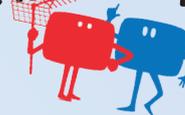




Situation et feuille de route	2
Document 1 : Présentation du groupe CORA	3
Document 2 : Présentation du magasin CORA Val d'Yerres	4
Document 3 : Lexique	8
Mission 1	
Dégager les enjeux du passage au tout numérique	10
Document 4 : Comment passer au numérique ?	11
Document 5 : Charte Professionnel agréé	12
Document 6 : Newsletter TDF	13
Document 7 : Nouveaux dispositifs	14
Document 8 : Équipement des foyers pour la réception de la télévision numérique	16
Annexe 1 : Contexte du passage au tout numérique	20
Annexe 2 : Note	22
Mission 2	
Diagnostiquer l'offre commerciale proposée par le rayon Multimédia	24
Document 9 : Tableau de bord du rayon Multimédia du magasin CORA Val d'Yerres	25
Document 10 : Performances des sous-familles composant la famille TVC VIDÉO	25
Document 11 : Résultats de janvier 2010 pour CORA Normandie	26
Document 12 : Résultats de février 2010 pour CORA Alsace	26
Document 13 : Résultats de l'opération de février 2010 pour CORA Alsace	26
Document 14 : Implantation du rayon Multimédia	27
Document 15 : Indices de disparité de consommation, rendement moyen par élément du rayon Multimédia du magasin CORA Val d'Yerres	28
Document 16 : Relevé de linéaire comparé à la concurrence intrasectorielle	29
Document 17 : Raisons du choix du magasin CORA Val d'Yerres	30
Document 18 : Notes de satisfaction octroyées au magasin CORA Val d'Yerres et à son principal concurrent CARREFOUR Sénart	31
Document 19 : Positionnement prix des rayons exprimé par les clients du magasin CORA Val d'Yerres	31
Annexe 3 : Performances de la famille TVC VIDÉO et importance de cette famille au sein du rayon Multimédia	32
Annexe 4 : Performances des sous-familles associées à l'opération "tous au numérique !"	33
Annexe 5 : Enjeu commercial de l'opération	34
Annexe 6 : Diagnostic de l'implantation physique du rayon Multimédia	35
Annexe 7 : Attentes des clients	36
Mission 3	
Mettre en place l'opération commerciale "tous au numérique !"	37
Document 20 : Annonce de l'opération sur le site internet du magasin CORA Val d'Yerres	38
Document 21 : Exemple de mise en avant dans le rayon Multimédia	39
Document 22 : Plan de communication	40
Document 23 : Exemple de lettre électronique d'information	41
Document 24 : Maquette de lettre électronique d'information	43
Document 25 : Extensions de garantie sur les téléviseurs	44
Document 26 : Huit engagements	46
Annexe 8 : Maquette de la lettre électronique d'information à J -2	47
Annexe 9 : Argumentaire pour accompagner la vente de l'extension de garantie à cinq ans	48



Vous avez été recruté(e) par le groupe CORA et vous avez intégré l'hypermarché de Val d'Yerres dans l'Essonne (91), en région Île-de-France.

Vous êtes conseiller(ère) de vente au département « Culture Loisirs » dont Bruno Demontoux est le manager.

Un évènement technologique national se déploie progressivement sur le territoire : le passage de la télévision analogique à la télévision numérique.

Le groupe CORA, signataire de la Charte nationale Professionnel agréé, se mobilise pour l'opération "tous au numérique !".

Le 08 mars 2011, c'est au tour de la région Île-de-France de passer au numérique : à cette date, il ne sera plus possible de recevoir les chaînes de télévision sans avoir adapté son équipement.

Votre manager vous associe à la mise en place d'actions liées à cet évènement au rayon Multimédia.

Il vous charge plus particulièrement de dégager les enjeux du passage au tout numérique, de diagnostiquer l'offre proposée par le rayon Multimédia et de mettre en place l'opération commerciale "tous au numérique !" au sein de votre rayon, selon la feuille de route suivante :

Documents : 1, 2, 3

FEUILLE DE ROUTE

■ Mission 1 : Dégager les enjeux du passage au tout numérique

- Étape 1 Analyser le contexte technique, commercial et réglementaire
- Étape 2 Déterminer l'impact de cet évènement pour le rayon Multimédia

■ Mission 2 : Diagnostiquer l'offre commerciale proposée par le rayon Multimédia

- Étape 1 Exploiter le tableau de bord du rayon Multimédia
- Étape 2 Identifier les règles d'implantation préconisées par CORA pour le rayon Multimédia
- Étape 3 Repérer les attentes des clients du rayon Multimédia

■ Mission 3 : Mettre en place l'opération commerciale "tous au numérique !"

- Étape 1 Communiquer en direct avec les clients du magasin
- Étape 2 Élaborer un argumentaire pour accompagner la vente de l'extension de garantie à cinq ans sur les TV LCD

Usage de la calculatrice autorisé.

Vous exprimerez les valeurs en euros à l'entier supérieur et présenterez les pourcentages à deux décimales.

#2/49



DOCUMENT 1 : PRÉSENTATION DU GROUPE CORA

Historique

Origine du groupe

Jacques Delhaize, négociant en vins dès 1850, a eu trois fils qui ont imaginé et appliqué 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 20^{ème} 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. 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.

Entreprise

Les hypermarchés Cora font partie du groupe Louis Delhaize qui exploite des entreprises de distribution avec des enseignes d'excellente qualité. Le chiffre d'affaires du Groupe Louis Delhaize a dépassé 11 milliards d'euros pour l'année 2009. Depuis l'ouverture en 1969 du premier hypermarché, le développement de Cora a été rapide. L'enseigne Cora est également portée par 23 hypermarchés aux Antilles et à l'étranger. Les 59 hypermarchés Cora de métropole emploient aujourd'hui plus de 22 000 personnes.

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.

Services centraux

Cora Domaine de Beaubourg

Rue du Chenil Croissy-Beaubourg 77435 Marne-la-Vallée Cedex 2

La centrale d'achats alimentaire de Cora et Match : Provera Alimentaire

Rue du Chenil Domaine Beaubourg Croissy Beaubourg 77435 Marne la Vallée Cedex 2

La centrale d'achats non alimentaire de Cora et Match : Cora Non Alimentaire

34 rue des Vieilles Vignes Croissy Beaubourg 77435 Marne la Vallée Cedex 2

Positionnement

L'identité CORA

Il s'agit de l'image que nous ressentons et partageons en tant que collaborateurs **CORA** et de ce que nos clients et fournisseurs perçoivent comme image de notre entreprise



#3/49

Concours général des Métiers
Spécialité Commerce
Session 2011



DOCUMENT 2 : PRÉSENTATION DU MAGASIN CORA VAL D'YERRES



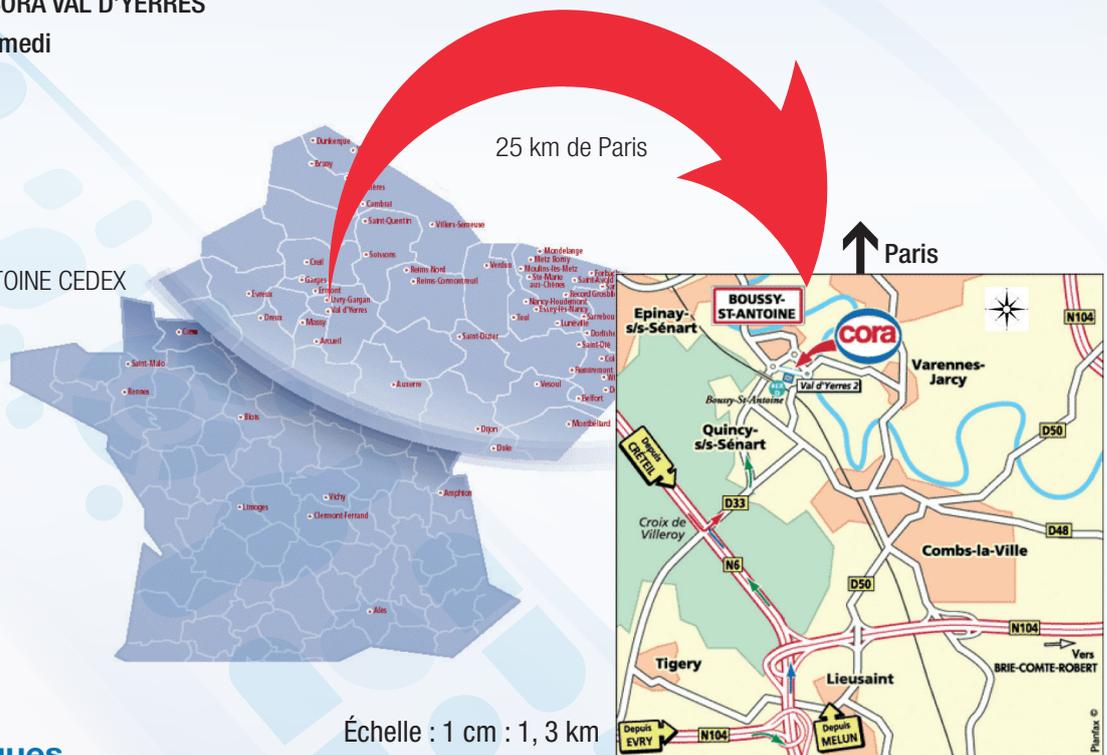
VOTRE HYPERMARCHÉ CORA VAL D'YERRES

est ouvert du lundi au samedi
de 9 h 00 à 21 h 00
01 69 39 79 79

2.1. Localisation

CC Val d'Yerres 2
BP 80
91801 BOUSSY SAINT ANTOINE CEDEX

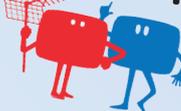
Accès direct : RER D



2.2. Caractéristiques

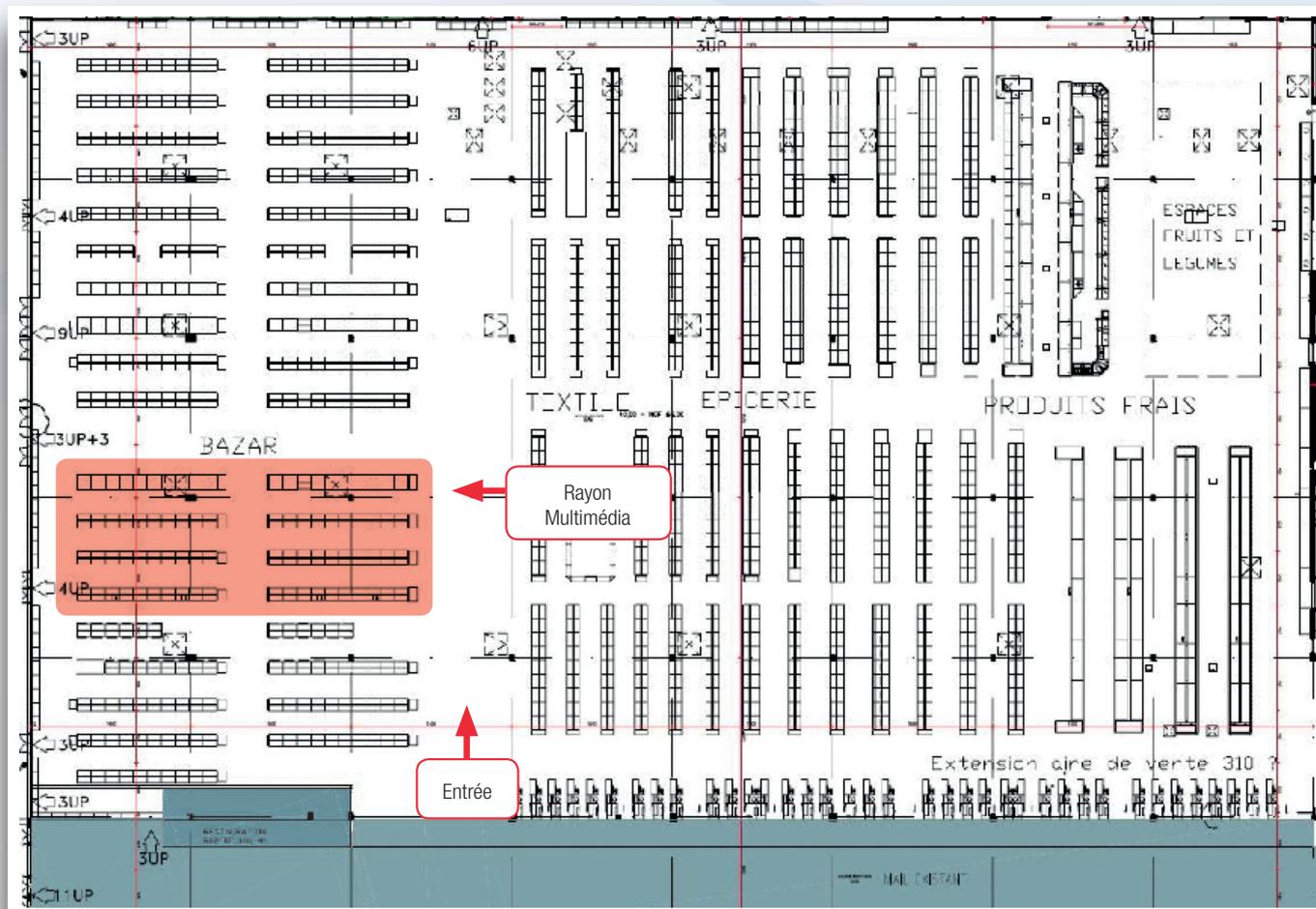
Le centre commercial « Val d'Yerres » est ouvert depuis 1974. L'enseigne CORA y est implantée depuis 1997.

