

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

BCP MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE			
Option A : ANIMATION ET GESTION DE L'ESPACE COMMERCIAL			
E2 – ANALYSE ET RESOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES	SESSION 2022	CORRIGE	
C P 2206-MCVA 2 1	COEFF. 4	DURÉE : 3 heures	Page 1 sur 7

MISSION 1 - RÉCEPTIONNER UNE LIVRAISON ET CHOISIR UN NOUVEAU FOURNISSEUR

Activité 1 – Réceptionner une livraison

À partir des ressources A1 à A5 et de la mobilisation de vos compétences :

1.1 Identifier les anomalies de la livraison, puis indiquer les actions à mettre en place pour les traiter. Justifier l'intérêt de chaque action.

2 anomalies constatées : (accepter 3 anomalies avec chaque référence non livrée comme 2 anomalies)

- Un carton un peu abimé,
- 2 références non livrées : 40 produits Molky Original et 35 produits Mollky Luxe

Actions à mettre en place pour traiter les anomalies :

Accepter la livraison et

- En présence du livreur : inscrire un avis de réserve sur le bordereau de livraison pour le carton un peu abimé au cas où les produits seraient invendables
 - Justification : Si les produits sont trop abimés et donc invendables, cela engendre une démarque.
- Après le départ du livreur : contacter la coopérative par téléphone et par mail pour confirmer les 40 produits "Molky original" et les 35 produits « Mollky Luxe » manquants.
 - Justification : des produits manquants non signalés peut engendrer une facturation et donc une démarque, une perte de CA et de l'insatisfaction client.

À partir des ressources A2, A4, A5, A6 et de la mobilisation de vos compétences :

1.2 Mettre à jour les stocks et repérer les dysfonctionnements. Indiquer à Cédric Fournier un axe d'amélioration pour chacun d'eux. À présenter sous forme de tableau.

Référence-dénomination	Stock après livraison	Anomalie	Axe d'amélioration
54903 – MÖlkky original Tactic	20 (20+0=20)	RAS	
52501 – MÖlkky Luxe Tactic	5 (5+0=5)	Proche rupture de stock	- Mettre en place un stock d'alerte (ou critique) ou un stock de sécurité pour être plus réactif aux aléas fournisseurs - Diversifier les fournisseurs
1GO118 – Jeux de lancer 6 anneaux Goki	30 (10+20=30)	RAS	
6Tac145 – Les pattates Tactic	35 (15+20=35)	Surstock	Être plus rigoureux dans les quantités à commander pour ne pas dépasser le stock maximum car la réserve est petite.
Uli10967 – Chamboule tout Vilac	30 (5+25=30)	RAS	

1.3 Indiquer trois règles d'hygiène, de sécurité et/ou d'économies d'efforts à appliquer pour prendre en compte les risques lors de la réception d'une livraison. Justifier la réponse.

(Accepter toute réponse cohérente)

- Manipuler précautionneusement le transpalette et utiliser des chaussures de sécurité pour éviter les accidents de travail.
- Ranger le transpalette après utilisation pour que les clients ou les personnels ne se blessent pas.
- Ne pas laisser les cartons dans la cour pour éviter les vols ou les intempéries.
- Débiller rapidement les colis pour que les clients puissent accéder au magasin sans risque.
- Plier les emballages et les jeter dans une poubelle à recyclage pour que l'accès au magasin soit propre.
- Ouvrir délicatement les colis pour ne pas abimer la marchandise,
- Ranger les poubelles pour que l'accès au magasin soit propre.
- Appliquer les consignes de posture pour soulever les colis et ne pas avoir de problèmes de santé.
- Utiliser le transpalette ou un diable pour transporter les colis jusque dans le magasin afin d'éviter les problèmes de santé.

