utilisée en Suisse.
- ne peut être utilisée que par le propriétaire de la carte.
- nécessite la signature du client.

3. Les besoins _____ / 2 pts

- Un besoin économique est en principe gratuit.
- On va satisfaire d'abord les besoins secondaires ou culturels.
- La télévision fait partie des besoins primaires ou vitaux.
- La satisfaction des besoins collectifs incombe aux pouvoirs publics.

4. Quelles sont généralement les caractéristiques d'un magasin dont l'assortiment est très profond ? _____ / 2 pts

- La rotation du stock est très rapide.
- La durée de stockage est assez longue.
- Les prix sont bas.
- La vente est en libre-service.

Total page 2 : _____ / 8 pts

5. Quelles sont les affirmations correctes en ce qui concerne le dialogue de vente ? ___ / 2 pts

- Il vaut mieux ne pas regarder le client mais concentrer son regard sur l'article.
- L'émetteur doit adapter son style de communication en fonction du récepteur.
- Pour parler au client, il faut se mettre très près de lui, de sorte à exercer un contact physique.
- Il est souvent utile de reformuler ce que le client a dit pour être sûr d'éviter les malentendus.

6. Cochez le(s) commerce(s) institutionnel(s). ___ / 2 pts

- Un magasin de confection pour femmes
- Une quincaillerie
- Un agriculteur
- Un fabricant de téléphone portable

7. Dans un Hard-discounter on trouve : ___ / 2 pts

- un assortiment large et profond.
- une forte rotation de stock.
- un personnel qualifié et des services à la clientèle variés.
- des prix d'appels.

8. Un client entre dans mon magasin et s'approche de moi. A quoi dois-je penser ? ___ / 2 pts

- Je dois lui proposer le ou les articles que j'ai de la peine à vendre.
- Je commence par lui montrer les articles de qualité à prix élevé.
- Je dois essayer de connaître ses besoins, de savoir ce qu'il cherche.
- Je ne dois pas l'ennuyer avec mes questions et le laisser choisir.

Total page 3 : ___ / 8 pts

Partie A : Questions à choix multiples

___ / 20 pts

1. Dans un magasin spécialisé d'articles de sport, on engage un GCD qualifié. Quelles sont les deux qualités principales que vous allez rechercher parmi les postulants ? ___ / 2 pts
- D'excellentes connaissances de la logistique et de la gestion des stocks
 - Des connaissances approfondies de la marchandise du secteur
 - Un bon contact avec la clientèle et un sens développé de la communication
 - De petites exigences salariales
2. Que recherchent en général les clients qui se rendent dans un hypermarché ? ___ / 2 pts
- Des conseils avisés
 - Un service personnalisé
 - Des prix bas
 - Un large choix d'articles
3. Si je développe les services à la clientèle... ___ / 2 pts
- mes frais généraux vont augmenter ;
 - mes frais d'achat vont augmenter ;
 - le prix de revient d'achat va augmenter ;
 - mes prix de vente vont diminuer.
4. Le système du seuil de commande. Ce système signifie que... ___ / 2 pts
- le laps de temps entre les commandes est de durée variable ;
 - le jour de commande est variable, la quantité de commande est fixe ;
 - les fournisseurs sont toujours différents ;
 - la quantité de commande n'est jamais la même.
5. Un entrepôt trop grand... ___ / 2 pts
- immobilise un petit capital ;
 - présente un grand risque financier ;
 - engendre une vitesse de rotation élevée de la marchandise stockée ;
 - immobilise un grand capital.

6. Le Cash & Carry... ___ / 2 pts
- est aussi appelé Corporate Identity ;
 - propose d'acheter au détail auprès des producteurs ;
 - est souvent spécialisé dans une branche ;
 - propose le libre-service à la clientèle.
7. Une question de reformulation permet... ___ / 2 pts
- de se rassurer sur le choix que l'on propose au client ;
 - de ralentir l'entretien de vente et la décision d'achat ;
 - d'influencer le client dans son choix ;
 - de proposer un choix déjà prédéfini par le GCD pour accélérer la vente.
8. Parmi les propositions ci-dessous, lesquelles font partie de la plus-value apportée par le détaillant ? ___ / 2 pts
- La transformation de la matière première
 - Le conseil à la clientèle
 - Le conditionnement en cartons de dix unités
 - La présentation soignée de la marchandise
9. Le prix de revient d'achat se calcule comme suit : ___ / 2 pts
- prix de revient – frais généraux
 - montant de la facture + frais généraux
 - prix de vente + escompte
 - prix d'achat net – escompte
10. Comment appelle-t-on les zones de faible vente ? ___ / 2 pts
- Zones froides
 - Zones perdues
 - Zones d'ombre
 - Zone à risques

