

# CORRIGÉ

**BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL**

**MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE**

**Option A : Animation et gestion de l'espace commercial**

**Session 2022**

**ÉPREUVE E2**

**ANALYSE ET RÉOLUTION DE SITUATIONS  
PROFESSIONNELLES**

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL METIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
Option A : ANIMATION ET GESTION DE L'ESPACE COMMERCIAL		
E2 – ANALYSE ET RESOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES		
CORRIGÉ	COEFF. 4	DURÉE : 3 heures
NC C22SN-MCV A 2 1	SESSION 2022	PAGE 1 sur 8

## Mission 1 : Gérer l'activité commerciale

## Mission 2 : Développer l'omnicanalité afin de démarcher une nouvelle clientèle

### Mission I - Gérer l'activité commerciale

#### À partir du dossier ressources mission 1 et du contexte professionnel :

Dans le cadre de vos fonctions d'assistant commercial, vous avez en charge les opérations préalables à la vente.

Afin de rester compétitive face à une concurrence accrue, Christine Racon vous demande d'optimiser sa gestion des stocks et de trouver un nouveau fournisseur qui réponde à la demande d'une clientèle en pleine évolution.

#### Activité 1 – Optimiser la gestion des stocks

Avec le développement de l'activité sur le site marchand, la gestion des stocks est devenue une préoccupation centrale pour Christine Racon. Les clients établissent des pré-commandes sur le site que vous devez valider. En effet, vous devez tenir compte des stocks et des délais de fabrication qui sont estimés à quatre semaines.

Aujourd'hui, le 23 février 2022, comme tous les matins vous consultez les pré-commandes effectuées sur le site marchand. Vous vérifiez la disponibilité de ces produits sur votre état de stock et prenez les décisions qui s'imposent. Puis vous préparez l'expédition des produits, que vous confiez à un transporteur.

#### À partir des ressources A1 et A2 et de la mobilisation de vos compétences :

1.1. Vérifier la disponibilité des produits pré-commandés par les clients.

20211 : Sac à dos à colorier : 3 commandés, 10 en stock. RAS

10510 : Trousse de toilette bébé : 2 commandés (Camille + Kim), 1 seul disponible.

Facultatit

40310 : Lunch bag : 2 commandés (Alice + Kim), 0 disponible.

30410 : Grand sac de plage : 1 commandé, 3 en stock RAS

40110 : Sac à pain : 2 commandés, 2 en stock

10110 : Sortie de bain et gant : 1 commandé, 3 en stock RAS

10310 : Lingettes : 1 commandé, 6 en stock RAS

30210 : Pochette zippée : 2 commandés, 3 en stock RAS

30350 : Trousse de maquillage : 1 commandé, 4 en stock RAS

1.2. Commenter l'état des stocks des références : 40110 et 40211.

Proposer une solution pour chaque référence afin d'en optimiser la gestion.

40110 : Produit seront en rupture après les commandes du jour (le 23 février 2022)

40211 : Produit en stock depuis plusieurs semaines (dernière vente le 2 décembre 2021)

Solution : Regarder les ventes de N-1 et se fixer des stocks d'alerte.

Faire des promotions sur les articles qui ne se vendent pas.

Christine Racon vous explique qu'elle rencontre régulièrement des problèmes au moment des livraisons des commandes clients. Elle constate que la démarque est importante et souhaite la réduire. Elle vous demande d'analyser les causes et les conséquences de cette démarque, pour le client et pour l'entreprise.

### À partir de la ressource A3 et de la mobilisation de vos compétences :

1.3. Repérer deux causes de la démarque à partir des avis clients.

Problème d'emballage

Problème de transporteur / d'adresse client

Accepter toute réponse cohérente

1.4. Proposer deux solutions à Christine Racon afin de lutter contre la démarque liée aux livraisons des commandes client.

Vérifier les produits avant de les envoyer, demander des adresses complètes, faire des colis suivis, faire appel à un transporteur indépendant, choisir un nouveau prestataire, vérifier les emballages. Accepter toute réponse cohérente.

1.5. Indiquer deux conséquences de cette démarque pour l'entreprise.

Perte de clients, de CA, avis négatifs postés par les clients, mauvaise image qui nuit à la e-réputation.

Accepter toute réponse cohérente.