HYPERMARCHÉ CORA VAL D'YERRES		
Surface de vente	9 000 m ²	
Chiffre d'affaires 2009	95 384 000 €	
Clientèle	Panier moyen	50 euros
	Fréquence d'achat	1,56 fois par semaine en 2010
Départements : dénominations et parts du CA	Dénomination	Part du CA
	Épicerie et Produits Frais Industriels.....	56,8 %
	Produits Frais Traditionnels.....	13,9 %
	Univers de la Personne (Textile, Chaussures, Bijouterie).....	6,3 %
	Univers de la Maison (Électroménager, Décoration, Ménage, Auto, Bricolage et Jardin).....	9,3 %
Univers Culture Loisirs (Multimédia, Librairie, Papeterie, Bagages, Jouets, Sport).....	13,5 %	
#4/49 Fidélisation	Carte Malin (carte de fidélité + chéquier service) Carte CORA payante (carte de crédit)	
	Perspectives	Rénovation du centre commercial et de l'hypermarché à échéance 2013 avec création d'un parking en sous-sol, rénovation de la galerie marchande et agrandissement de l'hypermarché à 10 000 m ²



DOCUMENT 2 : suite

Plan du magasin CORA Val d'Yerres



Échelle : 1 cm = 7 m

Structure de la clientèle de Cora Val d'Yerres

Par catégorie socioprofessionnelle du chef de famille (ensemble de la population)

C.S.P.	2010
Agriculteurs exploitants	-
Artisans, commerçants et chefs d'entreprise	1,4 %
Cadres et professions intellectuelles supérieures	12,3 %
Professions intermédiaires	15,1 %
Employés	24,2 %
Ouvriers	16,9 %
Retraités	26,7 %
Non actifs	3,4 %

#5/49

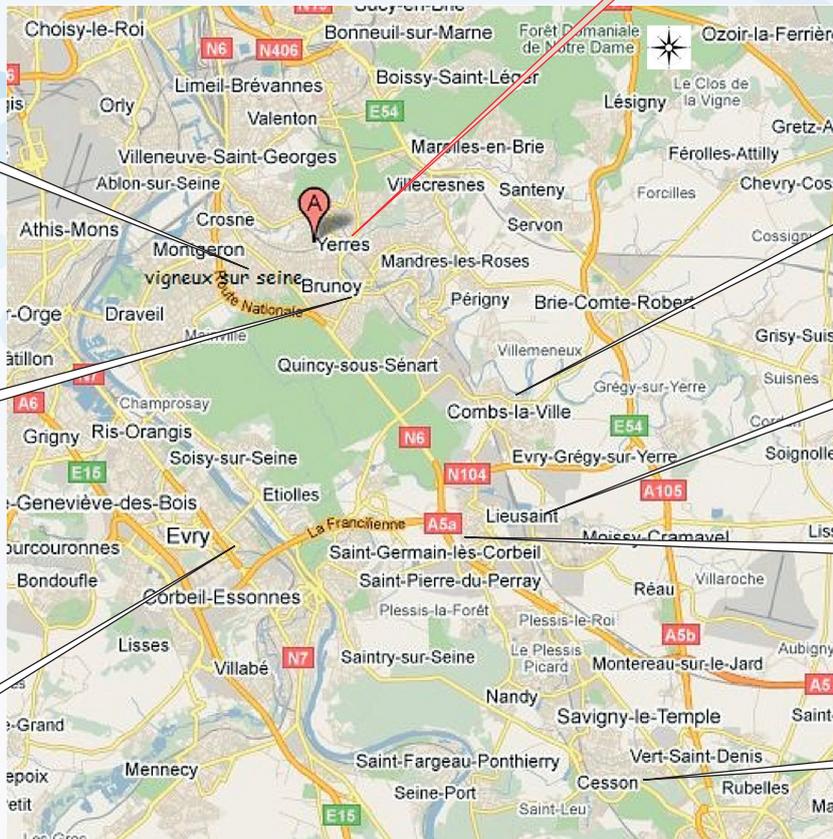
Concours général des Métiers
Spécialité Commerce
Session 2011



DOCUMENT 2 : suite

2.3. Zone de chalandise

Plan des principaux concurrents dans un rayon de 18 km



Échelle : 1 cm = 3 km

Population

Taille moyenne des foyers	2,59 personnes
Nombre total des ménages résidant sur les zones	78 990 ménages

COMMUNES PRINCIPALES	NOMBRE DE MÉNAGES	PART DU C.A. T.T.C. en %
BOUSSY-SAINT-ANTOINE	2 770	19,9 %
QUINCY-SOUS-SENART	2 982	20,0 %
TOTAL ZONE HYPER PRIMAIRE	5 752	39,5 %
PERIGNY-SUR-YERRES	7 457	5,9 %
EPINAY-SOUS-SENART	4 751	12,5 %
COMBS-LA-VILLE	8 378	12,7 %
BRUNOY	10 835	11,8 %
TOTAL ZONE PRIMAIRE	31 421	82,4 %
VILLECRESNES	5 148	4,5 %
YERRES	12 007	6,7 %
TOTAL ZONE SECONDAIRE	17 155	11,2 %
MOISSY-CRAMAYEL	15 879	1,0 %
MONTGERON	9 299	1,4 %
BRIE-COMTE-ROBERT	7 229	0,5 %
TOTAL ZONE TERTIAIRE	30 407	2,9 %

DOCUMENT 2 : suite et fin

2.4. Services

Les Services, atouts principaux de Cora Val d'Yerres

	<p>Services Magasin</p> <ul style="list-style-type: none"> - CADDIE ENFANT : prêt de petits caddies... pour faire comme les grands !!! - ACCUEIL : échange, remboursement, bon de commande, satisfait ou remboursé dans les 15 jours (article en bon état et dans son emballage d'origine) - PÂTISSERIE : anniversaire, mariage, communion, votre gâteau personnalisé avec une photo - POISSONNERIE : plateau de fruits de mer sur commande - STAND TRADITIONNEL : plateau de charcuterie et de fromages sur commande 		<p>Pratique !</p> <ul style="list-style-type: none"> - BILLETTERIE - CAISSES : futures maman, handicapés, 10 articles maxi et Libre service <p>Distributeur de billets</p> <p>Emballage cadeaux (table, papier, ciseaux, scotch)</p> <p>Photos numériques en quelques minutes</p>
	<p>Galerie Marchande</p> <p>Pharmacie et parapharmacie</p> <p>Tabac et Presse</p> <p>Boulangerie Pâtisserie Pressing Serrurier</p> <p>Photomaton Service</p> <p>et plusieurs boutiques...</p>		<p>Service après vente</p> <p>Service après-vente - le contrat sérénité, suivi intervention en ligne</p> <p>Livraison à domicile alimentaire</p> <p>Livraison et installation à domicile</p> <p>Repassage</p> <p>Réparation toutes marques (même achetées ailleurs)</p> <p>Vente d'accessoires et pièces détachées</p>

notre catalogue de prestations

Votre service
de proximité

coraSAV
le contrat sérénité

Cora S.A.V. Val d'Yerres
du lundi au samedi de 9h00 à 20h00
0810.008.008
Centre commercial Val d'Yerres 2 - BP 80
91 801 BOUSSY SAINT ANTOINE Cedex

Livraison à domicile

Le S.A.V. de Val d'Yerres vous propose

la livraison à domicile du mobilier encombrant **35€**

Votre service de proximité

LIVRAISON GRATUITE pour tout appareil gros électroménager et auto-vitral supérieur à 200€

www.cora.fr

Le suivi en ligne des réparations

Le S.A.V. de Val d'Yerres vous propose

Le formulaire de suivi en ligne des réparations

> TV - VIDEO - HIFI - GROS ELECTROMENAGER

La mise en service

ordinateur

coraSAV

scooter

coraSAV

le tout numérique

coraSAV

L'entretien

scooter

coraSAV

tondeuse

coraSAV

velo

coraSAV

Les services

repassage

coraSAV

disques rayés

coraSAV

location matériel

coraSAV

soda-club

coraSAV

Les extensions de garantie

televiseur

coraSAV

electro-menager

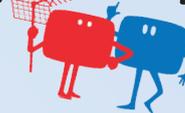
coraSAV

#7 / 49

Concours général des Métiers
Spécialité Commerce
Session 2011

cora et moi, la confiance est là.

Le service après-vente par cora



DOCUMENT 3 : LEXIQUE

Adaptateur numérique

La télévision numérique hertzienne peut être reçue sur n'importe quel téléviseur à l'aide d'un adaptateur numérique. Il s'agit soit d'un boîtier externe qui se branche sur le téléviseur par la prise péritel, soit d'un adaptateur numérique intégré au téléviseur. Depuis mars 2008, l'ensemble des téléviseurs proposés sur le marché dispose obligatoirement d'un adaptateur intégré.

Analogique

Signal électrique continu utilisé pour véhiculer le son et les images grâce de nombreux supports d'information. Les données analogiques offrent une qualité limitée et s'altèrent avec le temps. Sont analogiques : les cassettes audio ou vidéo VHS, l'appareil photo argentique, le magnétoscope VHS...

Antenne parabolique

Dispositif individuel ou collectif de réception d'ondes hertziennes, utilisé pour la télévision par satellite.

Antenne râteau

Dispositif individuel ou collectif permettant de capter les ondes hertziennes de la télévision. La plupart du temps, cette antenne permet de recevoir la télévision analogique comme la télévision numérique.

Bouquet de chaînes

Ensemble de chaînes diffusées par un opérateur auquel on peut accéder par un abonnement. Par extension, on parle maintenant de «bouquet gratuit» sur la TNT.

CSA

Le Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA), autorité administrative française indépendante créée par la loi du 17 janvier 1989, garantit en France l'exercice de la liberté de communication audiovisuelle dans les conditions définies par la loi du 30 septembre 1986. Notamment, le CSA gère et attribue les fréquences destinées à la radio et à la télévision, délivre des autorisations aux télévisions et aux radios diffusées par voie hertzienne terrestre et conventionnelle ou reçoit la déclaration des services de communication audiovisuelle diffusés par câble, par satellite, par internet, par ADSL, etc.

DVB-S

La norme DVB-S (Digital Video Broadcasting – Satellite en anglais) est l'application de la norme DVB aux transmissions par satellite. La première application commerciale a été mise en place par Canal+ pour la France, permettant ainsi la diffusion de la télévision numérique par satellite au grand public.

Emetteur

Installation qui permet de recevoir et d'émettre des signaux.

Fournisseur d'accès à Internet

Entreprise qui commercialise une offre de connexion à Internet (en abrégé : FAI).

Fréquence hertzienne

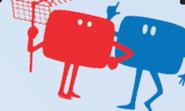
De même qu'il y a des longueurs d'ondes pour la radio, on parle de fréquences hertziennes pour le signal hertzien de la télévision.

Pour la télévision hertzienne analogique, chaque chaîne, sur chaque émetteur, utilise sa propre fréquence, d'où la consommation élevée de fréquences hertziennes. Ces fréquences, en nombre limité, sont également utilisées par les radios, l'Internet ou le téléphone mobile, ceci tant à des fins civiles que militaires. Le signal analogique de la télévision, gros consommateur de fréquences hertziennes, va laisser place au signal numérique, faible consommateur.

Des fréquences hertziennes seront donc «libérées» et pourront être utilisées pour d'autres usages contribuant au service public.

#8/49

Concours général des Métiers
Spécialité Commerce
Session 2011



DOCUMENT 3 : suite

Numérique

Ce terme qualifie l'enregistrement des images et des sons sous forme de fichier informatique. Le fichier informatique restant de qualité constante, les sons et les images ne s'altèrent pas. Sont numériques : les CD, les DVD, les appareils photo numériques, les lecteurs-graveurs DVD...