___ / 20

Partie A : Questions à choix multiples

____ / 20 pts

Mettez une croix dans la ou les cases correspondantes. Une ou plusieurs réponses sont possibles.

1. Le but de l'argumentation c'est :

____ / 2 pts

- de conclure la vente ;
- de faire plaisir au client ;
- de répondre aux besoins du client ;
- de connaître les désirs du client.

2. Dans la chaîne de distribution :

____ / 2 pts

- le détaillant transforme la matière première en produits finis ;
- le producteur transforme la matière première en produits finis ;
- le fabricant transforme la matière première en produits finis ;
- le grossiste transforme la matière première en produits finis.

3. Le commerce de détail est en constante évolution. Quelle(s) affirmation(s) indique(nt) un changement de structure dans le commerce de détail ?

____ / 2 pts

- Le nombre d'employés à plein temps travaillant dans le commerce de détail a beaucoup augmenté.
- Les magasins avec peu de salariés mais davantage de surface progressent.
- Le nombre de petits magasins d'alimentation augmente.
- De nombreuses surfaces de vente se sont développées en périphérie des villes.

4. L'offre c'est :

____ / 2 pts

- la capacité de stockage d'un magasin ;
- la quantité de marchandise demandée par les clients ;
- l'ensemble des marchandises proposées par le commerce de détail ;
- l'ensemble des marchandises achetées par les consommateurs.

Total page 2 : ____ / 8 pts

5. Cochez les affirmations correctes. ___ / 2 pts
- Un assortiment large ne se trouve que dans les commerces spécialisés.
 - Un assortiment plat propose peu de branches différentes.
 - Un assortiment profond propose beaucoup de choix dans une branche.
 - Un assortiment étroit propose une seule branche.
6. Lors d'une vente par téléphone, il faut : ___ / 2 pts
- être aussi dynamique que lors d'un entretien traditionnel ;
 - parler très rapidement car le temps vous est compté ;
 - faire patienter le client jusqu'à ce que vous ayez trouvé une solution ;
 - noter ce qui est important.
7. Parmi les propositions ci-dessous, lesquelles font partie de la promotion des ventes ? ___ / 2 pts
- Installer dans le magasin un grand sapin de Noël avec des articles de Noël.
 - Liquidier un stock de salades à moitié prix.
 - Mettre les salades en action bien en évidence, avec affiches et présentation spéciale.
 - Offrir aux hockeyeurs du club local des sacs de sport.
8. Un GCD porte en privé plusieurs piercings assez voyants à divers endroits du visage. Cochez les affirmations correctes à ce sujet. ___ / 2 pts
- Quel que soit le commerce, la loi interdit aux employés du commerce de détail le port de piercings.
 - Un GCD est libre de porter les accessoires qu'il désire et le patron n'a pas le droit de lui interdire les piercings.
 - Le patron a le droit d'exiger le retrait des piercings pendant le travail du GCD.
 - Dans un commerce de textiles pour jeunes très branchés, le port de piercing ne pose en principe pas de problème.

Total page 3 : ___ / 8 pts

Partie A : Questions à choix multiples _____ / 20 pts

Mettez une croix dans la ou les cases correspondantes. Une ou plusieurs réponses sont possibles.