### Activité 2 – Rechercher un nouveau fournisseur

Afin d'adapter l'offre aux nouvelles orientations de développement de l'entreprise, Christine Racon a recherché de nouveaux tissus et en a choisi quatre. Deux fournisseurs ont retenu son attention. Christine Racon vous demande de sélectionner celui qui répond le mieux à ses exigences d'éco responsabilité pour la création de sa nouvelle gamme.

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL METIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
Option A : ANIMATION ET GESTION DE L'ESPACE COMMERCIAL		
E2 – ANALYSE ET RESOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES		
CORRIGÉ	COEFF. 4	DURÉE : 3 heures
NC C22SN-MCV A 2 1	SESSION 2022	PAGE 3 sur 8

**À partir des ressources A4 et A5 et de la mobilisation de vos compétences :**

2.1. Comparer les offres des deux fournisseurs, en sachant que vous allez commander 5 mètres pour chacune des quatre références.

Présenter la réponse sous forme de tableau.

Arrondir les calculs à 2 décimales.

JPL Textiles « Made in tissus » 73330 DOMESSIN France	StoffeBrünink & HemmersGmbH Allemagne
Compte professionnel : Commande automatique en ligne	Compte professionnel
Remise 7 % Prix unitaire HT : 21.50 € le m soit 430.00 €	Remise 10 % Prix unitaire HT : 23.14 € le m soit 462.80 €
Montant total avec remise : 399.90 €	Montant total avec remise : 416.52 €
Livraison 18.60 €	Livraison gratuite
Montant total de la commande : 418.50 €	Montant total de la commande : 416.52 €
Délai de livraison : 6 jours	Délai de livraison 8 jours
Produits certifiés : GOTS ou Global Organic Textile Standard : certifications des textiles biologiques. Le label Oeko-tex standard 100	Produits Bio
Délais de paiement : paiement à 30 jours par virement	Délais de paiement : paiement à 30 jours par virement

2.2. Sélectionner le fournisseur qui répond aux critères définis.

Justifier ce choix en lien avec le positionnement.

Le fournisseur que je conseillerai à Christine Racon est JPL Textiles « Made in tissus ».

Bien qu'il soit plus cher de 1.98 €, frais de port inclus, ce fournisseur est basé en France. Il propose une sélection de produits certifiés GOTS et labellisés Oeko-tex standard 100 qui garantissent pour les tissus bio une démarche écocitoyenne tout au long du parcours de production, arguments de vente répondant à la demande actuelle des consommateurs soucieux de l'origine des produits et des modes de productions et de la qualité des matériaux. Garanties GOTS pour vos tissus bio :

- Moyens de production respectueux de l'environnement
- Produit dans le respect des conditions de travail pour les employés
- Fibres biologiques
- Sans intrants dangereux (métaux lourds toxiques, solvants aromatiques...)

Le label Oeko-tex standard 100 garantit l'absence de produits toxiques pour la peau et pour l'environnement.

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL METIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE Option A : ANIMATION ET GESTION DE L'ESPACE COMMERCIAL		
E2 – ANALYSE ET RESOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES		
CORRIGÉ	COEFF. 4	DURÉE : 3 heures
NC C22SN-MCV A 2 1	SESSION 2022	PAGE 4 sur 8

### Activité 3 – Utiliser des outils d'aide à la décision

Vous avez sélectionné le fournisseur qui répond à vos nouvelles exigences. Vous devez donc réajuster vos prix en fonction du nouveau positionnement. En effet, les prix des nouveaux tissus écoresponsables sont 20% plus cher. Les prix des autres matières premières (boutons, fermetures éclair, fils...) restent inchangés. A partir d'un relevé de prix de produits similaires sur différents sites marchands concurrents, Christine Racon vous demande de vérifier si ses prix restent compétitifs en gardant ses taux de marque initiaux.

#### À partir des ressources A6 et A7 et de la mobilisation de vos compétences :

3.1. Calculer les nouveaux prix de vente TTC en fonction de l'augmentation des prix des tissus.

Concevoir un tableau de bord avec des indicateurs pertinents.

Arrondir les nouveaux prix de vente TTC à l'entier le plus proche.

