

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIER DU COMMERCE ET DE LA VENTE

Option A : Animation et gestion de l'espace commercial
Session 2023

ÉPREUVE E2

ANALYSE ET RÉOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES

Le dossier comporte 20 pages numérotées 1/20 à 20/20.

Assurez-vous que le dossier qui vous est remis est complet.

L'usage du dictionnaire n'est pas autorisé.

L'usage de la calculatrice avec mode examen actif est autorisé.

L'usage de la calculatrice sans mémoire « type collège » est autorisé.

N.B. : Les informations fournies dans ce sujet sont inspirées d'un cas réel dans lequel des données ont été modifiées pour des raisons de confidentialité.

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
Option A : ANIMATION ET GESTION DE L'ESPACE COMMERCIAL		
E2 – ANALYSE ET RÉOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES		
SUJET	COEFF. 4	DURÉE : 3 heures
SESSION 2022	PAGE 1 sur 20	

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL METIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE
Option A : Animation et gestion de l'espace commercial
EPREUVE E2 – Analyse et résolution de situations professionnelles

Le contexte professionnel	3
MISSION 1 - METTRE EN PLACE UN OUTIL DIGITAL INNOVANT POUR AMÉLIORER LE CONFORT D'ACHAT	4
Activité 1 – Participer à l'implantation d'un miroir interactif connecté	4
Activité 2 – Établir les commandes des modèles référencés dans le miroir interactif connecté	5
DOSSIER RESSOURCES MISSION 1	6
Ressource A1 – Réalité augmentée : le miroir interactif connecté de vêtements et d'accessoires	6
Ressource A2 – Réinventer l'expérience shopping grâce aux miroirs connectés interactifs pour la rendre divertissante	7
Ressource A3 – Plan simplifié du point de vente SO CHIC	8
Ressource A4 – E-mail du fournisseur Prêt à porter "Mes sœurs et moi"	9
Ressource A5 – Extrait du catalogue fournisseur – Collection PRINTEMPS - ÉTÉ 2023	10
MISSION 2 - CONTRIBUER À LA MISE EN PLACE D'UN NOUVEAU SERVICE PERSONNALISÉ	11
Activité 3 – Communiquer sur la mise en place d'un nouveau service	11
Activité 4 – Participer à l'évaluation et à l'analyse des performances	12
DOSSIER RESSOURCES MISSION 2	13
Ressource B1 – Prise de RDV en magasin : Kaporal s'équipe pour le déconfinement	13
Ressource B2 – Privatisation gratuite de votre magasin Promod pour une séance shopping VIP	14
Ressource B3 – Une publication Instagram efficace - Conseils et exemple	15
Ressource B4 – Agenda Réservation INSTANT VIP - Avril : Semaines 1 et 2	16
Ressource B5 – Tableau de bord des ventes réalisées sur les deux premières semaines de mise en place du service INSTANT VIP	17
Ressource B6 – Objectifs fixés par Sandrine Carrez pour la mise en place du service INSTANT VIP	18
Ressource B7 – Commentaires et avis des clients online (Instagram)	19
Ressource B7 (suite) – Commentaires et avis des clients online (Google)	20



Le contexte professionnel

SO CHIC est un magasin de proximité indépendant, situé dans le centre-ville d'Orthez, dans les Pyrénées-Atlantiques (64), en Nouvelle-Aquitaine. Madame Sandrine Carrez est la responsable depuis quatre ans et la seule salariée.

D'une superficie de 80 m², cette unité commerciale physique commercialise du prêt à porter féminin et masculin (vêtements et accessoires). Elle a un seul concurrent dans le centre-ville. Sa clientèle, très fidèle, se compose essentiellement de femmes, âgées de 40 à 80 ans, appartenant à la catégorie socio-professionnelle élevée. Elle ne communique pas encore sur les réseaux sociaux et a fait le choix de ne pas proposer de programme et de support de fidélisation.

Madame Carrez consacre beaucoup de temps à ses clients en leur apportant des conseils personnalisés. Cela contribue à la satisfaction et à la fidélisation de sa clientèle.

Depuis quelques mois, elle constate une baisse de fréquentation, une stagnation de ses ventes et de son chiffre d'affaires. De plus, en période de forte affluence en magasin (le mardi matin, le mercredi après-midi, le vendredi et le samedi), elle ne peut pas répondre à toutes les demandes et sollicitations des clients. Elle souhaite donc être davantage disponible pour ses clients afin de répondre au mieux à leur demande et améliorer leur parcours d'achat.