Plasma

Les écrans à plasma fonctionnent de façon similaire aux tubes d'éclairage fluorescents («néons»). La technologie plasma permet des écrans de grandes dimensions particulièrement plats.

Prise péritel

Prise à broches qui permet de relier le téléviseur à tous ses périphériques.

TDF

L'entreprise TéléDiffusion de France propose des services de diffusion de contenus audiovisuels pour les opérateurs de télécommunication et développe des services multimédias.

Télévision Numérique Terrestre ou TNT

La télévision numérique terrestre (TNT) est la dénomination française désignant les systèmes de diffusion numérique de la télévision via un réseau d'émetteurs terrestres.

Un téléspectateur, qui captait les chaînes analogiques par voie hertzienne et par antenne râteau, ne recevra les chaînes numériques que si son téléviseur est équipé d'un adaptateur.

« TNT » désigne aussi le bouquet de chaînes gratuit.

Télévision par ADSL

Diffusion des chaînes de télévision par la ligne téléphonique, équipée de la technologie ADSL (Asymmetric Digital Subscriber Line en anglais). L'ADSL permet d'utiliser la ligne téléphonique pour transporter des données informatiques, indépendamment du service de téléphonie. L'ADSL permet aujourd'hui de diffuser des programmes de télévision. Les chaînes, payantes ou gratuites sont diffusées en analogique ou en numérique. La réception est faite au moyen d'un abonnement auprès d'un FAI et par le biais d'un modem spécifique (appelé «box»).

Télévision par câble

Diffusion des chaînes de télévision au moyen d'un réseau filaire spécifique. La réception est assurée grâce au raccordement au réseau filaire et, le plus souvent, par un boîtier de réception spécifique.

Télévision par satellite

Diffusion des chaînes de télévision, payantes ou gratuites, en analogique ou en numérique, depuis un satellite en orbite autour de la Terre. La réception est faite au moyen d'une antenne parabolique et d'un boîtier de réception spécifique (appelé «démodulateur» pour la télévision analogique et «terminal DVB-S» pour la télévision numérique).

TV LED

Axée autour de la diode électroluminescente (Light-Emitting Diode en anglais), la technologie LED permet un meilleur contraste et une plus grande finesse que les néons des téléviseurs LCD. Les TV à LED sont beaucoup plus économiques que leurs pairs à plasma ou à néons.

TVc LCD

Un téléviseur couleur (TVc) peut être pourvu d'un écran à affichage à cristaux liquides (Liquid Crystal Display en anglais). Le principal avantage est la faible consommation d'énergie.

TVC VIDEO

TVC Vidéo (Total Video Converter en anglais) est un logiciel polyvalent permettant la conversion entre tous les formats vidéo et audio et l'exploitation des données par tous appareils multimédias numériques.



Mission 1

Dégager les enjeux du passage au tout numérique

Bruno Demontoux a reçu du siège un ensemble de documents concernant le passage au tout numérique. Il vous demande d'analyser la documentation afin de définir les plans d'action que pourra mettre en œuvre le directeur du magasin.

Étape 1 : Analyser le contexte technique, commercial et réglementaire

Documents : 4, 5, 6, 7

Votre manager vous demande de renseigner le tableau permettant de caractériser les trois aspects de ce contexte.

Complétez l'annexe 1

Étape 2 : Déterminer l'impact de cet événement pour le rayon Multimédia

Documents : 2 et 8

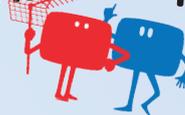
Bruno Demontoux vous charge de rédiger une note structurée -de deux pages maximum- traitant des points suivants :

- le mode de réception TV des foyers d'Île-de-France,
- l'équipement en postes numériques des foyers d'Île-de-France,
- la répartition des achats à l'occasion du passage au numérique dans les régions déjà concernées,
- le profil des foyers restant à équiper en numérique (âge, CSP).

Vous conclurez sur les enjeux pour votre rayon Multimédia.

Complétez l'annexe 2

#10/49



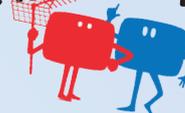
DOCUMENT 4 : COMMENT PASSER AU NUMÉRIQUE ?

Équipements requis

Que possédez-vous ?	Pour recevoir le bouquet TNT gratuit, il vous faut :
 une antenne hertzienne : râteau extérieur ou intérieur	Un adaptateur TNT externe branché sur la prise Péritel du téléviseur actuel ou un téléviseur avec TNT intégrée suffisent pour recevoir les 18 chaînes gratuites.
 une parabole	Orientée sur le satellite et couplée à un adaptateur/décodeur satellite numérique.
 une box ADSL, le câble ou la fibre optique (grâce à un abonnement individuel)	Les chaînes gratuites de la TNT sont incluses dans l'offre TV de l'abonnement pour le poste de télévision principal.

#11/49

Concours général des Métiers
Spécialité Commerce
Session 2011



DOCUMENT 5 : CHARTE PROFESSIONNEL AGRÉÉ



Les professionnels antennistes,
revendeurs et distributeurs s'engagent pour vous.

Nos 5 engagements

1. Des produits d'entrée de gamme pour chaque mode de réception de la télé tout numérique.

2. Une aide à l'installation et au réglage à domicile de votre équipement.

Dans le cadre de sa politique commerciale, le professionnel s'engage à vous expliquer comment régler vos équipements (recherches des chaînes) et peut aussi fournir une aide au réglage à domicile en complément d'une vente dans le cadre d'un forfait « sans soucis ».

3. Un diagnostic complet, transparent et sincère de votre installation et de vos besoins.

4. Des forfaits sans surprise pour des interventions standard.

Le professionnel signataire s'engage à pratiquer et à clairement afficher des prestations standard, dont le contenu sera clairement délimité.

5. Une aide à la « décision éclairée » pour les installations collectives.

Le professionnel effectuera un diagnostic complet, fournira des devis détaillés et conseillera son client afin de réaliser un investissement durable qui s'adaptera aux changements ultérieurs des plans de fréquences.

Ensemble, nous nous engageons à vous faire passer à la Télé Tout Numérique en toute sérénité.

#12/49



www.tousaunumerique.fr

0 970 818 818 numéro non surtaxé
(prix d'un appel local, du lundi au samedi de 8h à 21h)



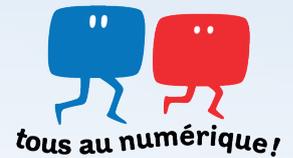


DOCUMENT 7 : NOUVEAUX DISPOSITIFS



Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

Accompagnement, information et communication



tous au numérique!

7.1 Aides financières

Pour les foyers recevant actuellement les six chaînes historiques et éventuellement une chaîne locale en analogique, par une antenne râteau ou une antenne intérieure, pour un poste de leur résidence principale :

Pour les foyers résidant dans les zones couvertes par la TNT
Sous conditions de ressources

Aide à l'équipement : 25 euros maximum
Pour l'acquisition d'un adaptateur TNT, d'un téléviseur TNT intégrée, ou abonnement au câble, au satellite ou à l'ADSL

Aide à l'antenne : 120 euros maximum
Pour l'adaptation ou le remplacement d'une antenne râteau

Pour les foyers résidant dans les zones non couvertes par la TNT
Sans condition de ressources

Aide à la réception : 250 euros maximum
Pour l'acquisition d'un équipement de réception alternatif à l'antenne râteau

Sur simple demande au 0 970 818 818 jusqu'à 3 mois maximum après le passage OU en téléchargement sur www.tousaunumerique.fr

Conditions de ressources

Parts	Aide à l'équipement de 25€ Revenu fiscal de référence inférieur ou égal à	Aide à l'antenne de 120€ Revenu fiscal de référence inférieur ou égal à
1	8 000€	20 000€
1,5	9 500€	21 500€
2	11 000€	23 000€
2,5	12 500€	24 500€
3	14 000€	26 000€
3,5	16 500€	28 500€
4	19 000€	31 000€
4,5	21 500€	33 500€
5	24 000€	36 000€
5,5	26 500€	38 500€

Pour savoir si vous êtes éligible et obtenir un formulaire de fonds d'aides,

appelez le **0970 818 818**

(numéro non surtaxé, prix d'un appel local, du lundi au samedi de 8 h à 21 h)

ou contactez-nous sur

www.tousaunumerique.fr



#14/49



DOCUMENT 7 - suite et fin

7.2 Assistance technique

Pour les personnes âgées de plus de 70 ans ou souffrant d'un handicap supérieur ou égal à 80%

Sur rendez-vous.

Intervention gratuite à domicile sur le poste principal :

- . installation et branchement de l'adaptateur (acquis directement par le bénéficiaire)
- . recherche et mémorisation des chaînes
- . mode d'emploi de la mémorisation des chaînes pour le jour du passage

Pour en bénéficier : 0 970 818 818 qui organisera la prise de RV

7.3 Communication

Au niveau national



Campagne Publicitaire TV : 2 spots de 30 secondes

> Spot 1

« si vous recevez la télévision numérique par une antenne râteau ou intérieure, vous devez équiper chacun de vos postes pour recevoir la télévision numérique, sinon vous ne recevrez plus la télévision »

> Spot 2

« si vous devez vous équiper, vous pouvez recevoir gratuitement la télévision numérique via un adaptateur TNT ou un décodeur satellite. Il existe aussi des offres payantes via le câble, le satellite ou l'ADSL »

Renvoi systématique

sur le 0 970 818 818 et www.tousaunumerique.fr

Au niveau régional



Insertions dans la presse :

> Presse TV

2 vagues radio :

- > Radios locales,
- > Réseau France Bleue
- > Décrochages régionaux

1 vague TV :

> France 3 Région

Présence sur le terrain :

- > Des points d'information fixes dans les lieux publics
- > La tournée terrain des Guides "tous au numérique !" 2 mois avant le passage



