

EXEMPLE D'ÉPREUVES DIPLOME DE FRANÇAIS PROFESSIONNEL AFFAIRES B1

ÉPREUVES COMPRENDRE ET TRAITER L'INFORMATION
ÉPREUVES INTERAGIR À L'ORAL

CORRIGÉ

Le contenu des activités est fidèle au format numérique. La forme des activités a été adaptée au format papier.

Pour en savoir plus :

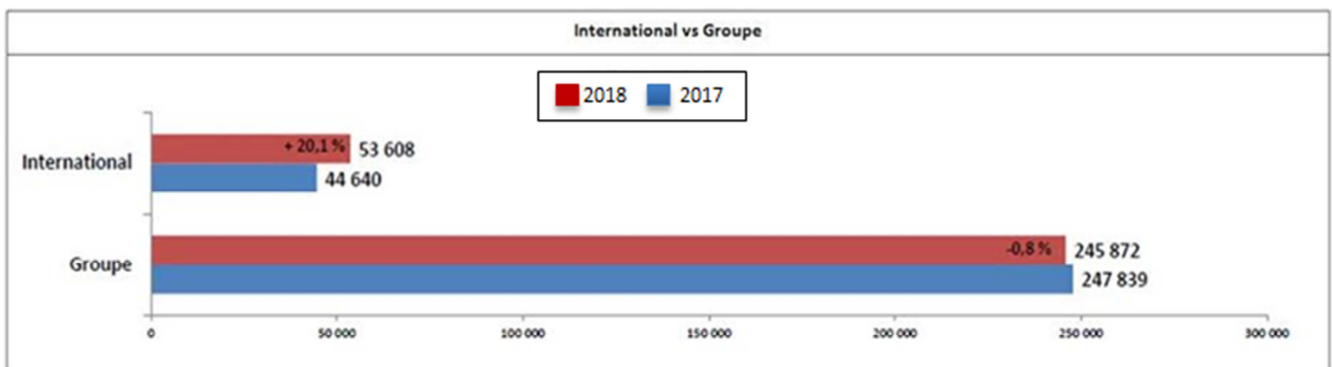
Tutoriels : <https://www.lefrancaisdesaffaires.fr/ressources/les-tutoriels-d-entrainement/tutoriels-dfp/>
Guide du candidat : https://www.lefrancaisdesaffaires.fr/wp-content/uploads/2017/09/Guide-Candidat_DFP-Affaires.pdf

ACTIVITÉ 1

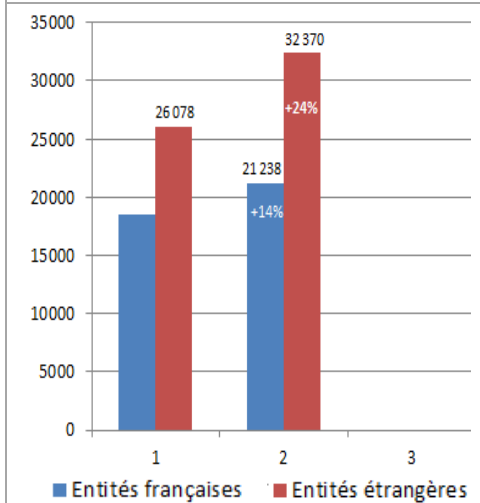
Vous êtes stagiaire dans l'entreprise de bâtiment *Bat. Constructing*. Le responsable financier vous demande de rédiger un bref rapport sur la répartition du chiffre d'affaires de l'entreprise à partir des graphiques ci-dessous.



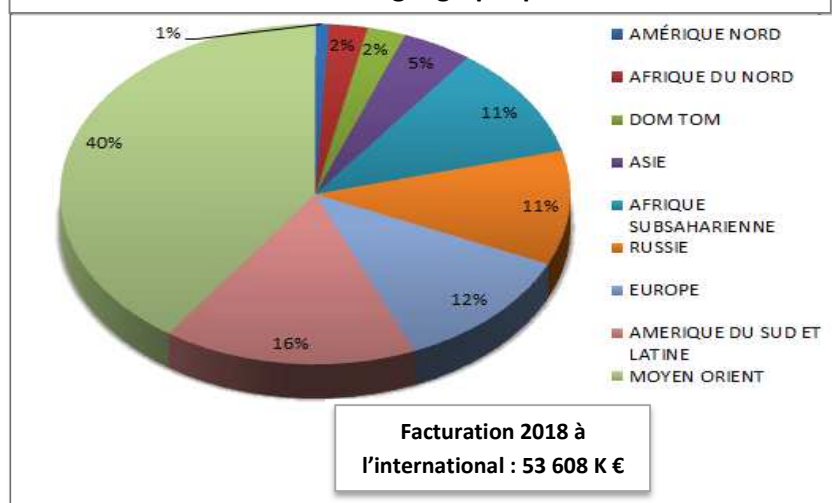
Analyse facturation 2017 vs 2018 – En K euros



Entités françaises vs Entités étrangères



Par zone géographique



Rédigez votre rapport, sélectionnez les informations qui correspondent aux graphiques en cochant les bonnes réponses.