D'une part, madame Carrez se demande comment améliorer le confort d'achat des clients pour devenir, à terme, un commerce *phygital*. D'autre part, elle souhaite davantage personnaliser l'expérience client afin d'augmenter le trafic en magasin et dynamiser son point de vente tout en conservant la proximité avec sa clientèle fidèle.

Vous venez d'être recruté en qualité de conseiller de vente. Sandrine, la responsable, vous demande dans un premier temps, de participer à la mise en place d'un outil digital innovant en magasin. Elle vous sollicite dans un second temps pour la mise en œuvre d'un nouveau service personnalisé afin de fidéliser davantage ses clients actuels et de capter une nouvelle clientèle.

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
Option A : ANIMATION ET GESTION DE L'ESPACE COMMERCIAL		
E2 – ANALYSE ET RÉOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES		
SUJET	COEFF. 4	DURÉE : 3 heures
SESSION 2022	PAGE 3 sur 20	

MISSION 1 - METTRE EN PLACE UN OUTIL DIGITAL INNOVANT POUR AMÉLIORER LE CONFORT D'ACHAT

Le parcours client unique n'existe plus. Pour répondre aux nouveaux comportements d'achat des consommateurs, les enseignes développent des stratégies axées sur le *phygital*. Cela permet de digitaliser et virtualiser l'espace de vente.

Le magasin SO CHIC dispose d'une seule cabine d'essayage. Cela génère une attente importante lors des périodes d'affluence. Sandrine Carrez constate que ses clients ressentent une certaine pression lors de leur essayage de la part de celles qui attendent. Certaines repartent sans achat car elles n'ont pas pu essayer leur article.

Elle souhaite donc proposer à toutes ses clientes la possibilité d'essayer leur vêtement et d'avoir le temps nécessaire à leur réflexion.

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

Activité 1 - Participer à l'implantation d'un miroir interactif connecté

Sandrine Carrez a repéré chez certaines enseignes de prêt-à-porter un nouvel outil digital proposé à la clientèle : le miroir interactif connecté. Elle vous demande d'analyser l'intérêt de mettre en place cet outil pour vérifier la pertinence de réaliser un tel investissement.

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

1.1 Indiquer deux avantages et deux inconvénients pour le client et deux avantages et deux inconvénients pour l'entreprise de l'implantation d'un miroir interactif connecté.

Votre responsable décide donc d'investir dans un miroir interactif connecté. Elle vous demande de la conseiller pour déterminer le lieu de son implantation dans le point de vente. Elle vous indique qu'elle désire optimiser l'espace de vente et ne pas centraliser l'essayage dans le petit salon. De plus, elle souhaite que le miroir soit visible de la vitrine pour susciter la curiosité et inciter les clients à entrer.

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

1.2 Déterminer, en tenant compte des recommandations de votre responsable, le lieu d'implantation du miroir interactif connecté dans l'espace de vente. Justifier votre réponse.

Sandrine Carrez a reçu le miroir interactif connecté. Elle souhaite dans un premier temps réaliser une phase de test sur seulement une partie de son assortiment. L'expérience portera sur des nouveaux produits de la collection Printemps-Été 2023. Pour configurer ce nouvel outil, votre responsable a sélectionné les modèles qu'elle devra prendre en photos pour les intégrer dans le miroir interactif connecté : les robes courtes et les robes longues. Elle souhaite que ces deux modèles soient mis en avant dans le point de vente et qu'ils soient rapidement identifiés par la clientèle.

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

1.3 Proposer une implantation dans le magasin des deux modèles intégrés dans le miroir interactif connecté. Justifier votre réponse.

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
Option A : ANIMATION ET GESTION DE L'ESPACE COMMERCIAL		
E2 – ANALYSE ET RÉOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES		
SUJET	COEFF. 4	DURÉE : 3 heures
SESSION 2022	PAGE 4 sur 20	

Activité 2 - Établir les commandes des modèles référencés dans le miroir interactif connecté

Le miroir interactif connecté permet de guider la clientèle. Elle pourra visualiser le modèle dans la taille et le coloris de son choix.