#15/49

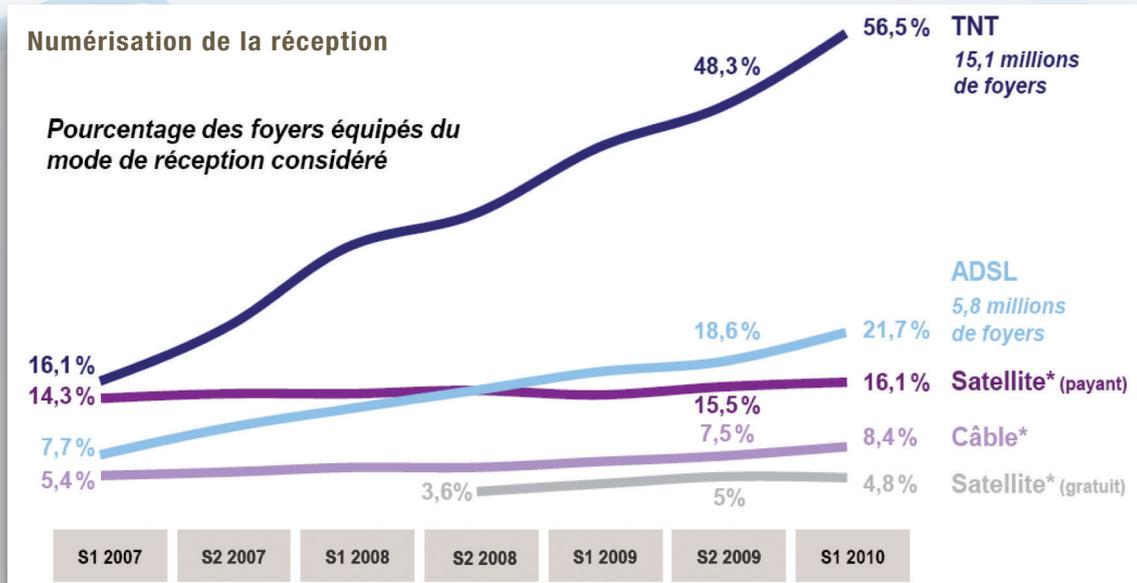
DOCUMENT 8 : ÉQUIPEMENT DES FOYERS POUR LA RÉCEPTION DE LA TÉLÉVISION NUMÉRIQUE



1^{er} semestre 2010 – 5^e vague d'étude
Extraits

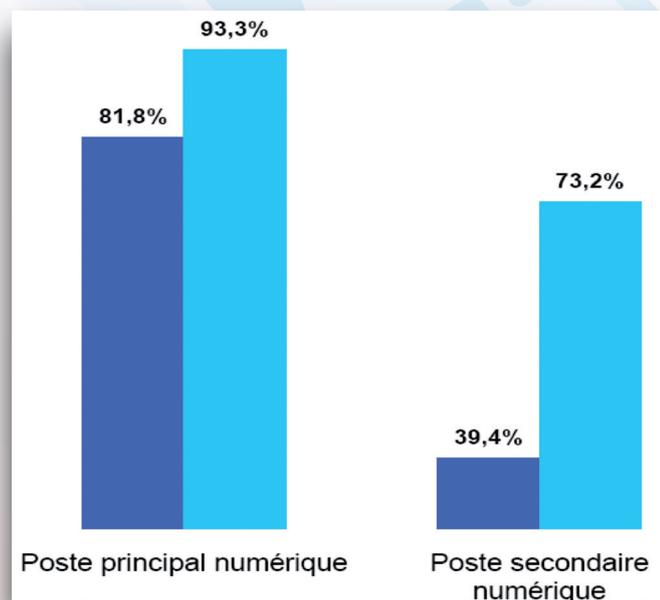


8.1 Modes de réception TV au niveau national



* numérique uniquement
S1 : semestre 1 - S2 : semestre 2

8.2 Numérisation des postes TV au 1^{er} semestre 2010

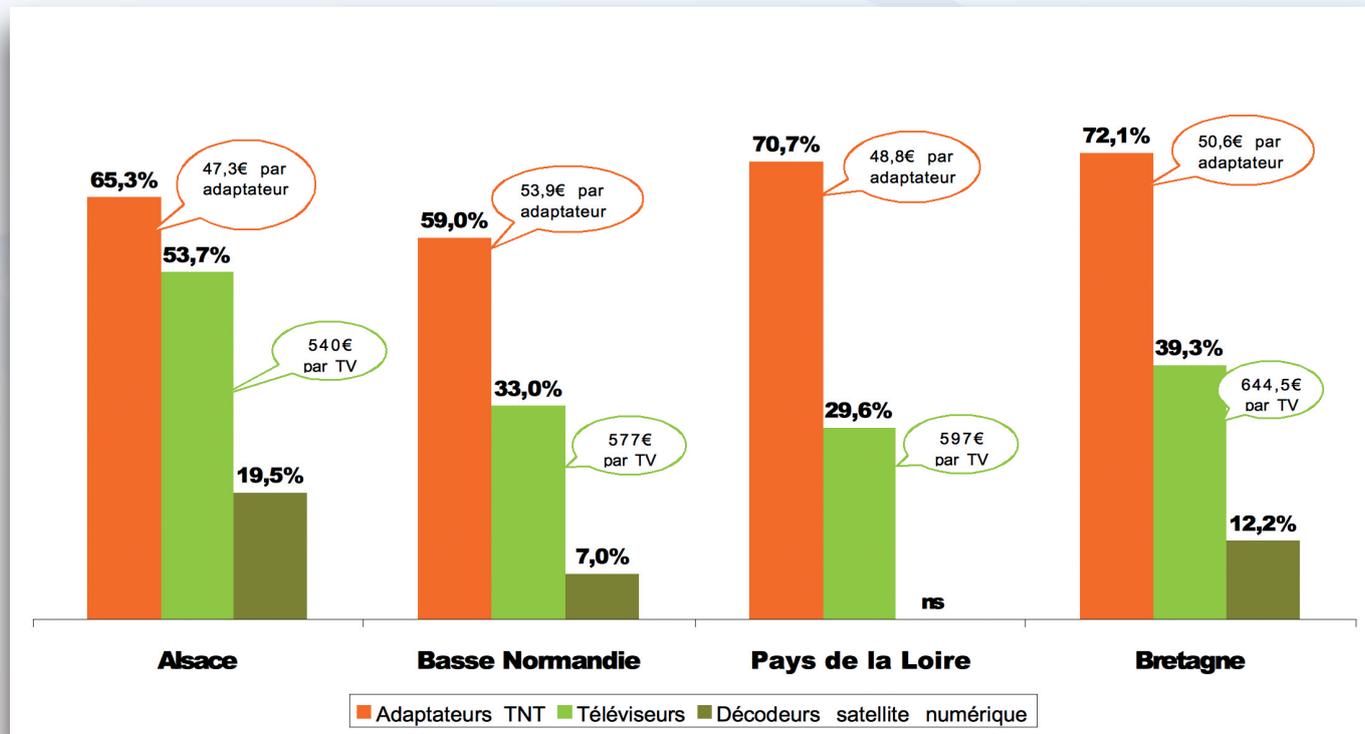


■ Régions pas encore passées au tout numérique ■ Régions passées au tout numérique (Alsace, Basse-Normandie, Bretagne, Pays-de-la-Loire)



DOCUMENT 8 - suite

8.3 Taux d'équipement des foyers à l'occasion du passage au tout numérique

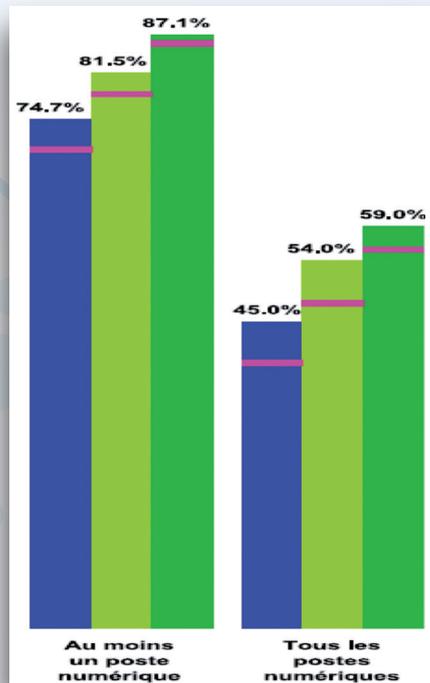




DOCUMENT 8 - suite

8.4 Prochaine région à passer au tout numérique : l'Île-de-France

Équipement des foyers



Rappel des pourcentages sur l'ensemble de la métropole

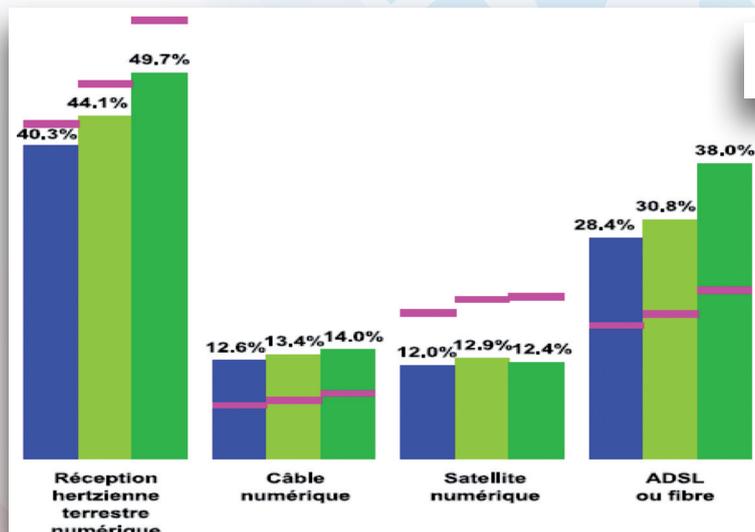


Légende

S1 2009 S2 2009 S1 2010

S1 : semestre 1 - S2 : semestre 2

Modes de réception utilisés par les foyers



Rappel des pourcentages sur l'ensemble de la métropole

Légende

S1 2009 S2 2009 S1 2010

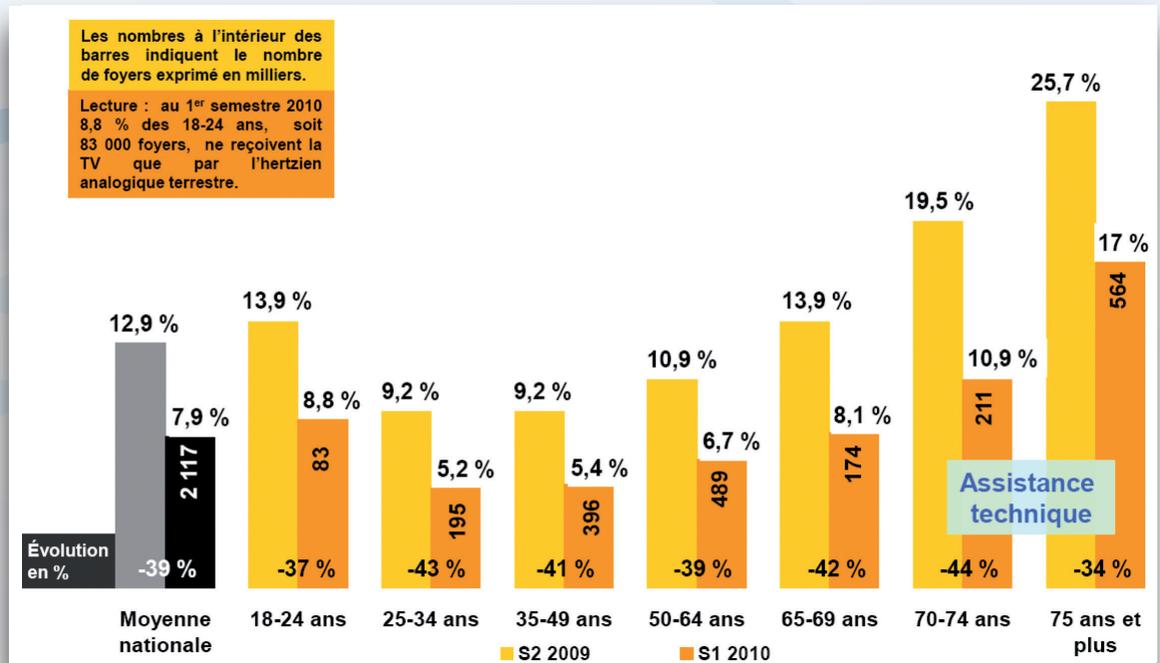
S1 : semestre 1 - S2 : semestre 2



DOCUMENT 8 - suite

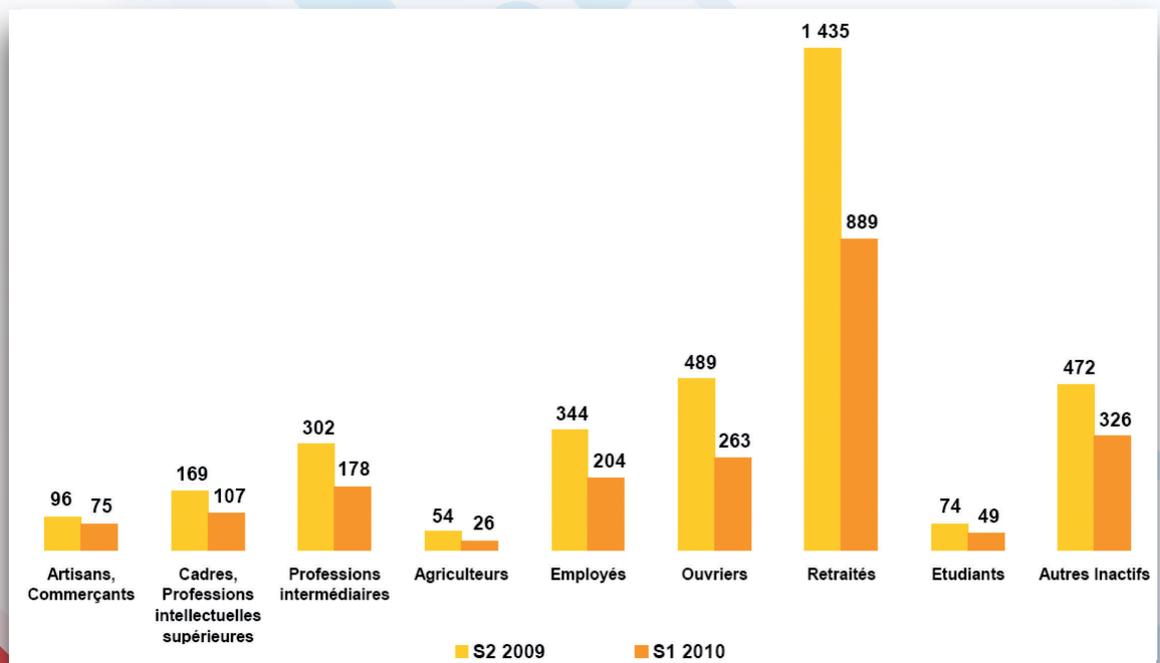
Analyse sociodémographique

Pourcentage des foyers restant à équiper en numérique

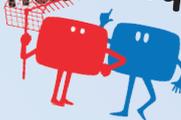


S1 : semestre 1 - S2 : semestre 2

Nombre de foyers (en milliers) restant à équiper en numérique



S1 : semestre 1 - S2 : semestre 2



Mission 1

N° d'inscription :

.....

ANNEXE 1 : CONTEXTE DU PASSAGE AU TOUT NUMÉRIQUE

CONTEXTE TECHNIQUE

CONTEXTE COMMERCIAL : LA COOPÉRATION AVEC LES DISTRIBUTEURS

#20/49

Concours général des Métiers
Spécialité Commerce
Session 2011



Mission 1

N° d'inscription :

.....