BAT. CONSTRUCTING
CHIFFRE D'AFFAIRES : 2017 vs 2018

Comme vous pouvez le remarquer ☐ la facturation du groupe dépasse les 250 000 k euros.
☒ la facturation à l'international a augmenté de 2017 à 2018.
☐ la facturation à l'international est supérieure à 45 000 k euros en 2017.

On peut ajouter que ☒ la facturation du groupe varie de moins de 1% entre 2017 et 2018.
☐ la facturation du groupe affiche une forte hausse en 2018.
☐ la facturation à l'international représente la moitié de la facturation du groupe.

Maintenant passons à l'analyse de la facturation des entités françaises par rapport aux entités étrangères.

Il semble évident que ☒ 2018 a été une année en progression si on la compare avec 2017.
☐ les entités étrangères et françaises ont généré des chiffres d'affaires identiques en 2018.
☐ la facturation des entités françaises dépasse celle des entités étrangères.

En ce qui concerne la facturation 2018 à l'international par zone géographique, on observe que ☐ les différentes zones représentent entre 8% et 50% de la facturation totale.
☒ la facturation la plus importante provient des zones Moyen-Orient et Amérique du Sud et Latine.
☐ la facturation 2018 à l'international s'élève à la somme impressionnante de 44 640 K euros.

Le même graphique nous apprend que ☐ la facturation en Europe représente plus du tiers à l'international.
☐ la facturation dans les DOM TOM est équivalente à celle de la zone Asie.
☒ nos résultats en Afrique subsaharienne sont comparables à ceux de la Russie.

Le jour de l'examen, l'activité sera au format numérique : il faudra sélectionner la réponse correcte dans une liste en cliquant sur la proposition choisie.

ACTIVITÉ 2

Vous travaillez au *Lycée hôtelier de Québec*, au département Communication.

Un questionnaire de satisfaction a été distribué aux étudiants qui viennent de terminer leur formation au *Lycée hôtelier de Québec*.

Vous devez analyser les commentaires des étudiants pour en faire un document à usage exclusivement interne.



Questionnaire Satisfaction fin de parcours Commentaires recueillis auprès des étudiants

Philippe Dion

« J'adore la cuisine. J'ai choisi sans hésiter le lycée hôtelier de Québec parce que c'était facile d'obtenir des financements. Mais, franchement, j'ai été déçu : les cours ne sont pas complets, il manque une bonne formation économique. Par contre, pour la qualité des outils pédagogiques, je mettrais un dix sur dix ! »

Mario Castaneda

« Je voulais passer un examen de cuisine pour ouvrir un restaurant après ma formation. Le lycée hôtelier de Québec est génial ! Les formateurs sont très à l'écoute et très qualifiés. J'ai adoré les cours en petits groupes : on est moins gêné pour poser des questions. Mais moi, je veux ouvrir mon restaurant, et je n'ai pas eu les cours d'économie qui pourraient vraiment m'aider. Dernière chose, les locaux sont vraiment mal entretenus. À mon avis, ils ne sont pas à la hauteur de la réputation du lycée. »

Jacqueline Trudeau

« Je suis contente d'avoir suivi la formation « cuisine » du lycée hôtelier de Québec. J'ai réalisé ma formation en alternance : un mois de cours, un mois de stage. La partie théorique des cours est riche en informations surtout pour la partie purement cuisine mais pas assez pour la partie économique. Le petit nombre d'étudiants dans les cours : c'est très positif ! »

Alicia Wang

« Je ne suis qu'à moitié satisfaite. Bien sûr, les cours sont intéressants mais les locaux sont en mauvais état. La cuisine est vraiment trop sale, qu'attendez-vous pour la rajeunir ? J'ai une idée : pourquoi le lycée n'organise-t-il pas des événements à thème ? Ça changerait un peu, les cours sont tous construits de la même façon ! »

Romain Gasseau

« Ce lycée est très bien organisé, les formateurs sont tout le temps à notre écoute. Et puis, c'est super de faire des stages : je suis sûr que ça m'aidera à trouver du travail. Vraiment, ce lycée mérite sa bonne réputation mais il faudrait faire plus de publicité pour qu'on entende plus parler de ce lycée ! Et j'aurais bien aimé que des chefs étoilés viennent partager leur passion... »

Identifiez les idées principales des commentaires dans le tableau ci-dessous, établi par votre responsable. Déterminez si elles constituent des « Points forts/Points faibles/Suggestions » en cochant la case correspondante.