1. Le principe du discount suppose : _____ / 2 pts
- une politique de prix agressive ;
 - un bon service après-vente ;
 - une belle présentation de la marchandise ;
 - une surface de vente sur plusieurs étages.
2. Les services à la clientèle ont pour but : _____ / 2 pts
- de se différencier de la concurrence ;
 - de trouver des solutions aux problèmes du magasin ;
 - de diminuer les ventes ;
 - de réduire la plus-value d'un article.
3. La quittance est : _____ / 2 pts
- une facture en attente de paiement ;
 - une preuve de paiement selon le Code des Obligations Suisse ;
 - un ticket de caisse avec la raison sociale du magasin ;
 - Toujours obligatoire en cas de réclamation ou d'échange.
4. Concernant les fonctions du commerce : _____ / 2 pts
- L'approvisionnement est la fonction principale du commerce de gros.
 - L'achat est la fonction principale du commerce de détail.
 - Le stockage est la fonction principale du commerce de gros.
 - La vente est la fonction principale du commerce de détail.
5. Lorsque le client émet une objection : _____ / 2 pts
- il est toujours facile pour le GCD de réfuter cette objection ;
 - le GCD ne doit jamais utiliser un argument de prix ;
 - le GCD doit toujours rester calme et déterminé ;
 - le GCD peut prouver ses compétences par des arguments techniques.

Total page 2 : _____ / 10 pts

6. Concernant les besoins de la clientèle : ___ / 2 pts
- Les 4P permettent d'adapter l'offre aux besoins aux clients.
 - L'importance d'un besoin dépend uniquement du porte-monnaie.
 - Les besoins culturels sont des besoins vitaux.
 - Un besoin s'exprime par un sentiment de manque.
7. On obtient le bénéfice brut en calculant : ___ / 2 pts
- les frais d'achat + le bénéfice net
 - le bénéfice net + les frais généraux
 - le prix de vente net – le prix de revient d'achat
 - le prix de revient d'achat + les frais généraux
8. Quelles affirmations correspondent à l'évolution actuelle du commerce de détail ? ___ / 2 pts
- Les prix de l'alimentation ont tendance à baisser.
 - Les grands distributeurs étrangers ont tendance à quitter la Suisse.
 - Le nombre de petits commerces alimentaires (épiceries) augmente.
 - De plus en plus de personnes travaillent à temps partiel.
9. Quel(s) argument(s) peut/peuvent justifier un prix plus élevé que la concurrence pour un article identique ? ___ / 2 pts
- "Notre service après-vente est vraiment de meilleure qualité."
 - "Comme j'achète en petites quantités, j'ai moins de remise de la part du fournisseur."
 - "Notre personnel fera toute l'installation à domicile ; nous livrons prêt-à-emploi."
 - "Notre assortiment est profond, nous avons beaucoup de pertes sur la marchandise à compenser."
10. "Cette imprimante est capable d'imprimer 150 pages par minute." Ceci est un ___ / 2 pts argument...
- commercial ;
 - lié à l'usage ;
 - publicitaire ;
 - technique.

Total page 3 : ___ / 10 pts

Partie A : Questions à choix multiples _____ / 20 pts

Mettez une croix dans la ou les cases correspondantes. Une ou plusieurs réponses sont possibles.

1. Quelles sont les prestations du commerce de détail au profit du consommateur ? _____ / 2 pts
- Le choix de l'assortiment
 - Le transport jusqu'à un lieu proche du client
 - L'écoulement des produits
 - La recherche de débouchés
2. Lors de la communication non verbale, de quels éléments tenez-vous compte ? _____ / 2 pts
- La mimique
 - Le ton de la voix
 - La gestuelle
 - Les bons mots
3. Chaque secteur économique joue un rôle spécifique. Lequel ? _____ / 2 pts
- Le secteur tertiaire comprend les services et les commerces.
 - Le secteur primaire regroupe les industries.
 - Le secteur secondaire produit les matières premières.
 - Le secteur tertiaire regroupe la transformation des marchandises brutes.
4. Sur un bulletin de livraison, que devez-vous contrôler ? _____ / 2 pts
- Le numéro de votre compte bancaire
 - La date de livraison
 - Le nom de votre commerce
 - Le nom du vendeur
5. Pour former un prix de vente, quels éléments devez-vous inclure ? _____ / 2 pts
- Les frais généraux de la maison de transport
 - La marge souhaitée
 - Le prix d'achat de la concurrence
 - L'offre et la demande

