

EXERCICES DE RENFORCEMENT

Fonctions de base



Exercice 1

Vitamine C

Courrier à mettre au net

Consignes

Mettre en page ce courrier en corrigeant les fautes d'orthographe, de frappe et de français si nécessaire (22 corrections à apporter).

Adressé à : Mademoiselle VITTARD 11 impasse Dorat 92110 CLICHY. Objet : déterminer.

chère cliente, championne universelle du tonus, ennemie naturelle de la fatigue, elle nous fait du bien : c'est la vitamine C ! Son dernier exploit = s'introduire dans nos produits de soin pour nous requinquer la peau. Retrouvons la forme... Comme l'organisme, la peau se fatigue, devient terne, manque de tonus, bref elle a besoin de reprendre des forces. C'est là qu'intervient la fabuleuse énergie de la vitamine c. La vitamine C contribue à améliorer la fermeté de la peau. Ces propriétés préservent la jeunesse. Profitons de la vitamine c pure. Les chercheurs de nos laboratoires ont sélectionné une vitamine c pourvue d'un bouclier : le glucose. Au contact de la peau, le bouclier se désagrège, libérant la vitamine C pure dans sa forme active sur votre peau. Une nouvelle ligne de soin à la vitamine c est née : énergie c. La crème de jour hydratante = pour une hydratation parfaite de la peau au quotidien. Le lait et le tonique 2 en un = un produit enrichi en vitamine c, il démaquille parfaitement. Votre peau est plus souple, plus douce. Profiter de notre offre exceptionnelle de lancement = ce produit double au prix incroyables de 10 euros. A bientôt donc dans nos magasins CALLYSTA.

Cordiales salutations.

Exercice 2

Sellerie du MARAIS

Lettre à présenter

Consignes

Mettre en page ce courrier en corrigeant les fautes d'orthographe, de frappe et de français si nécessaire (19 corrections à apporter).

J = date du jour

Lettre adressée par la Tannerie du Pont du Gard, 7 square de la poste à ROMANS SUR ISERE, à la Sellerie du Marais, 12 route de Lyon NIMES. Objet à déterminer, date du jour.

Monsieur, le (J - 30) nous vous avons indiqués que vous pourriez disposé de la marchandise que vous aviez commandé. Vous nous avez alors demandés de repoussé d'une semaine –c'est-à-dire jusqu'au..... –date à laquelle vous retireriez vos articles. Ce que nous avons acceptés bien volontiers. Vous avez dépassés ce délai et promis à notre collaborateur René MARTIN de le rappelé sous 24 heures pour fixé avec lui une date butoir, qui a été arrêté au (J - 8). Or nous sommes à ce jour sans nouvelle de votre part. Vous n'ignorez pas que le contrat de vente fait obligation à l'acheteur de prendre livraison de sa marchandise. La marchandise étant toujours en souffrance dans nos entrepôts de NIMES, c'est au titre de la législation commercial que nous sommes au regret de vous annoncez que nous allons être obliger de vous facturez les frais de stockage (15,24 € par jour) à partir du (J - 8). Recevez, Monsieur, nos salutations distinguées. PS : veuillez nous tenir informé de la suite que vous comptez donné à cette affaire.

Exercice 3

Entreprise CAYOUT

Lettre à présenter

Consignes

Mettre en page ce courrier en corrigeant les fautes d'orthographe, de frappe et de français si nécessaire (54 corrections à apporter).

Lettre adressée à Véronique MAIRE, 17 allée des acacias à VILLENEUVE D'ASCQ par l'entreprise CAYOUT, 98 rue de l'Université à VILLEURBANNE

Accroche : *Qualité de pointe : la garantie du succès*

Madame, nous comprenons tout à fait votre désir d'obtenir une réduction de prix et vous remercions de nous en avoir fait part. Vous avez certainement raison lorsque vous avancez que nous augmenterions considérablement nos ventes si nous abaissions nos tarifs...; à condition cependant de pouvoir maintenir la qualité de nos produits. Or la haute technicité de nos appareils nécessite un investissement financier très important tant au niveau de la recherche et du développement nos offres sont toujours à la pointe du progrès que dans les matériaux utilisés. Sous prétexte qu'il ait à bas prix, seriez-vous réellement prête à acheter et revendre un article qui fonctionne mal, tombe régulièrement en panne et finirais par mécontenter vos clients ? Certainement pas...à moins peut-être qu'il ne serve accessoirement ce qui n'est pas le cas de nos machines. Nous tenons à préserver la qualité de nos produits d'autant que nous sommes persuadés que c'est une des meilleures solutions pour ce démarqué et résister aux offres bon marché de la grande distribution. La qualité est à ce prix là. Le succès aussi ; et la position de leader de votre entreprise suffit à le prouver. Il n'en reste pas moins que nous nous efforcerons de tenir compte de votre suggestion chaque fois que nous le pourrons. Nous espérons vous avoir convaincue s'il en était besoin du bien-fondé de notre politique et nous vous prions d'agréer, Madame, l'expression de nos meilleurs sentiments.

Exercice 4

Entreprise VERONDEL

Lettre à présenter avec ponctuation à rétablir

Consignes

Mettre en page ce courrier duquel ont été retirés la ponctuation et les majuscules.