M21					
	A	B	C	D	E
1	IDÉES PRINCIPALES	POINTS FORTS	POINTS FAIBLES	SUGGESTIONS	NON EXPLICITÉ
2	Qualification des formateurs	✓			
3	Effectif des groupes	✓			
4	Entretien des locaux		✓		
5	Disponibilité des formateurs	✓			
6	Ouverture à la cuisine internationale				✓
7	Publicité			✓	
8	Entrée facilitée sur le marché du travail	✓			
9	Formation économique		✓		
10	Invitation des grands chefs			✓	
11	Supports pédagogiques	✓			
12	Organisation d'événements à thèmes			✓	
13	Convivialité des repas				✓
14					

Le jour de l'examen, l'activité sera au format numérique : il faudra faire glisser les éléments dans l'emplacement correspondant.

ACTIVITÉ 3

Vous êtes stagiaire au service Marketing de *Chocotop*.

Vous devez organiser la participation de votre société au Salon de la pâtisserie qui se déroulera à Paris.

Votre directrice Marketing vous a envoyé un courriel avec ses instructions.

De	: S. Bonnard < sophiebonnard@chocotop.it >	
À	: Moi	Cc Cci
Objet	: Salon de la Pâtisserie-Paris	

Bonjour,

Pour le prochain salon de la pâtisserie, j'aimerais que tu t'occupes de la réservation du stand et des options.

Pourrais-tu :









- réserver un stand de 12m² (ça me paraît suffisant ...) ;
- louer au moins 3 tables et 6 chaises : 3 3 chaises pour nous et 3 pour les clients ;
- prendre 6 badges pour nos exposants ;
- commander une cinquantaine d'invitations (sur les 2 jours).

Je te remercie d'avance. Et surtout, si tu as des questions, n'hésite pas à m'appeler.

Bien à toi,

Sophie

Sophie Bonnard
Directrice Marketing
Chocotop
Via del Banco di Santo Spirito, 22
00100 Rome
00.34.09.5454.0797

Envoyer        

Réservez le stand selon les indications de Madame Bonnard en cochant les bonnes réponses dans le bon de commande.



À propos de vous : Nom de la société : Chocotop
Adresse : Via Del Banco di Santo Spirito, 22, 00100 Rome

Marque souhaitée sur les supports de communication : Chocotop

Réservation du stand :

Dossier

Frais de dossier comprenant :
- 3 badges Exposant
- 1 publication promotionnelle sur notre site

Stand et options – Cochez votre choix

Stand 9m2 **600€_{ht}**
3m de long sur 3m de profondeur
1 enseigne à mes couleurs
Moquette - 1 spot - 1 table – 2 chaises

Stand 12m2 **750€_{ht}**
4m de long sur 3m de profondeur
1 enseigne à mes couleurs
Moquette - 1 spot - 2 tables – 2 chaises

Stand 18m2 **1100€_{ht}**
6m de long sur 3m de profondeur
2 enseignes à mes couleurs
Moquette - 1 spot - 3 tables – 3 chaises

DESCRIPTIF / OPTION	TARIF	QUANTITÉ			
Stand Classic - 9m²	600€	0 <input checked="" type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	
Stand Classic - 12m²	750€	0 <input type="checkbox"/>	1 <input checked="" type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	
Stand Classic - 18m²	1100€	0 <input checked="" type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	
Option Chaise supplémentaire	8€	2 <input type="checkbox"/>	4 <input checked="" type="checkbox"/>	6 <input type="checkbox"/>	
Option Table supplémentaire	20€	1 <input checked="" type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	
Option Badge exposant supplémentaire	12€	0 <input type="checkbox"/>	3 <input checked="" type="checkbox"/>	6 <input type="checkbox"/>	
Option Pack 10 invitations 1 jour	70€	0 <input checked="" type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
Option Pack 10 invitations 2 jours	100€	0 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	5 <input checked="" type="checkbox"/>

Le jour de l'examen, l'activité sera au format numérique : il faudra sélectionner la réponse correcte dans une liste en cliquant sur la proposition choisie.

ACTIVITÉ 4

Vous travaillez au service financier de la société *Dermacolor*.

Suite à la réunion du 02/02/2018, vous devez établir une fiche « plan d'action » pour les produits de la gamme « Protect ».

Compte-rendu de la réunion du 2 février 2018

Présent(e)s : Julia Eboli (Directrice financière), Alec Nikos (Directeur commercial), Victor Vasilis (Responsable Marketing) et Bastian Gantz (Directeur des ventes).

Excusé : Oscar Parîs (Directeur des achats).

Ordre du jour

1. Analyse des ventes de la gamme « Protect » - Cas « Revitalize » et « Terracotta »
2. Propositions d'actions possibles pour relancer les ventes des produits de la gamme
3. Choix de la période, du budget, du chef de projet

B. Gantz présente les chiffres en baisse à l'export de deux produits de la gamme « Protect » : crème de nuit « Revitalize » et huile à bronzer « Terracotta ».

Il précise que la priorité de l'année est de doubler les ventes de la gamme « Protect ».

Les ventes des deux produits en baisse doivent retrouver avant 6 mois les niveaux de l'année dernière.