Habituellement, Sandrine Carrez commande chaque modèle dans toutes les tailles et chaque taille dans tous les coloris. Pour cette phase de test, seul un exemplaire et un seul coloris par taille seront proposés pour essayage. En effet, les deux modèles sélectionnés pour référencement dans le miroir seront uniquement disponibles sur commande en magasin par manque de place dans la réserve et pour limiter les coûts d'achat.

Chaque modèle sera commandé en 10 tailles (du 34 au 52). Sandrine Carrez doit prendre les modèles en photo, les 10 coloris devront donc être disponibles en magasin.

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

2.1 Préparer la commande de robe courte et de robe longue : les modèles à sélectionner et les quantités à commander.

2.2 Déterminer le prix de vente de la robe courte et celui de la robe longue en appliquant un coefficient multiplicateur de 2,10.

Détailler vos calculs et arrondir à deux chiffres après la virgule.

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
Option A : ANIMATION ET GESTION DE L'ESPACE COMMERCIAL		
E2 – ANALYSE ET RÉOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES		
SUJET	COEFF. 4	DURÉE : 3 heures
SESSION 2022	PAGE 5 sur 20	

DOSSIER RESSOURCES MISSION 1

Ressource A1 - Réalité augmentée : le miroir interactif connecté de vêtements et d'accessoires

L'essayage interactif et connecté va révolutionner nos habitudes de consommation et notre expérience du shopping offline. Grâce à la réalité augmentée, il n'est désormais plus nécessaire de toucher le produit physiquement pour l'essayer.

Pour essayer le miroir interactif connecté de vêtements et d'accessoires de mode, il suffit de vous placer devant la caméra et de sélectionner les produits sur l'interface d'un écran uniquement en bougeant les bras et les mains dans l'espace. L'application utilisant la réalité augmentée va automatiquement placer l'objet 3D essayé virtuellement sur vous (à l'écran) et vous pourrez ainsi le visualiser sous tous les angles et en temps réel. Bougez, tournez, avancez, reculez, l'objet essayé vous suit à la trace.

Cette cabine d'essayage du futur permet d'essayer des sacs à main, des robes, des lunettes, des ceintures, des pantalons, etc.

Ce type de cabine dans les magasins vient en complément des cabines traditionnelles pour éviter de faire la queue pendant les soldes par exemple et pour nous permettre d'avoir un premier aperçu et ce, sans perdre de temps. Des « miroirs d'essayage » pour pallier à l'attente et à la gêne provoquée par l'essayage dans le secteur du prêt à porter.

Mais cela nécessite d'équiper et de former le personnel à la maîtrise des nouvelles technologies afin d'optimiser les outils numériques mis en place. Les vendeurs commencent à être équipés de tablette, cela permet de faciliter le choix du client grâce à des conseils personnalisés. S'assurer de la maîtrise des nouvelles technologies, des vendeurs, afin d'optimiser les outils numériques mis en place.

La phygitalisation augmente ainsi la possibilité des magasins d'interagir avec ses consommateurs et apporte une nouvelle dimension dans la théâtralisation de son espace.



D'après <https://www.actinnovation.com/innovation-technologie/realite-augmentee-la-cabine-dessayage-virtuel-de-vetements-et-daccessoires-1913.html> et <https://mbamci.com/phygital-avantages-parcours-client>

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
Option A : ANIMATION ET GESTION DE L'ESPACE COMMERCIAL		
E2 – ANALYSE ET RÉOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES		
SUJET	COEFF. 4	DURÉE : 3 heures
SESSION 2022	PAGE 6 sur 20	

Ressource A2 - Réinventer l'expérience shopping grâce aux miroirs connectés interactifs pour la rendre divertissante

Il était une fois, un miroir magique..., qui vous guide dans votre shopping et vous conseille, ça fait rêver non ? Que vous soyez un(e) shopping-addict ou non, vous trouverez agréable de ne pas avoir à vous rhabiller en vitesse pour aller chercher une autre taille... surtout si elle n'est finalement plus disponible... #frustration

Le e-commerce a bouleversé nos modes de vie. Nous sommes à la recherche de ce qu'il y a de plus simple, plus rapide et divertissant. [...] Depuis quelques années déjà, émergent des concepts très intéressants ; comme, entre autres, l'essayage 2.0. [...]