ANNEXE 1 : suite et fin

CONTEXTE RÉGLEMENTAIRE

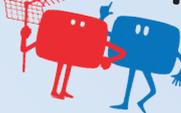


#21/49

Concours général des Métiers
Spécialité Commerce
Session 2011

Mission 1

tous au numérique!



N° d'inscription :
.....

ANNEXE 2 : NOTE



CORA VAL D'YERRES

CC Val d'Yerres 2

91800 Boussy-St-Antoine

Tél. : 01 69 39 79 79

#22/49

Concours général des Métiers
Spécialité Commerce
Session 2011

 et moi, la confiance est là.

Mission 1

tous au numérique!



N° d'inscription :
.....

ANNEXE 2 : suite et fin



CORA VAL D'YERRES
CC Val d'Yerres 2
91800 Boussy-St-Antoine
Tél. : 01 69 39 79 79

#23/49

Concours général des Métiers
Spécialité Commerce
Session 2011

 et moi, la confiance est là.



Mission 2

Diagnostiquer l'offre commerciale proposée par le rayon Multimédia

Étape 1 : Exploiter le tableau de bord du rayon Multimédia

Documents : 9, 10, 11, 12, 13

Bruno Demontoux vous remet un extrait du tableau de bord du rayon Multimédia ainsi qu'un état des performances des sous-familles le composant.

Ces chiffres sont accompagnés d'une synthèse des résultats obtenus dans deux régions -Normandie et Alsace- où l'opération "tous au numérique !" s'est déjà déroulée.

Il vous demande d'analyser les performances de la famille TVC VIDÉO et d'en apprécier l'importance au sein du rayon Multimédia.

Complétez l'annexe 3

Bruno Demontoux vous demande également de faire le point sur les références produits directement concernées par l'opération "tous au numérique !".

Vous vous appuyez sur les données collectées dans les régions Normandie et Alsace.

Complétez l'annexe 4

Afin de déduire l'enjeu commercial de l'opération "tous au numérique !", vous calculez les ventes prévisionnelles, en valeur, sur la base de l'évolution globale des ventes constatée en Alsace.

Complétez l'annexe 5

Étape 2 : Identifier les règles d'implantation préconisées par CORA pour le rayon Multimédia

Documents : 2, 14, 15, 16,

La réunion de lancement de l'opération "tous au numérique !" aura lieu la semaine prochaine.

Bruno Demontoux vous charge de la préparer.

Il vous demande de réaliser un diagnostic de l'implantation physique du rayon Multimédia et des sous-familles qui le composent.

Il attend que votre analyse comporte des faits et des chiffres.

Vous rédigez votre intervention qui traitera des points suivants -en une page maximum- :

- points forts et points faibles de l'implantation actuelle,
- allocation des surfaces disponibles au rayon Multimédia ainsi qu'aux principales sous-familles de ce rayon,
- différences éventuelles avec les implantations réalisées chez vos concurrents.

Pour réussir, vous devez savoir utiliser les points forts de votre implantation. Vous devez, également, intégrer dans votre raisonnement les caractéristiques de l'environnement local : les clients et les pratiques de vos concurrents directs.

Complétez l'annexe 6

Étape 3 : Repérer les attentes des clients du rayon Multimédia

Documents : 17, 18, 19

Mieux connaître les attentes de vos clients est essentiel pour préparer les actions commerciales du rayon.

Vous avez pris l'initiative de sélectionner des extraits d'une étude de satisfaction réalisée courant 2010 auprès de la clientèle du magasin.

Bruno Demontoux vous charge d'établir la liste des principales attentes de vos clients.

Complétez l'annexe 7

#24/49



DOCUMENT 9 : TABLEAU DE BORD DU RAYON MULTIMÉDIA DU MAGASIN CORA VAL D'YERRES

FAMILLES	9 premiers mois 2009				9 premiers mois 2010				Variations en %	
	Valeur TTC	Volume	Contribution Valeur en %	Contribution Volume en %	Valeur TTC	Volume	Contribution Valeur en %	Contribution Volume en %	Valeur	Volume
810 Audio	320 325 €	9 623	11,44 %	12,46 %	322 008 €	9 325	11,49 %	12,05 %	0,53 %	- 3,10 %
811 TVC Vidéo	903 769 €	9 740	32,28 %	12,61 %	776 089 €	8 101	27,69 %	10,47 %	- 14,13 %	- 16,83 %
812 Photo Optique	122 040 €	840	4,36 %	1,09 %	125 542 €	1 032	4,48 %	1,33 %	2,87 %	22,86 %
814 Informatique	1 149 474 €	42 753	41,05 %	55,36 %	1 226 999 €	41 441	43,78 %	53,54 %	6,74 %	- 3,07 %
815 Téléphonie	288 940 €	10 903	10,32 %	14,12 %	334 868 €	14 602	11,95 %	18,87 %	15,90 %	33,93 %
816 Bureautique	9 065 €	1 571	0,32 %	2,03 %	11 437 €	1 777	0,41 %	2,30 %	26,17 %	13,11 %
818 Abonnements	6 440 €	1 800	0,23 %	2,33 %	5 968 €	1 119	0,21 %	1,45 %	- 7,34 %	- 37,83 %
Total Rayon	2 800 053 €	77 230	100,00 %	100,00 %	2 802 910 €	77 397	100,00 %	100,00 %	0,10 %	0,22 %

DOCUMENT 10 : PERFORMANCES DES SOUS-FAMILLES COMPOSANT LA FAMILLE TVC VIDÉO

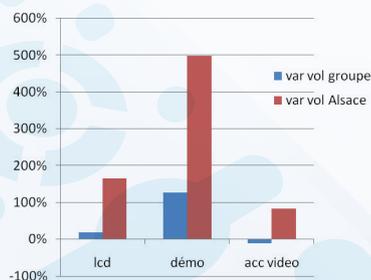
SOUS-FAMILLES	9 premiers mois 2009				9 premiers mois 2010				Variations en %	
	Valeur TTC	Volume	Contribution Valeur en %	Contribution Volume en %	Valeur TTC	Volume	Contribution Valeur en %	Contribution Volume en %	Valeur	Volume
81100 Télévision	6 935 €	51	0,77%	0,52 %	418 €	8	0,05 %	0,10 %	- 94 %	- 84 %
81102 Écran LCD	590 900 €	1 278	65,38 %	13,12 %	474 603 €	1 180	61,15 %	14,57 %	- 20 %	- 8 %
81103 Plasma	56 837 €	87	6,29 %	0,89 %	44 596 €	72	5,75 %	0,89 %	- 22 %	- 17 %
81104 Combiné	10 847 €	47	1,20 %	0,48 %	443 €	3	0,06 %	0,04 %	- 96 %	- 94 %
81105 Magnétoscope	8 043 €	94	0,89 %	0,97 %	2 470 €	26	0,32 %	0,32 %	- 69 %	- 72 %
81106 Lecteur DVD	76 153 €	1 119	8,43 %	11,49 %	68 772 €	935	8,86 %	11,54 %	- 10 %	- 16 %
81107 Gamescope	32 292 €	130	3,57 %	1,33 %	19 690 €	75	2,54 %	0,93 %	- 39 %	- 42 %
81108 Démodulateur Matériel de réception	42 652 €	1 215	4,72 %	12,47 %	44 860 €	1 195	5,78 %	14,75 %	5 %	- 2 %
81109 Accessoire	71 549 €	5 715	7,92 %	58,68 %	58 304 €	4 537	7,51 %	56,01 %	- 19 %	- 21 %
81112 LED	7 560 €	4	0,84 %	0,04 %	61 933 €	70	7,98 %	0,86 %	719 %	1 650 %
Total	903 769 €	9 740	100,00 %	100,00 %	776 089 €	8 101	100,00 %	100,00 %	- 14 %	- 17 %



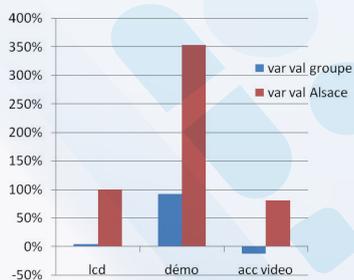
DOCUMENT 11 : RÉSULTATS DE JANVIER 2010 POUR CORA NORMANDIE

	Variation Volume Normandie janvier 2010
LCD/ Plasma/LED	+ 66 %
Démodulateurs	+ 704 %
Accessoires vidéo	+ 128 %

DOCUMENT 12 : RÉSULTATS DE FÉVRIER 2010 POUR CORA ALSACE



	Variation Volume groupe	Variation Volume Alsace
LCD/ Plasma/LED	+ 19 %	+ 165 %
Démodulateurs	+ 127 %	+ 498 %
Accessoires vidéo	- 11 %	+ 83 %



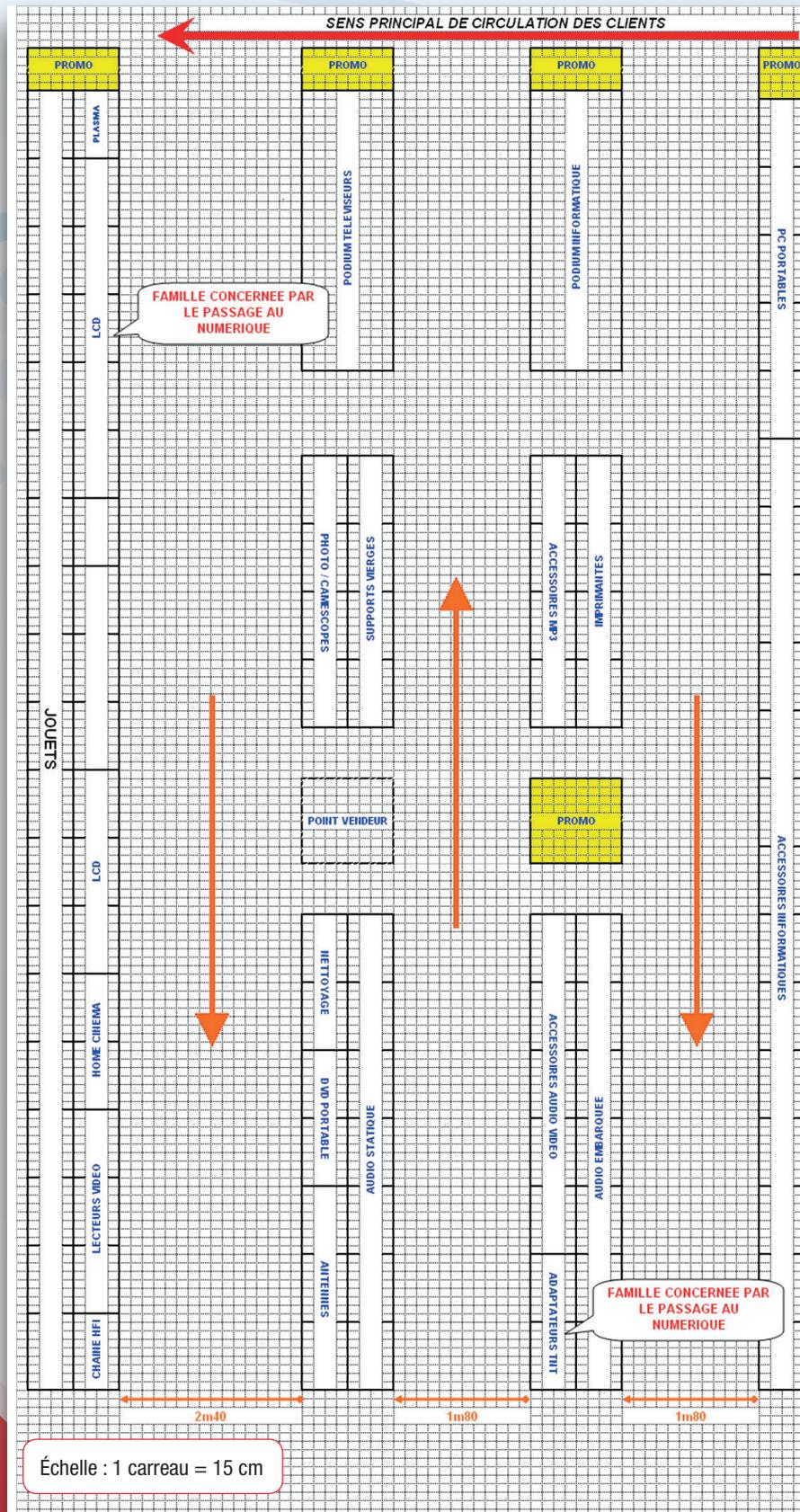
	Variation Valeur groupe	Variation Valeur Alsace
LCD/ Plasma/LED	+ 4 %	+ 100 %
Démodulateurs	+ 93 %	+ 354 %
Accessoires vidéo	- 13 %	+ 81 %