Plusieurs propositions sont envisagées pour relancer ces deux produits :

- spots publicitaire sur Internet - USA et Asie (crème « Revitalize »)
- campagne publicitaire dans les magazines européens (huile « Terracotta »)
- hausse immédiate de l'intéressement des commerciaux sur les deux produits
- étude d'un nouveau visuel pour la gamme (trop coûteux / trop long)

Période de mise en route des actions :

- crème « Revitalize » : début mars
- huile « Terracotta » : début avril

Budget alloué aux actions :

- V. Vasilis propose 15% du budget publicitaire annuel. J. Eboli valide la proposition.

Responsable de l'action :

- A. Nikos

Lisez le compte-rendu de la réunion et complétez ensuite la fiche « Plan d'action » en indiquant la lettre de la réponse choisie.

Attention ! Il y a 12 éléments à placer. Chaque terme ne peut être utilisé qu'une seule fois.

- (a) Stabilisation des ventes de la gamme (b) « Protect » (c) Publicité internet USA/Asie (d) Début avril
(e) Nouveau visuel / conditionnement (f) Crème « Revitalize », Huile « Terracotta » (g) Début mars
(h) Campagne presse magazine (i) B. Gantz (j) Baisse des ventes à l'export (k) Promotions en supermarchés
(l) Augmentation des primes de vente (m) 15% du budget publicitaire annuel (n) Février (o) A. Nikos
(p) Doublement des ventes de la gamme

FICHE PLAN D'ACTION :

Gamme :	b
Produits :	f
Constat :	j
Objectif 2016 :	p

Produits :	Actions retenues :	Calendrier de lancement : Quand ?
Revitalize	c	g
Terracotta	h	d
Les 2 produits	l	n

Financement :	m
Chef de projet :	o

Le jour de l'examen, l'activité sera au format numérique : il faudra faire glisser les éléments dans l'emplacement correspondant.

ACTIVITÉ 5

Vous travaillez pour une filiale de l'entreprise *ViaLacta* implantée dans votre pays.
Lors d'un déplacement professionnel à Paris, vous assistez au discours de Philippe Bourris, le président-directeur général de *ViaLacta*.
Il s'exprime sur trois aspects : le bilan, les forces du modèle *ViaLacta* et l'innovation.
Vous souhaitez présenter l'essentiel du discours aux équipes à la prochaine réunion.



Écoutez le discours de Philippe Bourris et prenez des notes. (Transcription 1)
Vous devez organiser vos notes.

Parmi les six énoncés suivants, sélectionnez les cinq éléments-clés du discours de Philippe Bourris.
Numérotez-les par ordre d'apparition.

L'innovation est un point fort de la stratégie de *ViaLacta*.

N° 4

La santé et le plaisir sont au cœur de la mission de *ViaLacta*.

N° 2

L'innovation ne concerne pas uniquement les produits.

N° 5

ViaLacta envisage une campagne publicitaire à l'étranger en 2016.

N° X

Les résultats 2015 sont conformes aux objectifs fixés.

N° 1

ViaLacta est un groupe qui a été créé récemment.

N° 3

Le jour de l'examen, l'activité sera au format numérique : il faudra faire glisser les éléments dans l'emplacement correspondant.

ACTIVITÉ 6

Vous travaillez dans l'entreprise *Espacio*, spécialiste de l'aménagement des lieux de vente (boutiques, restaurants, cafés, etc.).


Votre collègue M. Monroe est en déplacement. Il vous a demandé d'écouter les messages sur son répondeur et de lui transmettre les informations par courriel.


Écoutez les messages. (Transcription 2)

Rédigez un courriel correspondant aux deux messages : choisissez les bonnes réponses et soulignez-les.

De	: Moi	
À	: p.monroe@climpro@de	Cc Cci
Objet	: Vos messages	

Monsieur Monroe,







 Message 1, de Laura Madler de la maison Libouti concernant le devis pour la climatisation de la boutique Alexander/la facture pour la climatisation de ses trois boutiques. Elle pense qu'il y a une erreur : on lui demande de régler la somme de 315 euros/le prix ne correspond pas au tarif annoncé pour la boutique Alexander. Elle a donc mis en attente le paiement/effectué le virement prévu. Elle attend votre appel/vous rappelle.


 Message 2, de Rita di Chiesa (Cafés Boldoni). Elle est étonnée de la différence de prix/surface entre les cafés. D'après elle, le devis pour le café Firenze devrait être moins élevé/il faudrait pratiquer le même tarif pour les deux cafés. Elle voudrait revoir le prix pour le café Firenze/le tarif du café Roma. Elle attend votre devis corrigé/votre appel téléphonique.

Bonne fin de mission,
Bien à vous,

[Candidat-e]

Envoyer





Le jour de l'examen, l'activité sera au format numérique : il faudra sélectionner la réponse correcte dans une liste en cliquant sur la proposition choisie.

ACTIVITÉ 7

Vous travaillez chez *Sitec Maroc* à Casablanca.