Il existe une autre approche en termes d'essayage dans le retail, moins intimiste celle-ci, qui utilise des miroirs se trouvant dans les rayons. Ce dispositif a pour but d'aider les clients à déterminer quels styles et quelles couleurs leur vont le mieux d'une façon divertissante : les miroirs superposent les vêtements sur l'image du client à l'écran. Les clients peuvent ainsi se voir dans une nouvelle tenue sans changer de vêtements, sans passer par la cabine d'essayage. Ces miroirs interactifs connectés offrent un gain de temps considérable, en donnant accès quasi immédiatement à des centaines de produits en un seul lieu.

Vous désirez une autre couleur ? une autre taille ? Pas de problème, vous avez juste à toucher l'écran et sélectionner ce que vous désirez. Il existe différentes extensions de services à proposer à la clientèle pour personnaliser davantage l'expérience shopping. [...] Le client pourra, par exemple, sauvegarder sa session shopping en rentrant son numéro de téléphone, il recevra ensuite un lien qui lui permettra de retrouver les articles essayés. Il peut également conserver un historique des achats. [...]

Cette technologie est soucieuse de satisfaire le consommateur et les marques car pour les marques, le graal*, c'est la collecte de données et l'amélioration de l'expérience d'achat.

Le "miroir interactif connecté" livre des indicateurs de performances :

- La popularité des produits : la détection automatique permet d'identifier les produits les plus essayés et les ventes finalement réalisées.
- La mesure du temps passé en cabine, du taux de transformation. [...]
- Les ventes additionnelles générées grâce à la logique de « push » c'est-à-dire proposer des produits en complément de celui initialement choisi par le client.
- L'identification des heures de trafic en cabine d'essayage et la planification des équipes en conséquence.

L'essayage est un moment clé du shopping. C'est une étape précieuse qui différencie l'achat in store de l'achat sur internet, qu'il ne faut pas négliger. Il permet non seulement de voir si un produit nous va, de savoir si on se sent bien dans un vêtement, mais aussi de collecter des données précieuses. [...]

[...] Gadget ou valeur ajoutée ? Intelligence artificielle, vitrines, bornes et cabines d'essayage interactives, casques de réalité virtuelle, reconnaissance faciale... L'expérience client devient ludique. Le risque est de confondre service et gadget. Ces technologies ne peuvent évidemment pas s'appliquer partout au risque de produire l'effet « too much » et un rejet de la part du consommateur. L'obligation de donner des informations personnelles (numéro de téléphone, taille) pour accéder au service peut constituer un frein pour certains clients. [...]

* un objectif difficile à atteindre, voire impossible à réaliser.