Lettre adressée à Madame Claudine LESAGE, 34 place Bellecour, LYON 2^{ème} par l'entreprise VERONDEL, 12 boulevard Haussmann PARIS - Objet à déterminer.

chère madame nous vous remercions de votre demande et vous proposons trente rayonnages de stockage métallique dont vous trouverez ci-joint la fiche technique n° de référence 0528-7 avantages particuliers facilité de montage capacité de charge de 120 kg garantie de réassort de 5 ans prix promotionnel jusqu'au 31 décembre prochain 121 € par rayonnage conditions générales de vente livraison sur stock disponible départ usine frais de transport et d'emballage facturés séparément paiement à 30 jours date de livraison garantie 6 mois après livraison croyez chère madame à nos salutations distinguées

Pose de tabulateurs

Consignes

Pour réaliser la mise en page de cet exercice, posez dès le départ un tabulateur gauche à la division 4 et un autre gauche à la division 5,25 puis un tabulateur droit avec points de conduite à la division 9, un décimal à la division 13 et un gauche à la division 14.

Calculez les totaux.

Syndic de la copropriété LES HAUTS DE HURLETEMPETE

Président : M. GUILLAUD J.
Assesseurs : MM. VALPRE et DUPORT
Secrétaire : Mme PREVOST

Comptes présentés à l'approbation du bureau et quitus sur la gestion de l'agence.

Entretien	7 290,04	euros
Assurances.....	811,64	euros
Honoraires.....	3 841,72	euros
SAUR	216,54	euros
Frais de banque	25,01	euros
Petites factures.....	159,98	euros
Réparations diverses.....	678,62	euros
Déneigement	1 850,12	euros
E.D.F.	856,92	euros
Procédures	293,78	euros
TOTAL CHARGES GENERALES		euros
Fuel	7 344,66	euros
Entretien chaudière	560,49	euros
TOTAL CHAUFFAGE.....		euros
TOTAL DES CHARGES.....		euros

Exercice 6

Concurrence

Tableau à mettre en page

Positionnement des entreprises sur le marché

LEADER	CHALLENGER	SUIVEUR(S)	SPÉCIALISTE(S)
45 %	30 %	15 %	10 %
<p>Entreprise qui a la part de marché la plus importante</p> <p>Le leader prend l'initiative des modifications de prix, des nouveaux produits</p>	<p>Occupe la 2^{ème}, 3^{ème} ou 4^{ème} place</p> <p>Peut devenir le leader à court ou moyen terme</p>	<p>Société à part de marché faible</p> <p>Décide de se contenter d'une place secondaire, qu'elle préfère consolider</p>	<p>Se concentrent sur une petite partie du marché (créneau)</p> <p>Stratégie de "niche"</p>
Objectif			
Rester à la première place	Attaquer le leader	Consolider sa position	
Exemples			
<p>L'Oréal (cosmétiques)</p> <p>Microsoft (logiciels)</p> <p>Sony (vidéo)</p> <p>Kodak (pellicules)</p>	<p>Compaq (micro)</p> <p>Fuji (pellicules)</p>	<p>JVC (magnétoscopes)</p>	<p>Mont-blanc (stylos)</p> <p>Rolls Royce (voitures)</p>

Tableau à mettre en page

Rôle de l'étude de marché au travers du marketing mix

Mix	Tests	Objectifs et contenus
Produit	de produit	<ul style="list-style-type: none"> ☞ définition des attributs clés d'un produit ☞ évaluation avant le lancement des forces et faiblesses de chacun des attributs du produit
	de conditionnement	<p>A un concept donné, peuvent correspondre différents produits plus ou moins élaborés : <i>le concept de vente de produits informatiques par minitel peut se limiter aux seuls logiciels</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ☞ test de la reconnaissance par le consommateur du conditionnement (<i>taille, attractivité, forme, esthétique, symbolique, graphisme, logotype, couleurs</i>) ☞ étude de la lisibilité des textes, de la conformité du conditionnement au positionnement ☞ contrôle de l'aspect "pratique"
	de nom, de marque	<ul style="list-style-type: none"> ☞ choix et test d'un nom ou d'une marque en fonction de : <ul style="list-style-type: none"> ▪ la nouveauté : étude d'antériorité ▪ de contraintes réglementaires ▪ de contraintes commerciales : lisibilité, prononciation, mémorisation, cohérence avec le produit
	de goût	☞ évaluation des performances d'un produit alimentaire (<i>goût, couleur, odeur, apparence</i>)
	de performance	☞ mesure des caractéristiques techniques du produit et de leur perception par les consommateurs. Ils concernent uniquement les biens d'équipement et les biens non alimentaires
	tests comparatifs	☞ recueil des réactions du consommateur (en aveugle) face aux différents produits qui lui sont proposés
	tests d'usage	☞ comment sont utilisés les produits ? à quelles occasions, à quels moments ?
Placement distribution	étude du réseau de vente	☞ mesure de l'efficacité du réseau de vente des différents canaux
	étude des points de vente	☞ détermination de la meilleure organisation possible
	analyse de la zone de chalandise	☞ connaissance des caractéristiques et mesure de la clientèle potentielle
Prix	étude d'acceptabilité, prix psychologique	☞ détermination de la fourchette de prix acceptée par le marché
	test de prix relevé de prix	☞ mesure des intentions d'achat pour un intervalle de prix donné
Publicité Promotion	recherche d'axes, de concepts publicitaires	☞ sélection de l'axe (<i>stimulation d'une motivation ou réduction d'un frein</i>) à partir d'une étude des freins et des motivations du public visé
	mesure d'audience	☞ quelle est l'audience des supports ? Quelles sont les habitudes de fréquentation des différents supports ?
	étude d'impact	☞ contrôle de l'efficacité d'une campagne : <i>la publicité prévue est-elle bien choisie ? comment est-elle perçue ?</i>
	pré-tests et post-tests campagnes publicitaires	
	bilan de campagne	☞ évaluation des résultats d'une campagne