DOCUMENT 13 : RÉSULTATS DE L'OPÉRATION DE FÉVRIER 2010 POUR CORA ALSACE

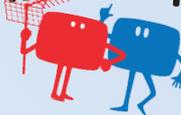
	Variation globale Valeur Alsace février 2010
LCD/ Plasma/LED	
Démodulateurs	+ 118 %
Accessoires vidéo	



DOCUMENT 14 : IMPLANTATION DU RAYON MULTIMEDIA



#27 / 49



DOCUMENT 15 : INDICES DE DISPARITÉ DE CONSOMMATION, RENDEMENT MOYEN PAR ÉLÉMENT DU RAYON MULTIMÉDIA DU MAGASIN CORA VAL D'YERRES

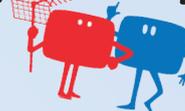
Rayons - Familles	Indice de disparité de consommation Clients Région	Chiffre d'affaires par élément Moyennes annuelles Cora Val d'Yerres	Nombre moyen d'éléments Implantation permanente Cora Val d'Yerres
81 ABONNEMENT	49	N.C.	N.C.
81 ACCESSOIRE	114	15 487 €	4,5
81 AUDIO	121	18 897 €	23,5
81 BUREAUTIQUE	125	12 050 €	1,0
81 CARTE ET COMPOSANT	109	42 614 €	2,8
81 CONSOMMABLE INFORMATIQUE	127	97 047 €	5,5
81 IMPRIMANTE ET SCANNER	98	22 107 €	3,3
81 MICRO INFORMATIQUE	82	78 492 €	6,5
81 PÉRIPHÉRIQUE	111	41 286 €	3,8
81 PHOTO OPTIQUE	101	62 712 €	3,0
81 TÉLÉPHONIE	105	26 907 €	14,0
81 TVC VIDÉO	91	38 546 €	28,5
Total	89	37 191 €	96,3

dont :

Rayons - Familles	Indice de disparité de consommation Clients Région	Chiffre d'affaires par élément Moyennes annuelles Cora Val d'Yerres	Nombre moyen d'éléments Implantation permanente Cora Val d'Yerres
81 DÉMODULATEUR	64	20 508 €	2,0
81 TV / LCD / PLASMA / LED	91	54 899 €	15,5

1 élément : 1,30 m au sol.

N.C. : non communiqué



DOCUMENT 16 : RELEVÉ DE LINÉAIRE COMPARÉ À LA CONCURRENCE INTRASECTORIELLE

DÉPARTEMENT CULTURE LOISIRS			RELEVÉ LINÉAIRE		
Secteur	Famille	Sous-familles	CORA Val d'Yerres 9 000 m ²	AUCHAN Cesson 12 500 m ²	CARREFOUR Carré Sénart 14 000 m ²
81	BRUN	JEU DE LUMIÈRES	N.C.	N.C.	N.C.
81	BRUN	MICRO	0,5	0,0	0,0
81	BRUN	MINI ENCEINTE	1,0	2,0	1,0
81	BRUN	RADIO RÉVEIL	1,0	2,0	1,0
81	BRUN	RADIO (HORS RADIO RÉVEIL)	2,0	1,0	0,0
81	BRUN	RADIO CD	3,0	2,0	1,0
81	BRUN	STATION MÉTÉO	N.C.	N.C.	N.C.
81	BRUN	ACCESSOIRE PHOTO/CAMESCOPE	0,0	3,0	1,0
81	BRUN	APPAREIL PHOTO	1,0	5,0	3,0
81	BRUN	CADRE PHOTO	2,0	1,0	1,0
81	BRUN	ACCESSOIRE RÉCEPTION	1,0	1,0	1,0
81	BRUN	ANTENNE	2,0	2,0	1,0
81	BRUN	CAMESCOPE	0,5	1,0	1,0
81	BRUN	COMBO DVD	0,5	0,0	0,0
81	BRUN	CONNECTIQUE VIDÉO	2,0	1,0	2,0
81	BRUN	DÉMODULATEUR	2,0	2,0	2,0
81	BRUN	LCD	13,0	28,0	23,0
81	BRUN	LECTEUR DVD SIMPLE	2,0	3,0	2,0
81	BRUN	LECTEUR ENREGISTREUR DE DVD	0,5	1,0	1,0
81	BRUN	MAGNÉSCOPE	0,5	0,5	0,0
81	BRUN	MEUBLE	N.C.	N.C.	N.C.
81	BRUN	PLASMA	2,0	4,0	2,0
81	BRUN	RÉTROPROJECTEUR	0,0	0,0	0,0
81	BRUN	SUPPORT MURAL	1,0	2,0	1,0
81	BRUN	TÉLÉCOMMANDE	1,0	1,0	1,0
81	BRUN	TVC-DVD	0,5	0,0	0,0

Relevé linéaire en nombre d'éléments (1 élément = 1,30 m)
N.C. : non communiqué

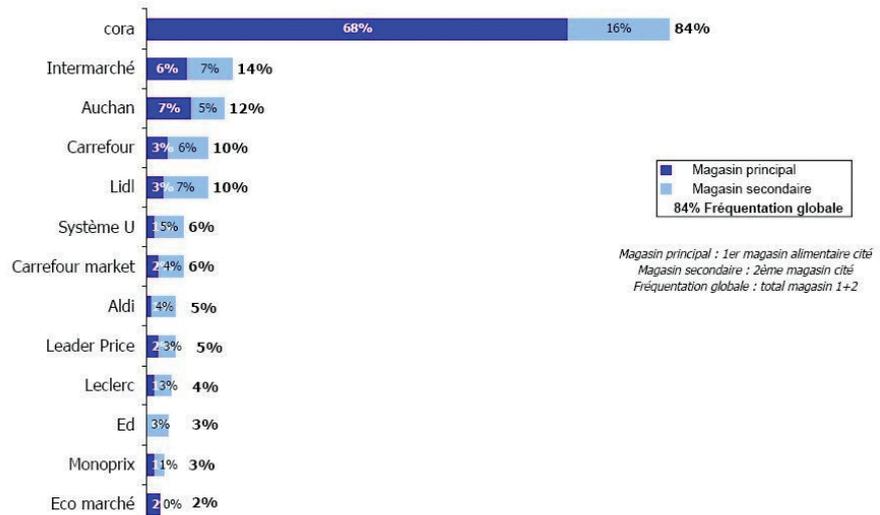
#29/49



DOCUMENT 17 : RAISONS DU CHOIX DU MAGASIN CORA VAL D'YERRES

Enseignes alimentaires fréquentées

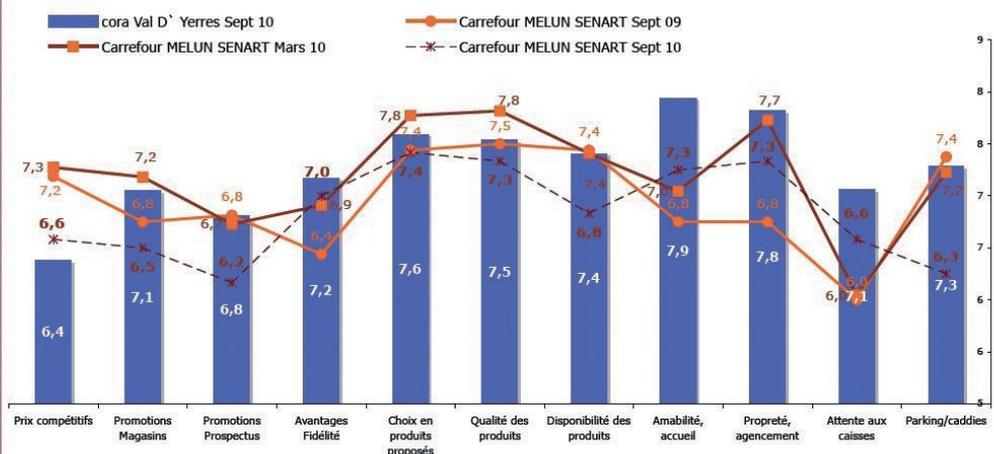
« Pouvez-vous me citer le nom de votre magasin principal, c'est à dire celui où vous dépensez le plus d'argent pour vos courses alimentaires ?
Et le deuxième magasin où vous dépensez le plus d'argent ? »



N = 154

Satisfaction cora versus concurrence

« Quelle note de satisfaction de 0 à 10 donneriez-vous à ce magasin sur les critères suivants. 0 signifie que vous n'êtes pas du tout satisfait et 10 que vous êtes tout à fait satisfait. Les notes intermédiaires permettant de nuancer votre jugement.»

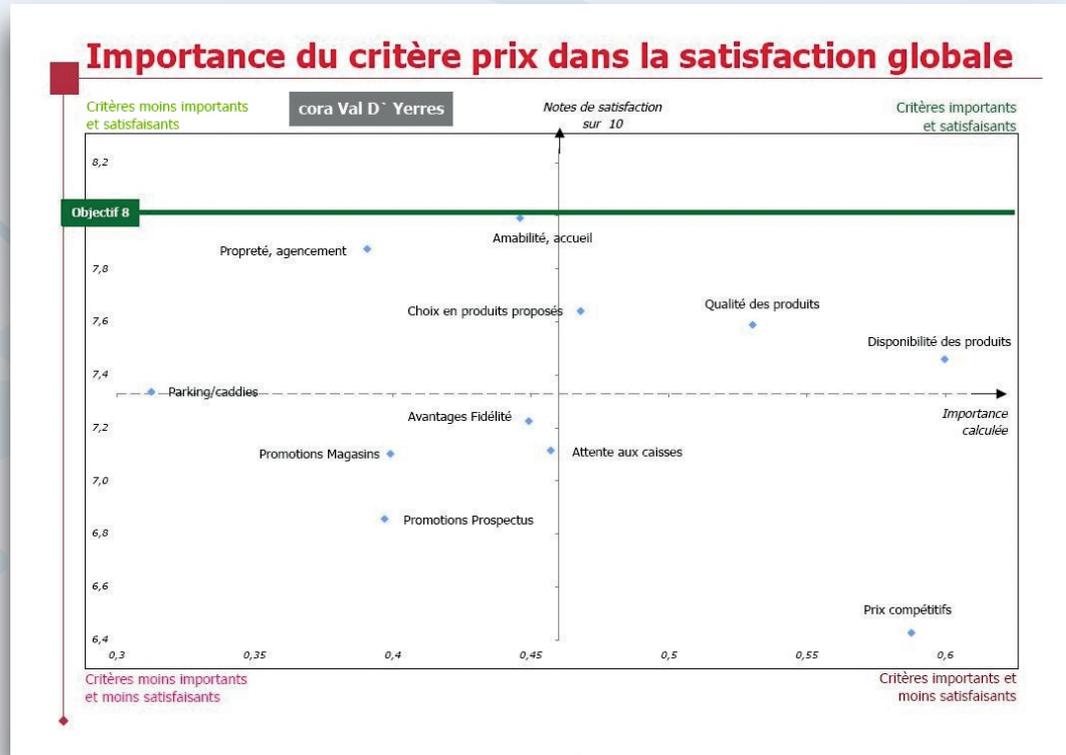


N = 154

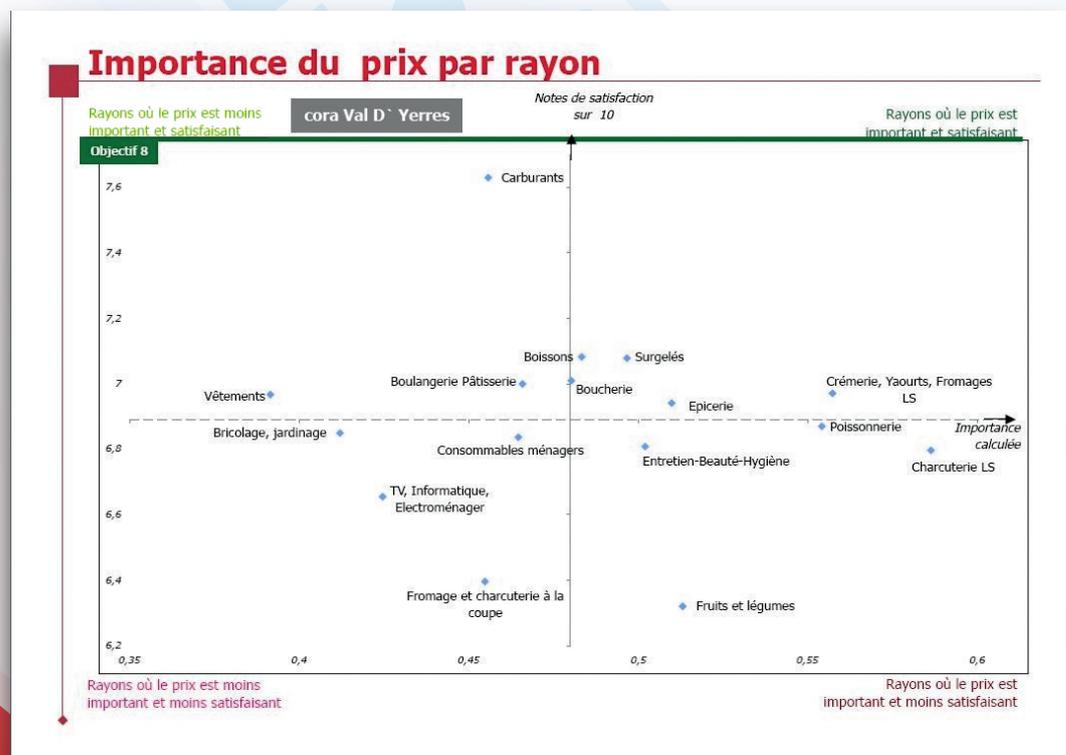
N : Nombre de personnes interrogées



DOCUMENT 18 : NOTES DE SATISFACTION OCTROYÉES AU MAGASIN CORA VAL D'YERRES ET À SON PRINCIPAL CONCURRENT CARREFOUR SÉNART



DOCUMENT 19 : POSITIONNEMENT PRIX DES RAYONS EXPRIMÉ PAR LES CLIENTS DU MAGASIN CORA VAL D'YERRES



Mission 2

tous au numérique!