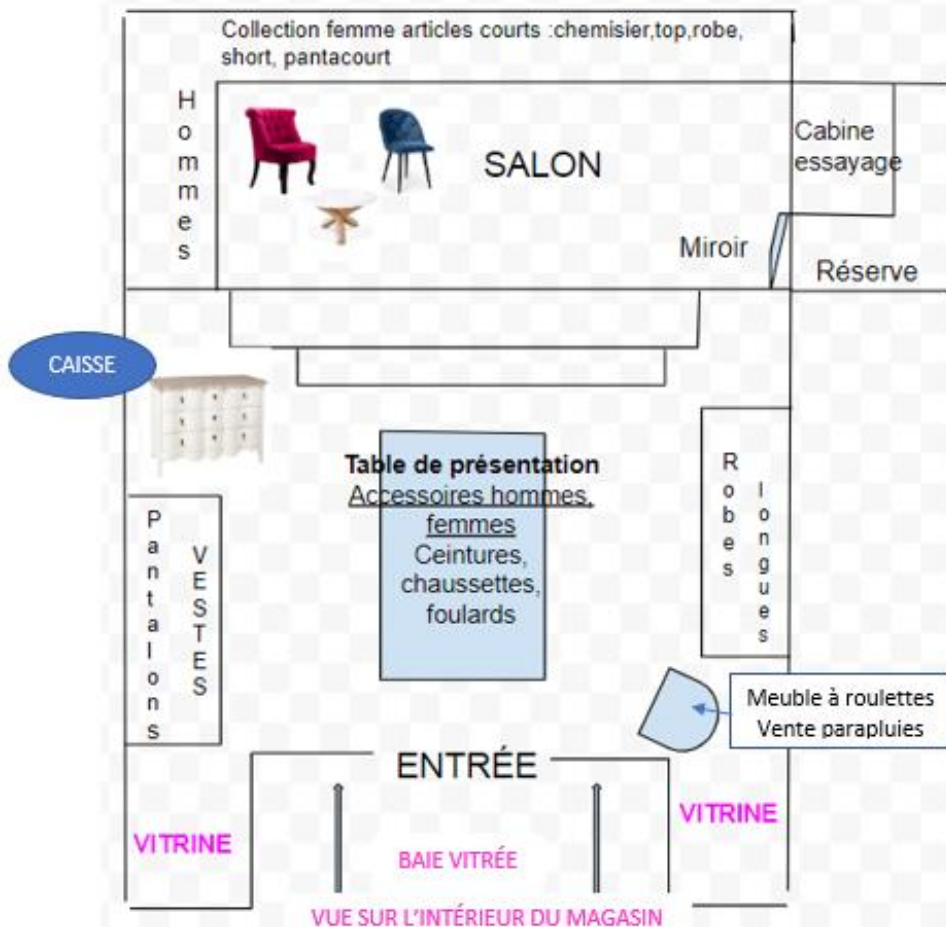
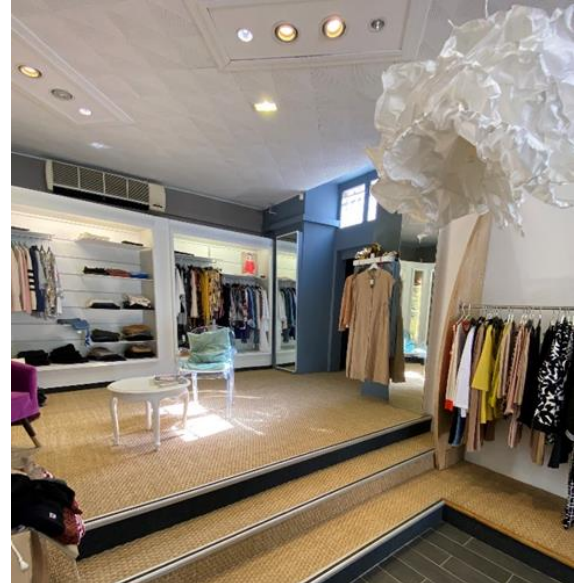
D'après <https://mbamci.com/miroir-interactif-shopping/> et <https://mbamci.com/e-commerce-et-boutique-physique>

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
Option A : ANIMATION ET GESTION DE L'ESPACE COMMERCIAL		
E2 – ANALYSE ET RÉOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES		
SUJET	COEFF. 4	DURÉE : 3 heures
SESSION 2022	PAGE 7 sur 20	

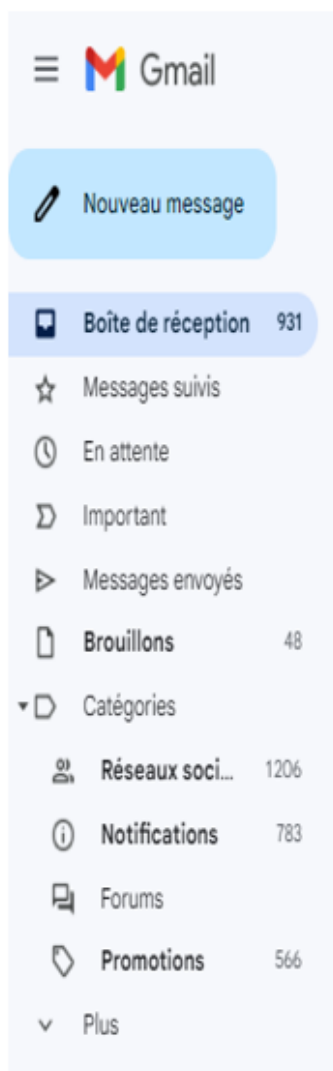
Ressource A3 - Plan simplifié du point de vente SO CHIC



SALON : au fond du point de vente, devant la cabine d'essayage, possibilité de s'asseoir pour les clients.



Source : les auteurs



MesSœursetMoi@gmail.com

A : Sandrine Carrez <SOCHIC@gmail.com>

OBJET : Commande Collection Eté 2023

Bonjour Madame Carrez,

Suite à votre visite sur notre showroom, vous trouverez ci-joint un extrait du catalogue des produits que vous avez sélectionnés pour votre nouvelle collection été 2023.