L'assistante de Monsieur Ponroy, directeur général de *Sitec International* (basé à Londres) vous a laissé un message sur votre répondeur.



Écoutez le message (transcription 3). Répondez à Madame Johnson par courriel. Reprenez les éléments utiles du message et tenez compte des informations complémentaires suivantes :

- Accueil à l'aéroport par Ahmed (chauffeur de Sitec Maroc)
- Accueil de M. Azoulay, directeur Sitec Maroc, dans nos bureaux
- Chambre « Deluxe » à l'Hyatt Regency Hôtel
- Salle de réunion pour nouveaux clients (17 mars journée)

VOTRE COURRIEL (70-100 mots) :

PROPOSITION DE CORRECTION

De	: Moi	
À	: sophie.jhonson@sitec-international.com	Cc Cci
Objet	: Déplacement de Monsieur Ponroy à Sitec Maroc	
<p>Bonjour Sophie,</p> <p>J'ai bien reçu votre message et je vous remercie.</p> <p>Notre chauffeur Ahmed attendra Monsieur Ponroy à l'aéroport le 15 mars à 9 heures. Il le conduira directement dans nos bureaux. Monsieur Azoulay, notre directeur, sera présent pour l'accueillir.</p> <p>Comme vous l'avez demandé, j'ai réservé une chambre « Deluxe » à l'Hyatt Regency, du 15 au 18 mars.</p> <p>Enfin, j'ai réservé pour M. Ponroy la salle de réunion de notre direction le 17, toute la journée.</p> <p>Je reste à votre disposition pour tout complément,</p> <p>Bien cordialement,</p> <p>[Candidat-e] Sitec Maroc</p>		
<div>Envoyer </div>		

Le jour de l'examen, l'activité sera au format numérique : il faudra rédiger un texte dans la zone prévue à cet effet. Un pavé numérique sera à disposition pour les accents et la ponctuation.

ACTIVITÉ 8


Vous souhaitez répondre à une offre d'emploi (document 1).

Vous répondez par un courriel qui contient votre Curriculum Vitae (document 2) en pièce-jointe.

DOCUMENT 1

Paris Couture S.A. -----	Responsable de boutique
<p>Pays : [Votre pays]</p> <p>Ville : [Votre ville]</p> <p>Type d'emploi : Plein temps</p> <p>Votre expérience : 2 à 5 ans</p> <p>N° de référence ZXC-01 ANIMATION RÉSEAU</p>	<p>Description du poste</p> <p>Vous êtes rattaché(e) à la Direction Retail. Vos missions :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Développement du chiffre d'affaires des points de vente (politique commerciale de l'entreprise, gestion des stocks des boutiques). - Management et formation ; Recrutement, formation et gestion des équipes de vente. - Reporting et suivi d'activité. <p>Profil recherché</p> <p>De formation bac + 2, vous justifiez d'une expérience réussie de 3 à 5 ans dans le management d'équipe de vente, en boutique.</p> <p>Une première expérience d'animation de réseau dans l'univers du luxe serait un atout.</p> <p>Votre goût du travail sur le terrain a renforcé votre autonomie et votre sens de l'organisation.</p> <p>Bon niveau de français souhaité.</p> <p>Bonne maîtrise du Pack Office.</p>









DOCUMENT 2

	RESPONSABLE DE BOUTIQUE
[Vos coordonnées : Nom, prénom, Adresse, téléphone, courrier électronique]	
EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE	
Depuis 2018 En poste CDD	APC (Prêt-à-porter / Maroquinerie / Parfums / Accessoires), [Ville ; Pays au choix] Coordination Retail France <ul style="list-style-type: none">Faire le lien entre les demandes du terrain et le siège, suivre et analyser l'activité, participer au recrutement.Créer et mettre en place procédures et suivre les stocks.Proposer, planifier et mettre en place l'activité.
2014-2017 3 ans CCD	GERARD DAREL (Prêt-à-porter / Maroquinerie / Chaussures/ Accessoires), [Ville ; Pays au choix] Direction de boutique <ul style="list-style-type: none">Atteindre les objectifs CARapporter l'activité, organiser les soldes.Manager, faire appliquer les procédures.Recruter, former les équipes et gérer les conflits.
2012-2014 2 ans CDI	PALAIS DES THÉS (Maison de thé), [Ville ; Pays au choix] Direction de boutique <ul style="list-style-type: none">Développer le CA et atteindre les objectifs.Manager 2 conseillères, créer un fichier client.
FORMATION	
2009-2013	Études supérieures en École de commerce, [Ville ; Pays au choix]
APTITUDES ET CONNAISSANCES	
LANGUES : Français (DFP Affaires B1) ; Anglais courant (TOEIC 920/990) INFORMATIQUE : Pack Office : Word, Excel, PowerPoint CENTRES D'INTÉRÊT : [vos centres d'intérêt]	

Dans votre courriel de motivation, expliquez votre motivation pour le poste, présentez votre parcours de formation et votre expérience professionnelle, présentez vos qualités pour ce poste.