#### Nouveaux PV TTC avec augmentation de 20% sur le prix des tissus éco-responsable

Réf	Désignation	Coût de production		Taux de marque (en %)	PVHT (en €)	PV TTC (en €)	PV TTC
		Prix des tissus éco responsables avec + 20 % (en €)	Prix des autres matières premières (en €)				
<b>BÉBÉ</b>							
10110	Sortie de bain / gant « Dinosaur »	12,00 = 10,00 x 1.20	0,42	50	24.84 = [(0.42+12) X 100] / 50	29.81 = 24.84 X 1.20	30€
<b>FEMME</b>							
30310	Trousse de maquillage madras	4,80	1,25	58	14.40	17.28	17
<b>MAISON</b>							
40110	Sac à pain doublé et brodé	3,00	1,25	55	9.44	11.33	11

3.2. Vérifier si les prix restent compétitifs.

Proposer, le cas échéant, une solution pour pratiquer une politique d'alignement des prix.

- Le prix de vente est identique pour le bébé. ⇒ Ne rien faire
- Pour la maison elle est moins cher que ses concurrents ⇒ Ne rien faire ou augmenter son prix de vente à 12 €
- Pour la femme, ses prix de vente sont supérieurs de ceux des concurrents. Elle pourrait garder son taux de marque de 50 % pour le bébé et la maison mais il faudrait qu'elle diminue sa marge ou son taux de marque pour la femme.

Elle pourrait rechercher un autre fournisseur.

Accepter toute réponse cohérente.

## Mission II – Développer l’omnicanalité afin de démarcher une nouvelle clientèle

### À partir du dossier ressources mission 2 et du contexte professionnel :

Christine Racon vend exclusivement à travers son site marchand et souhaite développer son activité en intégrant l’omnicanalité. Elle envisage pour la première fois, d’aller à la rencontre de ses clients sur des lieux de vente physique et a choisi d’ouvrir un stand éphémère (« *pop up* ») pour un évènement calendaire. Elle vous demande de préparer cette opération commerciale et sa communication. A la fin de l’opération commerciale, vous évaluez, en fonction des résultats, sa possible reconduction.

### Activité 4 – Préparer l’action commerciale « Fête des mères » et communiquer sur le stand éphémère.

Christine Racon souhaite profiter de la période de la fête des mères pour mettre en avant les produits de la gamme « Femme » et plus particulièrement ceux dont le tissu utilisé est éco-responsable. Elle décide de louer un stand éphémère du lundi 23 mai au samedi 28 mai 2022, dans le centre commercial Carrefour Pontault Combault en Seine et Marne (77), lors de l’évènement « spécial fête des mères ». Cette opération sera également présente sur son site marchand.

### À partir de la ressource B1 et de la mobilisation de vos compétences :

- 4.1. Indiquer quatre facteurs d’ambiance que vous pourriez mettre en place sur le stand éphémère, en adéquation avec la gamme de produits choisie. Justifier ces choix.

Des plantes car tissus éco responsable.

PLV/ILV pour décoration murale, photos de produits, fiches produits, exemple de personnalisation.

Cadres avec des tissus utilisés

On peut mettre des affiches de nos produits pour que cela se voie de loin.

On peut mettre du mobilier en faisant du « *upcycling* », cela correspond à notre positionnement éco-responsable, cagettes, échelles en bois pour présentation, palettes .....

Éclairage pour valoriser les produits.

Les couleurs doivent être en adéquation avec le thème du tissu choisi et par univers pour créer une harmonie.

Accepter toutes réponses cohérentes.

Afin de démarcher une nouvelle clientèle, il est nécessaire que Christine Racon communique sur l’évènement. *Facebook* étant son réseau de prédilection, Christine Racon souhaite que vous lui prépariez la publication qui annonce l’évènement.

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL METIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
Option A : ANIMATION ET GESTION DE L’ESPACE COMMERCIAL		
E2 – ANALYSE ET RESOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES		
CORRIGÉ	COEFF. 4	DURÉE : 3 heures
NC C22SN-MCV A 2 1	SESSION 2022	PAGE 6 sur 8

**À partir de la ressource B2 et de la mobilisation de vos compétences :**

4.2. Rédiger les éléments de la publication *Facebook*.

Date de l'événement : du 23 au 30 mai 2022

Lieu de l'événement : Centre Commercial Carrefour Pontault Combault (77)

Titre de l'événement : événement spécial « fête des mères »

Accroche :

Un cadeau unique pour votre maman. De produits écoresponsable certifiés .  
Venez nous rencontrer et choisir un présent fait main, unique et éco-responsable.

Ne pas oublier le visuel !

Ne pas oublier les boutons de liens vers les autres réseaux sociaux et le site marchand, le site du centre commercial pour se rendre sur le stand.

Ne pas oublier le logo.

Accepter toute réponse cohérente.