N° d'inscription :
.....

ANNEXE 3 : PERFORMANCES DE LA FAMILLE TVC VIDÉO ET IMPORTANCE DE CETTE FAMILLE AU SEIN DU RAYON MULTIMÉDIA

Contribution de la famille de produits TVC VIDÉO dans le rayon Multimédia	Évolution des ventes de la famille de produits TVC VIDÉO dans le rayon Multimédia

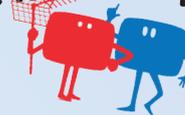
Appréciation :

#32/49

Concours général des Métiers
Spécialité Commerce
Session 2011

Mission 2

tous au numérique!



N° d'inscription :
.....

ANNEXE 5 : ENJEU COMMERCIAL DE L'OPÉRATION

OPÉRATION "TOUS AU NUMÉRIQUE !" PRÉVISION EN VALEUR FÉVRIER 2011			
SOUS-FAMILLES	MOYENNE MENSUELLE EN VALEUR 2010	PROGRESSION ATTENDUE EN %	PRÉVISION DES VENTES EN VALEUR FÉVRIER 2011
TOTAL DES SOUS-FAMILLES ASSOCIÉES À L'OPÉRATION "TOUS AU NUMÉRIQUE !"			

#34/49

Concours général des Métiers
Spécialité Commerce
Session 2011

Mission 2

tous au numérique!



N° d'inscription :
.....

ANNEXE 6 : DIAGNOSTIC DE L'IMPLANTATION PHYSIQUE DU RAYON MULTIMÉDIA



CORA VAL D'YERRES
CC Val d'Yerres 2
91800 Boussy-St-Antoine
Tél. : 01 69 39 79 79

#35/49

Concours général des Métiers
Spécialité Commerce
Session 2011

 et moi, la confiance est là.

Mission 2

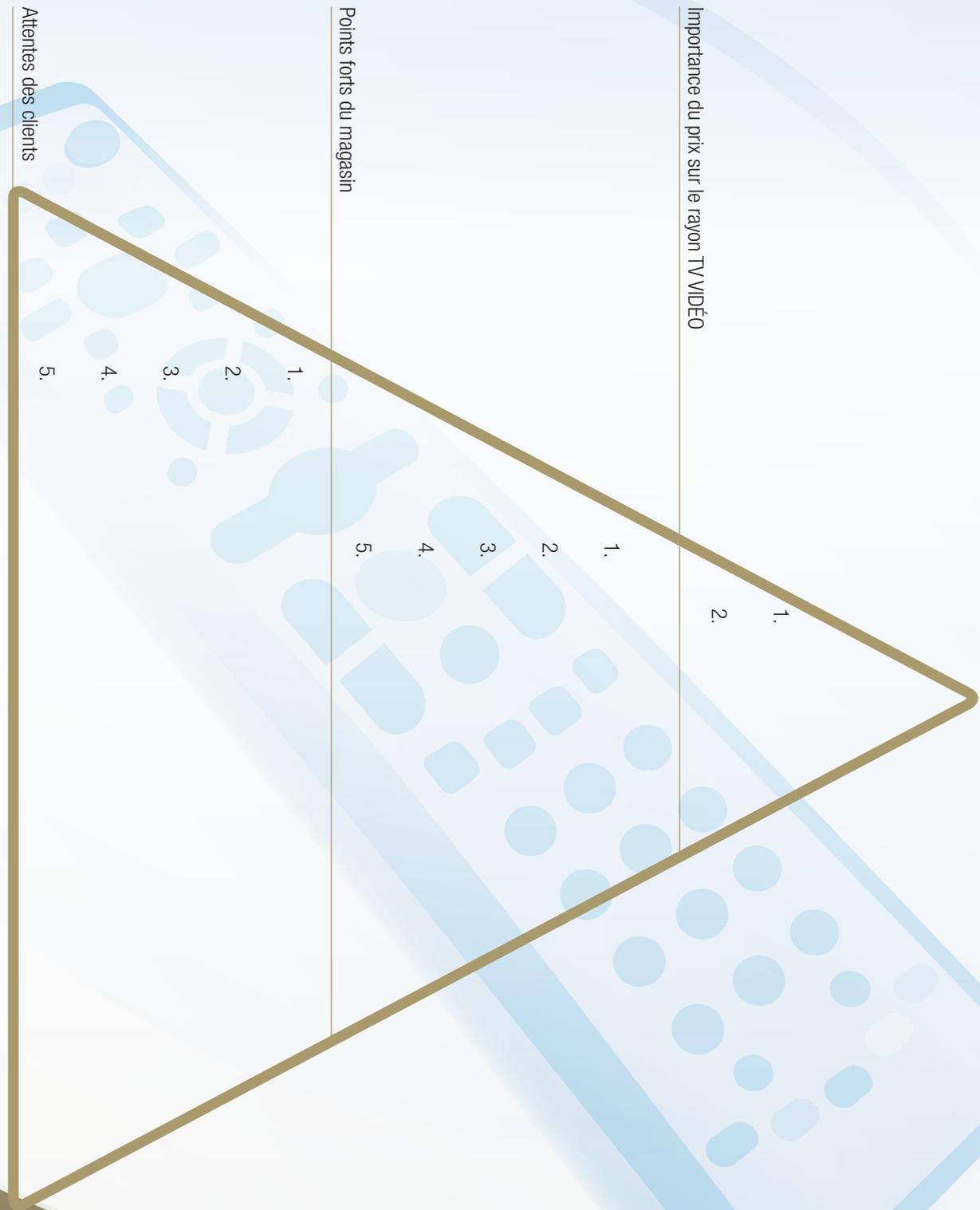
tous au numérique!



N° d'inscription :

.....

ANNEXE 7 : ATTENTES DES CLIENTS



#36/49

Concours général des Métiers
Spécialité Commerce
Session 2011

Mission 3 : Mettre en place l'opération commerciale "tous au numérique !"



ÉTAPE 1 : Communiquer en direct avec les clients du magasin

Documents : 20, 21, 22, 23, 24

CORA Val d'Yerres communique quotidiennement par lettres électroniques d'information (*newsletters*) avec ses clients inscrits sur le site Internet du magasin.

Votre manager a réuni l'équipe du rayon autour de Dominique Bellavigna, responsable du site et chargé de la conception de ces lettres électroniques.

Une lettre électronique sera envoyée à J -2 de l'opération "tous au numérique !".

Un catalogue spécifique à cette opération ainsi que trois autres, « le Bio pour tous », « la Femme et la Mode », « l'Électroménager, une nouvelle génération » ont été distribués sur la zone de chalandise.

Ces éléments de communication accompagnent l'offre commerciale.

Bruno Demontoux souhaite que l'équipe valide les rubriques et l'annonce de la lettre électronique d'information de l'opération "tous au numérique !".

Il vous charge de renseigner ces rubriques et de rédiger l'annonce.

Pour réussir, vous devez intégrer dans votre raisonnement l'analyse des enjeux du passage au tout numérique pour la clientèle et vous appuyer sur le diagnostic du rayon Multimédia de votre magasin.

Complétez l'annexe 8

ÉTAPE 2 : Élaborer un argumentaire pour accompagner la vente de l'extension de garantie à cinq ans

Documents : 2, 25, 26

Dans le cadre de l'opération "tous au numérique !", Bruno Demontoux souhaite dynamiser les ventes de l'extension de garantie à cinq ans.

Il vous charge de construire l'argumentaire de vente qui sera utilisé par tous les collaborateurs du rayon.

Complétez l'annexe 9

#37/49



DOCUMENT 20 : ANNONCE DE L'OPÉRATION SUR LE SITE INTERNET DE CORA VAL D'YERRES

Notre boutique déco / idée cadeaux vous simplifie la vie : payez en ligne et retirez en magasin

Opération " Tous au numérique !"
21 au 26 février 2011

Attention passage au tout numérique le 8 mars 2011

299€90 (Téléviseur LCD 82 cm)
19€99 (Adaptateur TNT)
99€99 (Téléviseur LCD 39 cm)

[Retour au site national](#)

En savoir plus

L'ÉVÈNEMENT

Location véhicules utilitaires

L'utilitaire au meilleur prix

En savoir plus

cora

OUVERTURE EXCEPTIONNELLE
27 février 2011

-20%* sur la confection

HOMME, FEMME, ENFANT
(Hors sous-vêtements)

*En remise immédiate non cumulable avec d'autres remises en cours

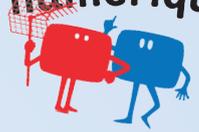
POUR VOS CADEAUX, PENSEZ À LA CARTE CADEAU CORA

- Choisissez votre carte cadeau en magasin.
- Vous avez le choix entre une carte à montant fixe (50€, 100€, 200€) ou une carte à montant libre (entre 10€ et 300€).
- Dès son activation en caisse, la carte cadeau est utilisable en une ou plusieurs fois, dans tous les magasins cora et reçoit en France métropolitaine.

services après vente

Mission 3

tous au numérique!



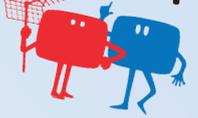
DOCUMENT 21 : EXEMPLE DE MISE EN AVANT DANS LE RAYON MULTIMÉDIA



#39/49

Concours général des Métiers
Spécialité Commerce
Session 2011

 **et moi, la confiance est là.**



Mission 3

DOCUMENT 22 : PLAN DE COMMUNICATION

Supports	3 mois avant le passage	2 mois avant le passage	Le dernier mois	Le jour J-2 et quelques jours après
RP 	Conférence de presse lancement régional	Dossier de presse radiophonique	<ul style="list-style-type: none"> Note de presse sur le déroulement du passage Dossier de presse radiophonique 	<ul style="list-style-type: none"> Communiqué de presse post-passage Dossier de presse radiophonique
TV France 3 région 		Diffusion spots sur France 3 région		
Presse PQR, PRR, Presse TV 		Parution annonce « équipement » Diffusion spots « aides »	Parution annonces « décompte » et « réinitialisation » Diffusion spots « décompte / réinitialisation »	Parution annonce « réinitialisation » Diffusion spots « décompte / réinitialisation »
Radio 				
Terrain 	Distribution des dépliants « Essentiel à savoir »	<ul style="list-style-type: none"> Tournée Tous au numérique (env. 400 dates/région) avec distribution dépliants « essentiels à savoir » Diffusion des dépliants « aides » 	Tournée Tous au numérique (env. 400 dates/région) avec distribution dépliants « essentiels à savoir » Diffusion du Mémo pratique Recherche et Mémorisation des Chaînes (J-15 av. le passage)	Fin de la Tournée Tous au numérique et renforcement du dispositif la semaine du passage
Edition 	via les PIF (mairies, etc.)	<ul style="list-style-type: none"> Diffusion boîtes aux lettres du guide 20 pages 		Lettres électroniques
Bandeaux TV 	Bandeaux TV sur postes non équipés	Bandeaux TV sur postes non équipés	Augmentation de la taille des bandeaux et de la fréquence de diffusion	



DOCUMENT 23 : EXEMPLE DE LETTRE ÉLECTRONIQUE D'INFORMATION

cora **V.I.P** Very Indispensables Promos

En ce moment dans vos magasins*



du 23 au 30 novembre
Le 2^{ème} gratuit
▶ [Voir le catalogue](#)



jusqu'au 24 décembre
Table en fête
▶ [Voir la boutique](#)



jusqu'au 24 décembre
Le monde cora
▶ [Voir la boutique](#)



du 24 novembre au 11 décembre
Cora game
▶ [Voir le catalogue](#)



jusqu'au 4 décembre
Le monde du jouet
▶ [Voir le catalogue](#)

Bons plans à venir*



du 29 novembre au 31 décembre
Menus de fête



du 1^{er} au 11 décembre
Les jouets



du 1^{er} au 24 décembre
Eclats de fête

Carte Malin

cora

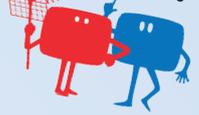
▶ Carte Cora
▶ Carte Malin

kiosque magazines

En "AVENT" les promos !!