Total page 2 : _____ / 10 pts

6. Lorsque vous proposez une prestation à un client : _____ / 2 pts
- vous lui proposez de payer avec une carte de crédit ;
 - vous lui proposez une réservation d'article ;
 - vous lui proposez une livraison à domicile ;
 - vous lui proposez de prendre l'ascenseur.
7. Un plan d'assortiment c'est : _____ / 2 pts
- le plan de répartition des produits sur la surface de vente ;
 - la composition de l'assortiment selon les groupes de marchandises, groupes d'articles et sortes ;
 - la liste des produits existants dans la branche ;
 - le calendrier de la planification de vente des produits.
8. Un besoin collectif c'est : _____ / 2 pts
- la création d'une école secondaire ;
 - la création d'un commerce indépendant ;
 - la création d'un jardin privé ;
 - la création d'un chemin pédestre.
9. Quelle est l'utilité de connaître la segmentation de sa clientèle ? _____ / 2 pts
- Cela permet d'acheter les marchandises à un prix plus bas.
 - En connaissant la provenance de notre clientèle, on peut diffuser la publicité aux bons endroits.
 - Il faut bien connaître la concurrence pour pouvoir se positionner.
 - Selon les régions, les comportements changent. Il est donc important de connaître l'origine de nos clients.
10. Lesquels de ces éléments sont des facteurs de fidélisation-clients ? _____ / 2 pts
- La proximité de la centrale d'achat
 - La livraison à domicile
 - L'origine des fournisseurs
 - Les places de parcs en grand nombre

Partie A : Questions à choix multiples _____ / 20 pts

Mettez une croix dans la ou les cases correspondantes. Une ou plusieurs réponses sont possibles.

1. Dans un commerce, un client raconte au GCD et aux autres clients une blague vulgaire et grossière. Certains clients rient, d'autres pas. Quelle est à votre avis la bonne réaction du GCD ? _____ / 2 pts
- Il faut rester très sérieux et ne pas réagir à la blague.
 - Un grand éclat de rire s'impose car il crée la bonne humeur.
 - Un léger sourire suffit, la bonne humeur ne doit pas distraire du travail.
 - Le client n'a pas à faire ce genre de blague à la caisse, il est bon de le lui faire savoir poliment.
2. Parmi les propositions ci-dessous, laquelle ou lesquelles représente(nt) un circuit de distribution directe ? _____ / 2 pts
- Dans un « Cash and Carry », j'achète de la viande en grande quantité.
 - Chaque samedi, je me rends à la ferme voisine acheter les légumes au producteur.
 - Dans une boutique Chicorée, j'achète des articles de marque Chicorée.
 - Le matin, les pêcheurs vendent sur le quai les poissons pris à l'aube.
3. Dans l'entretien de vente, la phase de contact sert essentiellement à... _____ / 2 pts
- présenter nos articles au client ;
 - rechercher les besoins du client ;
 - convaincre le client que notre magasin est bien et que son choix est le bon ;
 - accueillir le client pour qu'il se sente à l'aise.
4. « Aimeriez-vous plutôt les roses rouges ou les roses jaunes ? » est une question... _____ / 2 pts
- alternative ;
 - fermée ;
 - suggestive ;
 - ouverte.
5. Lorsque le client paie avec une carte de crédit, le commerçant reçoit l'argent... _____ / 2 pts
- immédiatement par virement sur son compte ;
 - à la fin du mois par virement sur son compte ;
 - lorsque le client aura payé la facture que le commerçant aura envoyée ;
 - lorsque le client aura payé la facture de l'organisation de crédit.

Total page 2 : _____ / 10 pts

6. Qu'est-ce qui explique le développement des grandes surfaces spécialisées ? ___ / 2 pts
- Les consommateurs recherchent du choix à prix avantageux.
 - Les consommateurs désirent être personnellement très bien conseillés.
 - Les consommateurs n'hésitent pas à se déplacer pour trouver ce qu'ils cherchent.
 - Les clients aiment être fidèles aux commerces de proximité.
7. Citez les éléments qui vont produire une différence d'inventaire. ___ / 2 pts
- L'apprentie n'a pas signalé les articles qu'elle a cassés et jetés.
 - Un bulletin de livraison comportait une erreur que personne n'a remarquée.
 - Un client n'a pas payé sa facture mensuelle.
 - Nous avons renvoyé cinq articles à la centrale après les avoir déduits du stock.
8. Un client revient dans votre magasin avec une pompe à vélo qu'il vient d'acheter et qui ne fonctionne pas. Que pouvez-vous faire ? ___ / 2 pts
- Comme il s'agit d'un défaut caché vous n'êtes pas responsable. Le client doit s'adresser à son assurance.
 - Vous lui proposez de faire un devis pour connaître le prix des réparations, à la charge du client.
 - Si vous ne pouvez pas réparer l'article, vous devez soit le remplacer, soit le rembourser.
 - Dans tous les cas, vous devez d'abord renvoyer l'article au fabricant pour connaître l'origine du problème.
9. L'étude de marché nous donne les éléments suivants : ___ / 2 pts
- l'état du stock de nos produits
 - les objectifs à atteindre
 - le nombre de clients potentiels
 - la qualité souhaitée par les clients
10. Une mesure promotionnelle c'est : ___ / 2 pts
- une invitation à l'ouverture d'un nouveau commerce ;
 - un concours organisé à l'occasion des fêtes de Pâques ;
 - un voyage offert au meilleur vendeur de l'entreprise ;
 - un bon de réduction offert à l'achat d'un nouveau produit.