VOTRE COURRIEL (120-160 mots) :

PROPOSITION DE CORRECTION

De	: Moi	
À	: recrutement@paris-couture.fr	Cc Cci
Objet	: Lettre de motivation	
<p>Madame, Monsieur,</p> <p>Votre offre d'emploi pour le poste de Responsable de boutique m'intéresse beaucoup. C'est pourquoi je vous propose ma candidature.</p> <p>J'ai fait mes études supérieures dans une école de commerce à Paris pendant 4 ans. Pendant cette première formation, j'ai découvert ma passion pour l'univers du luxe.</p> <p>Ensuite, j'ai dirigé une boutique spécialisée dans le thé pendant deux ans, puis une boutique de prêt-à-porter pendant trois ans. Grâce à cette expérience professionnelle, j'ai maintenant de bonnes connaissances en gestion d'équipes de vente (recrutement et management). J'ai aussi développé des qualités d'autonomie et d'organisation.</p> <p>Actuellement Coordinatrice Retail France chez APC, je cherche un nouveau défi professionnel dans le domaine du luxe.</p> <p>De plus, je parle couramment l'anglais et j'ai une bonne connaissance du français (B1). C'est un avantage pour communiquer avec les nombreux clients étrangers.</p> <p>Je reste à votre disposition pour tout renseignement complémentaire.</p> <p>Cordialement, [Candidat-e]</p>		
<div>Envoyer        </div>		

Le jour de l'examen, l'activité sera au format numérique : il faudra rédiger un texte dans la zone prévue à cet effet.

ACTIVITÉ 1

Préparation : 10 minutes [*recommandé*]
Passation : 5 minutes

SUJET CANDIDAT

Situation :

Vous travaillez dans l'entreprise française *Multiprix* implantée au Brésil et votre directeur veut changer l'apparence du site internet et le logo de la marque au Brésil. Il veut donc recruter un web-designer.

Voici les CV des deux meilleurs candidats (documents 1 et 2).

Tâche :

En appuyant vos arguments sur le parcours et le profil de chaque candidat, vous devez convaincre votre responsable de sélectionner la candidature que vous préférez.



Graphiste - Webdesigner

Julia Alferes
Av. Paulista, 509
Morro de Sao Paulo
+5511 3373-5500

EXPERIENCES

Webdesigner Freelance - IN MODA – Lisbonne

2017

- Refonte du logotype d'entreprise et création des newsletters de la marque.

Webdesigner Freelance – LACASA – Rio de Janeiro

2016-2017

- Création et déclinaison de maquettes pour le nouveau site du magasin.
- Création d'un nouveau logotype.
- Création de bannières fixes et animées pour le site ecommerce de la marque.
- Conception de Userflows, Mockups et Wireframes desktop et mobile pour Procter & Gamble
- Création d'une maquette de site événementiel en parallaxe pour la marque Pampers.

Graphiste/ Webdesigner Freelance – AEROWONDERFUL- New-York

2015

- Réalisation du site vitrine et ecommerce de la marque
- Création d'identités visuelles (logotype et charte graphique) pour les collections de prêt-à-porter
- Montage vidéo et motion design

Graphiste/ Webdesigner Freelance - NOVABAST- São Paulo

2014-2015

- Création d'un logotype pour la nouvelle plateforme de crowdfunding Novabast

FORMATION

ESDI- Ecole supérieure de design industriel, Rio de Janeiro

2012-2013

Ecole des Beaux-arts de São-Paulo, filière Design Management, São Paulo

2009-2012

LOGICIELS MAITRISES

Adobe suite : Photoshop

Microsoft office : Word, Excel, Powerpoint

LANGUES

Portugais : langue maternelle

Anglais : niveau B2

Français : niveau B1



Graphiste - Webdesigner

EXPERIENCES

Graphiste/ webdesigner Freelance –Varigu – São Paulo

2017

- ❖ Direction artistique/ webdesign : création de l'identité visuelle (logotype, charte graphique éditoriale et digitale).
- ❖ Conception et intégration de la maquette web du studio.

Directeur Artistique Junior (stagiaire) – Electrobra – Bahia

2015-2016

- ❖ Création de packagings et d'interfaces web.
- ❖ Appel d'offres "Façade mapping" pour la ville de Vannes : création de vidéos promotionnelles

Directeur Artistique Junior (stagiaire) – Braksem – São Paulo

2014-2015

- ❖ Création d'icônes pour des interfaces utilisateur.
- ❖ Création d'affiches pour une campagne print.
- ❖ Création et mise en page de maquettes print et web.

Informations personnelles

Thiago Gilberton

Rua João Gonzalves, 152
São Paulo
t.gilbetrtton@hotmail.com

Formation

2012 – 2014

IED-Instituto Europeo di Design, São Paulo

2011 – 2012

Ecole des Beaux-arts de São Paulo

Logiciels maîtrisés

Adobe suite : Photoshop, Illustrator, Indesign, Flash (animation), After effect.

