

Kusmi Tea, du thé russe à la mode française

<https://www.youtube.com/watch?v=mZIBluwfdxg>

Corrections du vocabulaire commercial

Vrai - Faux

V F

Une **marque**, c'est une sorte de label.

Une **boutique**, c'est un salon de thé.

Non, un salon de thé, c'est un lieu de restauration. Cependant, certains salons de thé font aussi "boutique" : le plus souvent, ils ont un comptoir où ils vendent en détails des thés, cafés, pâtisseries...

La **concurrence**, c'est une sorte de compétition commerciale.

Une **entreprise familiale**, c'est une entreprise non commerciale.

Non, une entreprise familiale est une entreprise gérée par les membres de la même famille

Une **entreprise**, une **compagnie**, une **société**, c'est la même chose.

Un **fournisseur** est un partenaire commercial qui fournit des produits et/ou des services dont une entreprise x a besoin pour produire ses propres produits ou services.

Le **marketing**, c'est faire des affaires.

Pas vraiment non... même si pour faire des affaires, il faut en général faire du marketing avant...

Faire des affaires, c'est savoir bien **vendre**.

Un produit de **luxe** est un produit bas de gamme.

Non, c'est le contraire, c'est un produit haut de gamme

Complétez à l'aide des mots et expressions en gras :

a - expérience, faire fureur, concept, clients, produit, serveurs, vendeurs

Un produit qui **fait fureur** (qui a beaucoup de succès) de nos jours est sans conteste un **produit** qui permet aux **clients** de faire une **expérience** agréable. Et pour cela, il faut correctement pensé le **concept** (l'idée) de départ. De plus, et ce, principalement dans la vente en détails et la restauration, il ne faut pas négliger la place importante qu'ont les **vendeurs** et **serveurs** dans cette expérience.

b - gamme, packaging, client, luxe, marché

Sur le **marché** du **luxe**, le **packaging** a beaucoup d'importance puisque c'est lui qui va attirer le **client** et lui faire comprendre que ce produit est haut de **gamme**.