Activité 2 - Proposer un nouveau fournisseur

À partir des ressources A7, A8, et de la mobilisation de vos compétences :

2.1 Établir un tableau de comparaison des conditions commerciales des fournisseurs pour cette commande spéciale à partir des éléments suivants :

- le montant total ht avec remise éventuelle,
- les frais de port,
- les délais de livraison,
- les délais de paiement.

Items	Headu	FK
Montant total HT avec remise éventuelle	Pas de remise $(40 \times 12,38) + (35 \times 15,92)$ $= 495,20 + 557,20$ $= 1\,052,40 \text{ €}$	5% à partir de 50 produits commandés $(40 \times 11,62 \times 0,95) + (35 \times 14,94 \times 0,95)$ $= 441,56 + 496,76$ $= 938,32 \text{ €}$
Frais de port	0€ car franco à partir de 300€ d'achat HT	0€ car franco à partir de 500 d'achat HT
Délai de livraison pour cette commande	J+15 et commande exceptionnelle possible avec livraison J + 6	J+15 et commande exceptionnelle possible avec livraison J + 8
Délais de paiement	60 jours, date de facture	60 jours, date de facture

2.2 Sélectionner le fournisseur le plus pertinent à partir des attentes de Cédric Fournier. Justifier la réponse.

Les conditions commerciales du fournisseur direct FK sont plus intéressantes au niveau du :

- montant de la commande : Une remise de 5 % à partir de 50 produits commandés permet un montant total HT inférieur à celui d'Headu.
- délais de livraison plus longs de 2 jours pour des commandes exceptionnelles, mais la livraison se fera bien avant l'évènement qui a lieu dans 15 jours.
- délais de paiement identique

2.3 Justifier la possibilité pour Cédric Fournier de s'aligner sur les PV TTC de son concurrent « Sucre d'Orge ».

BCP MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE			
Option A : ANIMATION ET GESTION DE L'ESPACE COMMERCIAL			
E2 – ANALYSE ET RESOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES	SESSION 2022	CORRIGE	
C P 2206-MCVA 2 1	COEFF. 4	DURÉE : 3 heures	Page 4 sur 7

Molkky Original :

PA HT avec remise : $11,62 * 0,95 = 11,04\text{€}$

S'il applique un coefficient de 3, le PV TTC s'élève à $11,04 * 3 = 33,12\text{€}$

- Le prix de vente du concurrent est de 32,99€ TTC, il ne peut pas s'aligner sur la concurrence car le coefficient multiplicateur est de 2,988 donc inférieur à 3.
- Autre réponse possible : le prix de vente du concurrent est de 32,99€ TTC, il peut s'aligner sur la concurrence mais avec une perte de marge minime.

Mölkky Luxe :

PA HT avec remise : $14,94 * 0,95 = 14,19\text{€}$

S'il applique un coefficient de 3, le PV TTC s'élève à $14,19 * 3 = 42,57\text{€}$

Le prix de vente du concurrent est de 43,99€ TTC, donc, il peut s'aligner sur la concurrence, voir même proposer un prix plus bas. Par exemple, 42,99€.

MISSION 2 - IMPLANTER LE PRODUIT, METTRE EN SCÈNE L'OFFRE ET GÉNÉRER DU TRAFIC EN MAGASIN

Activité 3 - Implanter et mettre en scène les produits Mölkky

À partir des ressources B1, B2, B3 et de la mobilisation de vos compétences :

3.1 Sélectionner le meuble le plus adapté pour cette implantation. Justifier ce choix.

Choix du meuble n° 1 à roulettes car il est facilement déplaçable à l'extérieur, facile d'utilisation....

Accepter toute réponse cohérente.

3.2 Vérifier la capacité de stockage pour le meuble sélectionné.

Capacité de stockage : les dimensions du meuble à roulettes permettent le stockage des 60 produits

	Nbre de produits en hauteur	Nbre de produits en profondeur	Nbre de produits en longueur	Capacité stockage sur les 2 étagères
Molkky original	$40/22 = 1$	$40/10 = 4$	$120/22 = 5$	$(1*4*5)*2 = 40$
Molkky Luxe	$40/32 = 1$	$40/19 = 2$	$120/22 = 5$	$(1*2*5)*2 = 20$

3.3 Identifier des facteurs d'ambiance différents pour stimuler tous les sens clients lors de l'évènement. Justifier l'intérêt de l'utilisation de chacun de ces facteurs.