Final cut suite : Final cut, Motion, Soundtrack, Dvd studio pro.

Logiciels de 3D : Cinéma 4D, Sketchup.
Microsoft office : Word, Excel, Powerpoint.

CMS : Wordpress.

Ecommerce : Woocommerce.

Langues

Portugais : langue maternelle

Français : B1

Anglais : C1

SUPPORT EXAMINATEUR

Rôle :

Vous dirigez l'entreprise française *Multiprix* implantée au Brésil et vous voulez changer l'apparence du site internet et le logo de la marque au Brésil.

Vous voulez donc recruter un web-designer.

Vous avez demandé à votre collaborateur/collaboratrice (candidat-e) d'analyser les CV des deux meilleurs candidats et de vous présenter la candidature qu'il/elle préfère.

Le/La candidat-e doit appuyer ses arguments sur le parcours et le profil de chaque candidat.

Pistes pour l'interaction :

- Vous devez bien étudier chacun des deux CV avant la passation, afin de connaître les forces et faiblesses de chaque candidature.
- Il n'y a pas de CV nécessairement meilleur que l'autre.
- L'objectif est que le/la candidat-e développe un argumentaire en illustrant son propos à partir des éléments du CV.
- Vous pouvez contre-argumenter sur les propositions du/de la candidat-e en vous appuyant sur les qualités du CV qu'il/elle n'a pas choisi.

	Cv 1-Julia Alferes	Cv 2-Thiago Gilberton
Points forts	<ul style="list-style-type: none">• Création de logotype : 3 expériences de création et refonte au sein de 3 projets différents.• Site internet : 4 expériences variées dans la création de sites internet ainsi que dans la conception d'éléments graphiques (chartes graphiques, bannières, maquettes, etc.)	<ul style="list-style-type: none">• Logiciels maîtrisés : maîtrise d'un nombre important de logiciels variés en fonctionnalité.• Langues : Anglais C1
Points faibles	<ul style="list-style-type: none">• Logiciels maîtrisés : connaissance d'outils bureautiques limitée (Photoshop et pack office)• Langues : Anglais B2	<ul style="list-style-type: none">• Création de logotype : Seulement une expérience en 2015.• Site internet : 2 expériences de conception, création et intégration de maquettes d'interfaces web.

ACTIVITÉ 2

Préparation : 10 minutes [recommandé]

Passation : 5 minutes

SUJET CANDIDAT

Situation :

*Vous êtes commercial-e pour la société suédoise **Organitek**, sur le site de Stockholm.*

Une société française est intéressée par l'achat de nouveaux bureaux pour ses employés.

Tâche :

Vous vous déplacez au siège et vous présentez au responsable des achats les caractéristiques et les avantages de ce produit pour le convaincre d'effectuer cet achat.

Fiche Produit :



Ensemble bureau Bibliooffice 9 cases

210,00 € ht

Livraison sous 8 jours - Livraison offerte

Services inclus

- Garantie 2 ans
- Satisfait ou Remboursé dans les 30 jours

Ensemble constitué d'un bureau et d'une bibliothèque positionnable à droite ou à gauche au moment du montage.

Plateau de bureau H 72,5 x L 140 x P 69 cm.

Bibliothèque 9 cases H 104 x L 104 x P 29 cm.

Dimensions utiles d'une case : H 32,5 x L 32,5 P 29 cm.

En option :

- Portes et tiroirs avec poignées bouton, décor aluminium.
- Bloc de 2 tiroirs. 1 bloc par case. Dimensions hors tout : H 32 x L 32 x P 29 cm.
Dimensions utiles d'un tiroir : H 7 x L 26 x P 23 cm.
- Lot de 2 portes. 1 porte par case. Dimensions : H 32 x L 32 cm.

SUPPORT EXAMINATEUR

Vous êtes responsable des achats dans une société française intéressée par l'achat de nouveaux bureaux pour ses employés.

Vous accueillez le/la commercial-e (candidat-e) de Organitek qui vous présente les caractéristiques et les avantages du produit Ensemble bureau Bibliooffice 9 cases pour vous convaincre d'effectuer cet achat.

Introduction :

Lancez le candidat de la façon suivante :

- **Merci d'être venu-e pour nous présenter vos produits.**
- **Je vous écoute...**

Questions (si nécessaire) :

Si le candidat a terminé sa présentation avant la fin du temps imparti, posez-lui une ou plusieurs questions complémentaires, pour que le candidat puisse continuer à parler jusqu'à la fin du temps imparti.