Du mercredi 1er au vendredi 24 décembre, découvrez notre Calendrier de l'avent.





DOCUMENT 23 : suite et fin

Zoom sur



Abracorabra

Vivez un Noël vraiment magique !
Préparer vos fêtes en quelques clics :
Cadeaux, jouets, menus ...
▶ [En savoir plus](#)



Coraphotos.fr

A Noël, offrez le plus beau des cadeaux grâce à une offre exclusive coraphotos.
Jusqu'au 24 décembre 2010, bénéficiez de 7€ de réduction sur tous les LIVRES PHOTO CEWE Panorama couverture rigide personnalisée, avec le code PAN07.
▶ [Profitez-en vite !](#)



Le sapin enchanté

Plus de 26 000 euros de jouets à gagner !
▶ [Jouez !](#)



Innovation Beauty Lift de DIM

A découvrir dès le 15 novembre dans votre magasin cora
Le soutien-gorge Beauty Lift qui remodèle vos seins en beauté: Effet Immédiat !
▶ [En savoir plus](#)



du 11 au 27 novembre

-10 Eurocora sur votre Nutricook !**
Avec Nutricook, autocuiseur nouvelle génération, cuisinez facilement et rapidement.
Méfiez-vous, vous ne pourrez plus vous en passer !
▶ [Découvrez la vidéo](#)



Fidélité Décembre

Cumulez plus de 6300 points de « fidélité » en décembre avec votre carte cora ou carte malin.
▶ [En savoir plus](#)



kido.fr jeux en ligne



cora cafétéria



cora billetterie



cora voyages



conseil nutrition



cora photo

Mission 3

tous au numérique!

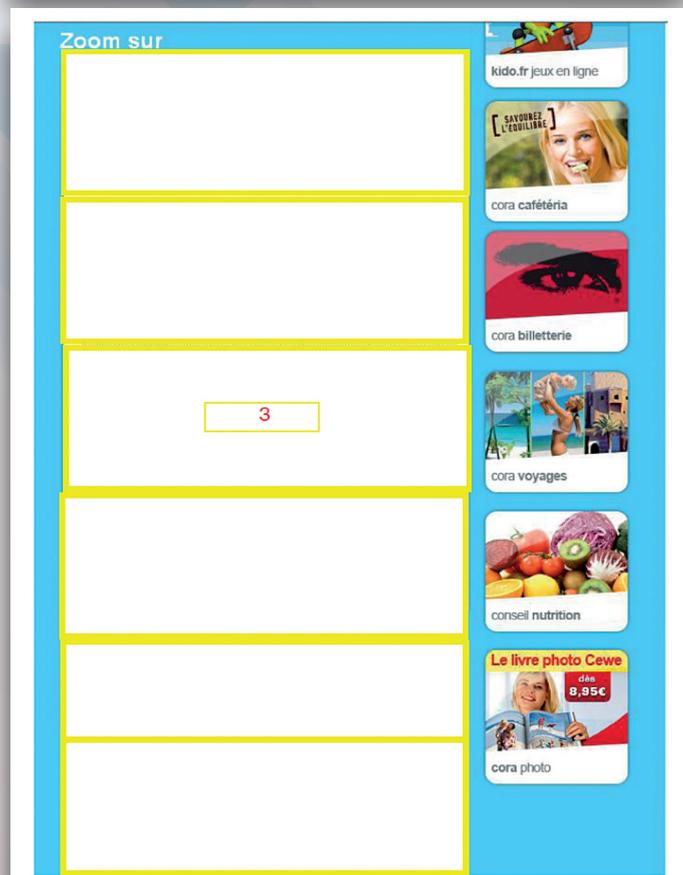


DOCUMENT 24 : MAQUETTE DE LETTRE ÉLECTRONIQUE D'INFORMATION

Maquette
page 1



Maquette
page 2



#43/49

Concours général des Métiers
Spécialité Commerce
Session 2011



DOCUMENT 25 : EXTENSIONS DE GARANTIE SUR LES TÉLÉVISEURS

Les extensions de garantie sur les téléviseurs

Les réparations sont effectuées par nos techniciens cora ou par des stations agréées pour certaines marques.



TVC LCD inférieur ou égal à 599€99	99€
TVC LCD de 600€ à 1499€99	149€
TVC LCD de 1500€ à 1999€99	199€
TVC LCD de 2000€ et plus	199€

PLASMA inférieur ou égal à 1499€99	249€
PLASMA de 1500€ à 1999€99	299€
PLASMA 2000€ et plus	379€



extension
5 ans garantie
coraSAV

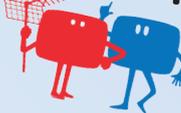
le contrat sérénité

www.cora.fr

#44/49

Concours général des Métiers
Spécialité Commerce
Session 2011

cora et moi, la confiance est là.



DOCUMENT 25 : suite et fin

Le S.A.V. de Val d'Yerres vous propose

extension
5 garantie
ans coraSAV

Votre LCD est garanti 2 ans
vous avez la possibilité d'étendre
cette garantie à 5 ans

Coût de garantie 5 ans

de 99€ à 199€

suivant le prix du LCD

de 249€ à 299€

suivant le prix du PLASMA

Exemple du coût d'un dépannage

Carte gestion **250€**

Main d'oeuvre
+ Forfait déplacement **54€**

Main d'oeuvre en atelier **38€**

Coût total : 342€

*Voir détail des tarifs et des prestations au SAV de votre magasin ou auprès d'un de nos vendeurs.



coraSAV

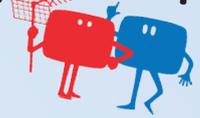
le contrat sérénité

www.cora.fr

#45/49

Concours général des Métiers
Spécialité Commerce
Session 2011

cora et moi, la confiance est là.



DOCUMENT 26 : HUIT ENGAGEMENTS

les 8 engagements

TV - vidéo - HIFI - gros électroménager

1 GARANTIE DU MEILLEUR PRIX

Si vous trouvez moins cher ailleurs sur le territoire français métropolitain, à une distance de 30 km de votre magasin cora, et dans les 30 jours calendaires suivant votre achat (pour un article de référence strictement identique et bénéficiant des mêmes conditions de service : conseil à la vente, livraison, garantie...) nous vous remboursons la différence sur la base d'un justificatif.

2 REMBOURSEMENT DE LA DIFFERENCE

Si dans les 30 jours calendaires suivant l'achat d'un de nos appareils, il fait l'objet d'une promotion dans votre magasin cora, nous vous remboursons la différence sur preuve d'achat.

3 LIVRAISON ET MISE EN SERVICE

Nous livrons gratuitement, à une distance de 30 km du magasin d'achat**, le gros électroménager et les téléviseurs couleur à partir de 55 cm dont le prix de vente unitaire hors remise est supérieur ou égal à 200€ TTC. La mise en service gratuite de ces produits est effectuée sur installation existante et conforme.

4 GARANTIE GRATUITE

Nous vous offrons 2 ans de garantie commerciale gratuite, comprenant le remplacement des pièces, la main-d'œuvre ainsi que le déplacement dans la zone géographique affichée dans le magasin sur le gros électroménager et les téléviseurs à partir de 55 cm dont le prix de vente hors remise est supérieur ou égal à 200€ TTC. Nous vous offrons 2 ans de garantie gratuite, pièces et main-d'œuvre, sur les micro-ondes, la hi-fi, la vidéo, les téléviseurs de taille inférieure à 55 cm, dont le prix de vente hors remise est supérieur ou égal à 110€ TTC.

5 EXTENSION DE LA GARANTIE A 5 ANS

Vous pouvez souscrire sur certains appareils, lors de l'achat ou dans un délai de 30 jours à compter de votre achat, une extension de garantie commerciale portant celle-ci à 5 ans. Votre souscription à la garantie supplémentaire couvre votre appareil pendant 3 ans après les deux premières années de garantie gratuite, aux mêmes conditions. Barème et liste des appareils concernés affichés en magasin.

6 INTERVENTION RAPIDE

Si votre appareil sous garantie tombe en panne, nous mettons tout en œuvre pour intervenir à votre domicile dans les 48 heures pour le gros électroménager et les téléviseurs de plus de 55 cm. Pour les interventions effectuées par nos techniciens, la réparation est garantie 3 mois.

7 ÉCHANGE OU REMBOURSEMENT

Si la réparation de votre appareil sous garantie (gros électroménager, téléviseurs à partir de 55 cm dont le prix de vente hors remise est supérieur ou égal à 110€ TTC) fait l'objet d'une immobilisation de plus de 40 jours calendaires, nous vous l'échangeons contre un appareil identique ou présentant des caractéristiques techniques équivalentes. En cas d'impossibilité de réparation dans le délai de 40 jours calendaires ou d'échange, nous procéderons au remboursement de votre appareil. Un taux de vétusté sera alors appliqué si l'appareil a plus d'un an (voir conditions générales de vente en magasin ou au dos de votre bon de commande/facture). Si l'appareil présente un défaut de fonctionnement dans les 10 jours calendaires suivant l'achat, nous nous engageons à le réparer dans les 48 heures ou à défaut à l'échanger. Le produit doit être restitué complet, propre et sans aucune marque d'usage, accompagné de ses accessoires et de la documentation du fournisseur, si possible dans son emballage d'origine.

8 PRÊT D'APPAREIL (dans la limite des stocks disponibles)

Si la réparation sous garantie de votre congélateur ou votre réfrigérateur nécessite une immobilisation de plus de 24 heures ou celle de votre lave-linge une immobilisation de plus de 48 heures, nous vous prêtons gratuitement un appareil moyennant le versement d'une caution, et dans la limite des stocks disponibles. Si la réparation sous garantie de votre téléviseur de taille supérieure à 55 cm (dont le prix de vente hors remise est supérieur ou égal à 110€ TTC) nécessite une immobilisation de plus de 10 jours calendaires, nous vous prêtons gratuitement un autre appareil moyennant le versement d'une caution, et dans la limite des stocks disponibles.

- Tarifisation Service Après-Vente hors garantie : affichée dans votre magasin cora.
- Ce contrat ne s'applique pas aux produits soldés ou portant la mention « vendu en l'état » ni aux modèles d'occasion (voir détails mentionnés sur votre bon de commande/facture).
- Nos conditions générales de vente sont mentionnées au dos de votre bon de commande/facture.
* Le contrat sérénité s'applique sur les produits dont le prix de vente est égal ou supérieur à 110€ TTC hors D.E.E.E. et remise.** Seuls régions partenaires, voir avec le point de vente.



coraSAV
le contrat sérénité

www.cora.fr

#46/49

Concours général des Métiers
Spécialité Commerce
Session 2011

cora et moi, la confiance est là.



Mission 3

N° d'inscription :

.....

ANNEXE 8 : MAQUETTE DE LA LETTRE ÉLECTRONIQUE D'INFORMATION À J -2

8.1 Rubriques à insérer dans la maquette

RUBRIQUE 1

RUBRIQUE 2

RUBRIQUE 3

8.2 Annonce de l'opération « Tous au numérique ! »

L'offre produits/service mise en avant :

.....
.....
.....
.....

Justification :

Le message d'accompagnement :

.....
.....
.....

Justification :

Mission 3

tous au numérique!



N° d'inscription :
.....

ANNEXE 9 : ARGUMENTAIRE POUR ACCOMPAGNER LA VENTE DE L'EXTENSION DE GARANTIE À CINQ ANS

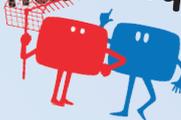
NOUVEAUTÉ	ORGUEIL	SYMPATHIE	

#48/49

Concours général des Métiers
Spécialité Commerce
Session 2011

Mission 3

tous au numérique!



N° d'inscription :
.....

ANNEXE 9 : suite et fin

SÉCURITÉ	ARGENT	CONFORT

#49/49

Concours général des Métiers
Spécialité Commerce
Session 2011