Actuellement elle communique via *Facebook* et *Instagram* pour les actualités de son site-marchand. Elle vous interroge sur les choix à adopter en termes de réseaux sociaux complémentaires pour promouvoir le stand éphémère « Fête des mères ».

Elle ne dispose pas de budget pour cette communication.

**À partir de la ressource B3 et de la mobilisation de vos compétences :**

4.3. Sélectionner les réseaux sociaux complémentaires les plus adaptés à l'évènement « Fête des mères », et aux contraintes de Christine Racon. Justifier ces choix.

Twitter : Permet de communiquer sur l'évènement en direct.

Snapchat : les ado et jeunes ; Adapter pour un évènement « fête des mères ».

Linkedin : pas notre cible (B to B)

Tous ces réseaux sociaux sont gratuits.

**Activité 5 – Évaluer l'action « Fête des mères ».**

A la fin de la semaine, Christine Racon vous demande d'analyser les résultats de l'opération. Elle veut savoir si l'opération est à renouveler. Elle vous charge de faire le bilan de cette action tant au niveau du site marchand que du stand.

**À partir des ressources B4 et B5 et de la mobilisation de vos compétences :**

5.1. Analyser les performances du site marchand.

Proposer deux axes d'amélioration:

Pour la gamme Femme :

Le taux de réalisation est de 83,62 % (2057/2460 x 100), l'objectif n'est pas atteint.

L'objectif du taux de conversion n'est pas atteint. Il est de 2.3 % pour la femme alors que l'objectif est de 2.8 %. Ce qui signifie que les visiteurs ne valident pas leurs paniers / ne franchissent pas l'acte d'achat ou l'abandonne.

Axes d'amélioration :

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL METIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
Option A : ANIMATION ET GESTION DE L'ESPACE COMMERCIAL		
E2 – ANALYSE ET RESOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES		
CORRIGÉ	COEFF. 4	DURÉE : 3 heures
NC C22SN-MCV A 2 1	SESSION 2022	PAGE 7 sur 8

L'ergonomie du site, le tunnel d'achat trop long, faire des relances visites en envoyant un mail, la sécurité de paiement, faire des actions commerciales, faire des fiches produit soignées, revoir le montant des frais de livraison.

Elle vous demande, maintenant, de mesurer la rentabilité du stand en sachant que le coût du stand est de 350 € HT et que son taux de marque est à 49% pour tous les produits. Le coût salarial n'est pas pris en compte.

**À partir des ressources B4 et B6 et de la mobilisation de vos compétences :**

5.2 Analyser les performances du stand éphémère.  
Évaluer sa rentabilité.

Le taux de réalisation est de 103.4 % ( $4653/4500 \times 100$ ). L'objectif est donc dépassé de 3.4 points soit de 153 €

La rentabilité

Coût du stand : 350 €

CA réalisé : 4653 €

Taux de marque pratiqué : 49 % donc  $4653 \times 0.49 = 2279.97$  € de marge

Rentabilité :  $2279.97 - 350 = 1929.97$  €. Le nouveau taux de marque est de 41.48 %

5.3 Conclure sur la possible reconduction de ce type d'opération pour le développement de l'entreprise.  
Justifier la réponse.

Sur le site internet une telle opération permet de dynamiser l'offre, de valoriser une gamme, et de développer du CA avec un taux de marque constant (49 %).  
L'opération a généré une marge de 1007,93 €

Pour le stand éphémère, cette opération « Fêtes des mères » nous permet d'être omnicanale et est complémentaire de notre activité principale (site marchand) Elle permet de toucher une autre clientèle (moins connectée) et de la développer et de fidéliser des clients internet, mais aussi d'accroître la notoriété, d'écouler les stocks, de mettre en avant un produit ou une gamme de produit, de tester un nouvel emplacement, d'expérimenter un point de vente, d'optimiser une offre saisonnière. Le stand génère une marge de 2279.97 € avec un taux de marque de 41,48 %.

En conclusion l'opération est à renouveler aussi bien sur le stand que sur le site. L'ensemble de cette action a permis de toucher une nouvelle clientèle par le biais de l'omnicanalité.

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL METIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
Option A : ANIMATION ET GESTION DE L'ESPACE COMMERCIAL		
E2 – ANALYSE ET RESOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES		
CORRIGÉ	COEFF. 4	DURÉE : 3 heures
NC C22SN-MCV A 2 1	SESSION 2022	PAGE 8 sur 8