Pour cette collection, Betty Barclay, tous nos modèles sont disponibles en 10 coloris : 5 couleurs unies et 5 motifs fantaisies.

Comme d'habitude, les produits sont présentés de la taille 34 à 52 donc 10 tailles disponibles.

Pour cette nouvelle collection, Betty Barclay impose, dans le cadre de sa politique commerciale, que tous les coloris soient disponibles en point de vente pour que les clientes visualisent au mieux les différents motifs.

Pour rappel, les modèles version longue ont un prix majoré de 9% par rapport au produit existant en version courte.

Pour toute question, n'hésitez pas à nous contacter.

Dans l'attente de votre prochaine commande.

Très cordialement.
Emmanuel

Source : interne

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
Option A : ANIMATION ET GESTION DE L'ESPACE COMMERCIAL		
E2 – ANALYSE ET RÉOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES		
SUJET	COEFF. 4	DURÉE : 3 heures
SESSION 2022	PAGE 9 sur 20	

BETTY BARCLAY

NOUVELLE COLLECTION ETE 2023

MES
SŒURS
& moi
Outlet



Robe longue
réf : 2001RL



Top long
réf : 3100TL



Pantalon
réf : 5222PL



Robe courte
réf : 2001RC
Prix HT : 85 €



Top court
réf : 3100TC
Prix HT : 48 €



Pantacourt
réf : 5222 PC
Prix HT : 71 €

-  **NOIR**
-  **VERT POMME**
-  **VERT TREILLIS**
-  **BLANC**
-  **ROUGE**
-  **ZEBRE**
-  **LIGNES**
-  **FLEURS**
-  **VAGUES**
-  **FEUILLES**

*Modèles
proposés
du 34 au
52*

TOUS LES MODELES SONT DISPONIBLES EN 10 COLORIS
(5 motifs unis et 5 motifs fantaisies)

Source : les auteurs

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
Option A : ANIMATION ET GESTION DE L'ESPACE COMMERCIAL		
E2 – ANALYSE ET RÉOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES		
SUJET	COEFF. 4	DURÉE : 3 heures
SESSION 2022	PAGE 10 sur 20	

MISSION 2 : CONTRIBUER À LA MISE EN PLACE D'UN NOUVEAU SERVICE PERSONNALISÉ

Sandrine Carrez a tissé des liens privilégiés avec sa clientèle depuis quatre ans. En effet, elle consacre beaucoup de temps à ses clients pour les conseiller et est très attentive à leurs attentes. Cependant, les jours d'affluence, tels que le mardi matin (jour de marché où la fréquentation du magasin est importante), le mercredi après-midi, le vendredi en fin d'après-midi et le samedi, elle est beaucoup sollicitée et ne peut pas répondre à toutes les demandes. Elle regrette de ne pouvoir proposer à chacune de ses clients la même attention et une qualité de service irréprochable.

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

Activité 3 – Communiquer sur la mise en place d'un nouveau service

Soucieuse de proposer une expérience d'achat identique pour toutes ses clients, votre responsable s'interroge sur la manière de réguler les flux de clientèle. Elle a repéré dans la presse spécialisée l'émergence d'un nouveau concept qui pourrait résoudre son problème : réserver son point de vente pour des sessions *shopping* individuelles ou collectives. Durant ces sessions *shopping*, elle proposera ses services de *Personal shopper* (conseiller personnel).

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

3.1 Indiquer trois raisons pour l'entreprise de proposer le service *Personal shopper* : réservation et privatisation du point de vente.

Votre responsable décide de mettre en place ce service et de le nommer *INSTANT VIP* : privatiser sa boutique pour ses clientes et clients pour réaliser un *shopping* en toute intimité et pour bénéficier des conseils avisés de Sandrine Carrez. Elle va proposer des sessions *shopping* gratuites individuelles *INSTANT VIP* 1h ou collectives *INSTANT VIP C* 2h.

À partir du 15 mars, les clients auront la possibilité de prendre rendez-vous à distance (par téléphone ou en ligne via un lien de réservation sur son agenda numérique) ou lors de leur visite en magasin. L'*INSTANT VIP* sera proposé à partir du 1er avril.

Sandrine Carrez a décidé dans un premier temps de privilégier les créneaux en dehors des horaires habituels d'ouverture du magasin (ouvert du mardi au samedi, de 9h à 12h et de 14h à 19h) et d'élargir les possibilités de réservation sur certains créneaux où le magasin est normalement ouvert au public mais qui génèrent peu de fréquentation.