Facteurs d'ambiance sensoriels au choix :

Vue :

- ❖ Décoration du mobilier ou de la cour avec ballons, drapeaux du kit de la mairie (tout type de décorations accepté)
 - Pour embellir le mobilier/la cour
 - Pour m'identifier comme faisant partie des participants au festival de Vincennes
- ❖ Surface de jeu : sable, gravier ou faux tapis de gazon
 - Pour s'approprier le jeu Mölkky chez soi ou sur son lieu de vacances
- ❖ Parasol, chaises longues
 - Pour être dans le thème estival/vacances

Toucher : Produit Mölkky démarqué pour tester produit

Ouïe : Musique d'ambiance sur le thème des vacances, de l'été...pour rendre l'expérience client agréable

Odeur : Parfum d'ambiance type Monoï, pins... pour rendre l'expérience client agréable, lui donner envie de rester et d'acheter.

Goût : Assiette de fruits découpés, glace offerte... pour rendre l'expérience client agréable, lui donner envie de rester et d'acheter.

Accepter aussi : Toute réponse cohérente

BCP MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE			
Option A : ANIMATION ET GESTION DE L'ESPACE COMMERCIAL			
E2 – ANALYSE ET RESOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES	SESSION 2022	CORRIGE	
C P 2206-MCVA 2 1	COEFF. 4	DURÉE : 3 heures	Page 6 sur 7

Activité 4 - Proposer et communiquer sur une action commerciale génératrice de trafic client.

À partir de la ressource B4 et de la mobilisation de vos compétences :

4.1 Proposer une action éco-responsable et solidaire de manière argumentée qui tient compte des éléments suivants :

- la période estivale
- la tendance des consommateurs
- l'augmentation du trafic client en magasin.

Proposition d'une action éco-responsable et solidaire : être un point de collecte de jouets d'occasion plein air pendant l'évènement OU Collecte de jouets d'occasion plein air pendant l'évènement

- **Correspond à la période estivale :** Des jeux et jouets plein air pour répondre au thème de la période estivale et donc à l'évènement.
- **la tendance des consommateurs :** Cette action correspond à la tendance éco-responsable des consommateurs.. En effet, 94 % des parents sondés préfèrent offrir une seconde vie aux jouets de leurs enfants et 47 % d'entre eux donnent déjà soit à leur entourage, soit dons à des associations, crèches ou points de collecte.
- **l'augmentation du trafic client en magasin :** M. Fournier peut envisager de donner un bon d'achat aux clients pour générer du trafic en magasin. En effet, 95 % des mamans sondées, par l'institut de sondage Quantitude, seraient incitées à rapporter les jouets usagés en magasins si on leur offrait un bon d'achat en contrepartie.

À partir des ressources B5, B6 et de la mobilisation de vos compétences :

4.2 Identifier l'outil de communication le plus pertinent et justifier ce choix.

À partir du profil de la clientèle du magasin et des histogrammes du Baromètre Hootsuite Visionary marketing 2021, M. Fournier doit s'investir sur le réseau social Facebook afin de créer une communauté qui lui donnera une image plus moderne.

- Facebook car :

- Il est le premier réseau social utilisé quotidiennement par sa clientèle cible de femmes âgées entre 30 et 60 ans. En effet Facebook est utilisé quotidiennement par 60 % des 25-49 ans et 39 % des + de 50 ans.
- Il est aussi jugé comme l'un des plus efficaces pour toucher les clients à + de 70 %.
- Permet de diffuser des photos de manière instantanée
- Gratuit.