- **Si un meuble ne convient pas, ou s'il est cassé, quelle est la procédure à suivre ? (garantie)**
- **Quels sont les délais de livraison ? Est-ce que la livraison est gratuite ? (livraison)**
- **Je n'aime pas beaucoup la forme actuelle des poignées, avez-vous d'autres options à me proposer ? (options)**
- **Je trouve qu'il n'y a pas assez de portes, peut-on en rajouter quelques-unes ? (options)**

Questions complémentaires (le candidat devra « inventer » une réponse) :

- **Comment cela se passe-t-il pour le montage ? Faut-il prévoir un supplément pour le montage des meubles ?**
- **En quelle couleur est-il disponible ? Peut-on choisir d'autres couleurs ?**

Vous ferez attention :

- **À la posture professionnelle du candidat, pendant la phase d'accueil et au cours de sa présentation.**
- **Au respect des codes culturels de la prise de contact.**
- **Au respect des codes professionnels dans la présentation de son produit.**

Transcription n°1 : comprendre et traiter l'information - activité 5

Discours Philippe Bourris

Source (modifié) :

<http://ViaLacta11.ViaLacta.com/fr/l-entretien-franck-riboud>

Parties « Le bilan », « Les forces de notre modèle », « L'innovation »

Bilan *ViaLacta* 2015, Franck Riboud

[LE BILAN]

« Le bilan de l'année 2015 pour *ViaLacta* est un bon bilan. C'est vrai dans un contexte difficile, donc on pouvait craindre une certaine difficulté qui a été réelle, mais les équipes ont vraiment relevé le défi. Et je crois qu'on peut encore dire que c'est une très bonne année pour *ViaLacta*.

Très bonne année parce que les résultats en termes de croissance, et en termes d'objectifs on va dire... généralement les objectifs qui avaient été fixés ont été atteints. Pas toujours par les chemins qu'on avait prévus, mais globalement nous avons atteint tous nos objectifs. Et ça, c'est très important parce que c'est ça qui crée cette relation de confiance entre l'actionnaire, les salariés et *ViaLacta*. Donc *ViaLacta* conserve sa crédibilité, son modèle, dans un contexte difficile. »

[LES FORCES DE NOTRE MODELE]

« Notre modèle, il est basé sur la qualité des hommes, la force des marques et la qualité de nos géographies : c'est vrai qu'on travaille de plus en plus avec l'étranger, et c'est notre force aujourd'hui. Et en même temps, la mission qui reste toujours la même : apporter la santé par l'alimentation au plus grand nombre, même si maintenant on élargit ce concept sur un axe plaisir-santé. »

[L'INNOVATION]

« L'innovation reste quelque chose de très important, si ce n'est que le groupe *ViaLacta* est jeune. Chez nous, l'innovation peut être plusieurs choses. D'abord des choses très simples : un nouveau pot, c'est une innovation. Le lancement d'un pack de yaourts par 12, c'est une révolution, parce que l'achat d'un pack augmente la consommation par an et par habitant. L'innovation reste au cœur de la stratégie de *ViaLacta*, mais elle est comme tout le reste, elle est segmentée. Et puis surtout, il n'y a pas que des innovations de produits, il y a aussi des innovations de procès industriels, de logistique, de communication : comment travailler la communication digitale, les réseaux sociaux ? *ViaLacta* travaille depuis des années sur ces questions. On ne se sent d'ailleurs pas du tout en retard, même plutôt en avance. »

Transcription n°2 : comprendre et traiter l'information - activité 6

Messages téléphoniques

MESSAGE 1

« Oui, bonjour M. Monroe, c'est Laura Madler de la *Maison Libouti*. Alors, je viens de recevoir votre facture pour la climatisation de nos trois boutiques... Et, pour la boutique *Alexander*, il y a une redevance de 350 euros au lieu des 315 prévus dans votre devis. J'imagine que c'est une erreur... Bon, le plus simple, c'est que vous me rappeliez. De toute façon, en attendant, je bloque le paiement.

Merci et bonne journée ! »

MESSAGE 2

« Oui, M. Monroe, c'est Rita di Chiesa, des cafés *Boldoni*. Je vous appelle parce que je viens de regarder en détail le devis pour la rénovation de nos cafés, et je ne comprends pas... Le devis pour la peinture et le parquet du café *Firenze* est à 4 100 euros, alors que celui du *Roma* est à 3 540 euros. Et pourtant, le *Firenze* est bien plus petit que le *Roma*...

Je vous laisse revoir le devis et vous me l'envoyez dès que possible. Merci ! »

Transcription n°3 : comprendre et traiter l'information - activité 7

Message vocal de M. Johnson

« Bonjour, c'est Sophie Johnson, l'assistante de Monsieur Ponroy.

C'est pour vous rappeler que Monsieur Ponroy arrivera à Casablanca le 15 mars à 9 heures comme convenu. Je vous remercie de prévoir un accueil à l'aéroport, et un transfert jusqu'à vos bureaux. Pourriez-vous lui réserver une chambre dans un bon hôtel proche ?

Il restera 4 jours... Euh...

Ah, oui, il faudra réserver une salle dans vos bureaux pour la réunion qu'il a planifiée avec de futurs clients, le 17 mars.

Voilà, je crois que je vous ai tout dit... Merci, à bientôt ! »