Pour informer la clientèle de la mise en œuvre de ce nouveau service, votre responsable qui utilise depuis peu les réseaux sociaux pour son activité commerciale, choisit de communiquer sur Instagram.

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

3.2 Rédiger les éléments de la publication Instagram qui annonce la mise en place du nouveau service *INSTANT VIP*.

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
Option A : ANIMATION ET GESTION DE L'ESPACE COMMERCIAL		
E2 – ANALYSE ET RÉOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES		
SUJET	COEFF. 4	DURÉE : 3 heures
SESSION 2022	PAGE 11 sur 20	

Activité 4 - Participer à l'évaluation et à l'analyse des performances

Le service INSTANT VIP est en place depuis le 1er avril 2023. En deux semaines, de nombreuses réservations ont été réalisées. Sandrine Carrez vous demande d'analyser les performances commerciales du nouveau service proposé. Elle vous indique par ailleurs que le panier moyen est de 119 €.

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

4.1 Calculer les indicateurs commerciaux suivants pour les deux premières semaines du mois d'avril :

- La part des nouveaux clients ;
- La part des sessions INSTANT VIP 1h et des sessions INSTANT VIP C 2h ;
- Le chiffre d'affaires généré par les INSTANT VIP 1h et les INSTANT VIP C 2h ;
- Le chiffre d'affaires total ;
- Le panier moyen ;
- Le taux d'évolution du chiffre d'affaires total entre la semaine 1 et 2.

Détailler vos calculs et arrondir à deux chiffres après la virgule.

4.2 Commenter les résultats.

Sandrine Carrez a mis en place ce service pour dynamiser son point de vente et proposer une expérience client novatrice afin de se démarquer de ses concurrents et d'attirer une nouvelle clientèle. Elle a investi beaucoup de son temps pour garantir des créneaux horaires de prise de rendez-vous variés. En effet, elle a élargi, pendant deux semaines, son activité sur des horaires où le point de vente est normalement fermé. Elle se demande si la mise en place du service répond aux objectifs qu'elle s'est fixés.

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

4.3 Comparer les résultats obtenus aux objectifs fixés.

4.4 Formuler des préconisations concernant les jours et créneaux horaires à favoriser.

Votre responsable a échangé avec ses clientes et clients concernant leur expérience lors de leur rendez-vous VIP. Elle a recueilli un certain nombre d'avis. La clientèle masculine est ravie de pouvoir essayer en toute tranquillité sans le regard des autres clientes et leurs femmes sont contentes de partager un moment privilégié pour accompagner leur mari dans leurs achats. Elle a aussi collecté des commentaires sur le compte Instagram et des avis Google. Elle vous demande de vérifier si ce service est attractif auprès de la clientèle et s'il correspond à leurs attentes.

À partir de la ressource B7 et de la mobilisation de vos compétences :

4.5 Repérer deux points forts et deux axes d'amélioration du service INSTANT VIP en tenant compte des commentaires et avis clients.

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
Option A : ANIMATION ET GESTION DE L'ESPACE COMMERCIAL		
E2 – ANALYSE ET RÉOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES		
SUJET	COEFF. 4	DURÉE : 3 heures
SESSION 2022	PAGE 12 sur 20	

DOSSIER RESSOURCES MISSION 2

Ressource B1 – Prise de rendez-vous en magasin : Kaporal s'équipe pour le déconfinement

La crise sanitaire a bousculé les habitudes de consommation client et les conditions d'accueil en magasin. Pour que le shopping reste une expérience agréable, tout en garantissant la sécurité des clients et des collaborateurs, la prise de rendez-vous en magasin apparaît comme l'un des services les mieux adaptés.

Prise de rendez-vous en magasin : un contact privilégié avec vos clients

La prise de rendez-vous en magasin est un moment de conseil personnalisé apprécié par les clients. Ce service est très démocratisé aux Etats-Unis et en Angleterre et poursuit son expansion en France. Il se décline sur toutes les verticales du retail* : mode, grands magasins, articles de maison, articles de sport...