Total page 3 : ___ / 10 pts

Partie A : Questions à choix multiples

___ / 20 pts

Mettez une croix dans la ou les cases correspondantes. Une ou plusieurs réponses sont possibles.

1. Lors de la présentation des marchandises sur votre surface de vente : ___ / 2 pts
- vous exposez toujours une grande quantité de produits ;
 - vous évitez d'associer les produits en fonction des groupes cibles ;
 - si cela est possible, vous utilisez un emplacement supplémentaire ;
 - vous mettez en évidence les produits qui se vendent le moins.
2. Cochez les affirmations correctes par rapport aux critères de distinction des ___ / 2 pts
commerces de détail.
- Une petite entreprise occupe au moins 10 personnes.
 - Une atmosphère élégante n'a pas sa place dans un magasin d'alimentation.
 - Le niveau des prix dépend des services à la clientèle proposés.
 - En centre-ville, les charges élevées sont compensées par un grand potentiel de vente.
3. Dans une forme de vente en présélection : ___ / 2 pts
- la clientèle se sent souvent obligée d'acheter ;
 - les produits sont accessibles facilement par les clients ;
 - le commerçant ne proposera jamais de produits haut-de-gamme ;
 - la clientèle exigeante ne recevra pas suffisamment de conseil.
4. La gestion des stocks est importante dans le commerce de détail. Lors du contrôle ___ / 2 pts
d'une facture, je dois vérifier :
- la correspondance entre la commande et la livraison ;
 - les prix, les rabais, les facilités de paiement ;
 - la date et le jour de livraison ;
 - le stock journalier.
5. Cochez la ou les affirmations correctes. ___ / 2 pts
- La division du travail crée une perte de temps de production.
 - La vente et les services se trouvent dans le secteur secondaire.
 - La majorité de la population suisse travaille dans le secteur primaire.
 - Le secteur secondaire transforme les matières premières.

Total page 2 : ___ / 10 pts

6. Dans le système du seuil de commande : _____ / 2 pts

- la date de commande est fixe ;
- les quantités commandées sont fixes ;
- la commande est passée lorsque le stock atteint la réserve ;
- les intervalles de commande sont réguliers.

7. La satisfaction des besoins collectifs est... _____ / 2 pts

- assurée par les pouvoirs publics ;
- réalisée dans le cadre familial ;
- dépendante des revenus fiscaux ;
- inutile pour le commerce de détail.

8. La vente supplémentaire se définit comme étant : _____ / 2 pts

- toujours moins chère que l'article principal ;
- proposée lorsque la vente principale est « sous toit » ;
- un moyen pour le commerçant de réaliser du chiffre d'affaires ;
- souvent indispensable par rapport à l'article principal.

9. Cochez les affirmations correctes. _____ / 2 pts

- Le marketing permet aux entreprises d'adapter leurs activités au marché.
- Une étude de marché permet d'analyser la situation de départ.
- Le but du marketing est de vendre avec ou sans bénéfice.
- Une bonne stratégie marketing ne tient pas compte du pouvoir d'achat des clients.

10. Pour éviter les conflits, il vaut mieux : _____ / 2 pts

- ne jamais donner d'avis personnel ;
- prêter attention à son langage non verbal ;
- adresser uniquement des reproches généraux à ses collègues ;
- organiser des séances régulières.

Total page 3 : _____ / 10 pts