La prise de rendez-vous en magasin est un service qui présente des avantages à plusieurs niveaux :



- Client : Sentiment d'exclusivité via des conseils personnalisés,
- Enseigne : Enrichissement de l'expérience d'achat avec la marque,
- Vendeurs : Augmentation de la valeur du panier et du taux de fidélité des clients avec qui se nouent des relations interpersonnelles

La prise de rendez-vous en magasin : gérer le flux de visiteurs en boutique

Entièrement personnalisable en fonction des caractéristiques propres à votre enseigne, il est possible d'envisager différents scénarios :

- Le client est seul avec le vendeur,
- Des créneaux spécifiques sont réservés aux personnes âgées ou fragiles,
- Un espace dédié dans le magasin est réorganisé pour recevoir plusieurs personnes simultanément

1 Type de rendez-vous

 Shopping solo 30 minutes	 Shopping en groupe 60 minutes
--	--

2 Magasin

3 Date & Créneau horaire

* Commerce de départ

D'après : www.onestock-retail.com/fr/blog/omnicanal-prise-de-rdv-en-magasin

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
Option A : ANIMATION ET GESTION DE L'ESPACE COMMERCIAL		
E2 – ANALYSE ET RÉOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES		
SUJET	COEFF. 4	DURÉE : 3 heures
SESSION 2022	PAGE 13 sur 20	

Ressource B2 - Privatisation gratuite de votre magasin Promod pour une séance shopping VIP

Vous avez toujours rêvé de profiter d'une séance de shopping privée avec le magasin uniquement pour vous ? Un conseiller à vos côtés et totalement à votre écoute pour des conseils personnalisés ? Un peu comme dans les films ? Et si nous vous disions que vous pouvez réaliser ce rêve avec la privatisation de votre magasin Promod, et gratuitement en plus ?

C'est une nouveauté ! Vous pouvez profiter de la privatisation de votre magasin Promod, et cela, gratuitement. Un bon moyen de faire du shopping entre amies en toute tranquillité. Vous pouvez prendre le temps de choisir les vêtements qui vous plaisent, de les essayer dans la cabine d'essayage sans faire la queue ou risquer de vous faire piquer votre cabine entre deux essais.

Et pour que le rendez-vous soit vraiment parfait, vous pouvez demander l'intervention d'une vendeuse ou un vendeur expérimenté(e) qui saura vous conseiller en fonction de vos goûts, de votre morphologie et de votre colorimétrie. Ce n'est pas un relooker, mais une conseillère/er qui a l'œil pour déduire ce qui vous conviendra.

Venez avec vos amies pour partager un moment en toute amitié. Cela peut-être aussi une surprise, un anniversaire, pour une maman après son accouchement ou tout événement à célébrer.

Privatisation de votre magasin Promod : pourquoi en profiter ?

Ce bon plan est vraiment une bonne idée. Vous serez conseillé avec bienveillance. Cela peut s'avérer particulièrement réconfortant quand vous vous décidez à trouver le style qui vous convient vraiment, si après un changement de morphologie vous êtes perdu dans la façon de vous vêtir... Vous ressortirez de votre séance le sourire aux lèvres et une confiance en vous plus forte.

Comment profiter de cette séance de shopping privée et gratuite ?

Rien de plus simple, vous devez réserver la séance par téléphone dans le Promod de votre choix. Elles se déroulent avant l'ouverture des magasins donc de 8 h à 9 h. Profitez d'une heure consacrée uniquement à vous et à votre look entouré d'un professionnel.



Source : <https://www.paris-friendly.fr/privatisation-magasin-promod-gratuitement.html>

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
Option A : ANIMATION ET GESTION DE L'ESPACE COMMERCIAL		
E2 – ANALYSE ET RÉOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES		
SUJET	COEFF. 4	DURÉE : 3 heures
SESSION 2022	PAGE 14 sur 20	

Ressource B3 - Une publication Instagram efficace - Conseils et exemple



Pour capter tout de suite l'attention de nos lecteurs, je vous conseille de :

Présenter le contexte de la publication dès la première phrase. Cela permet d'encourager nos followers à poursuivre leur lecture pour en savoir plus sur la nature de notre photo ;

Sélectionner les bons hashtags et de les mentionner en bas dans votre texte pour ne pas gêner la lecture du post (pas plus de 10) ;

Susciter l'engagement de notre communauté pour encourager les réponses, les commentaires (poser par exemple une question en fin de post) ;

Créer un sentiment d'urgence, la peur de rater quelque chose. Il s'agit d'une excellente accroche pour susciter l'engouement pour notre post ;

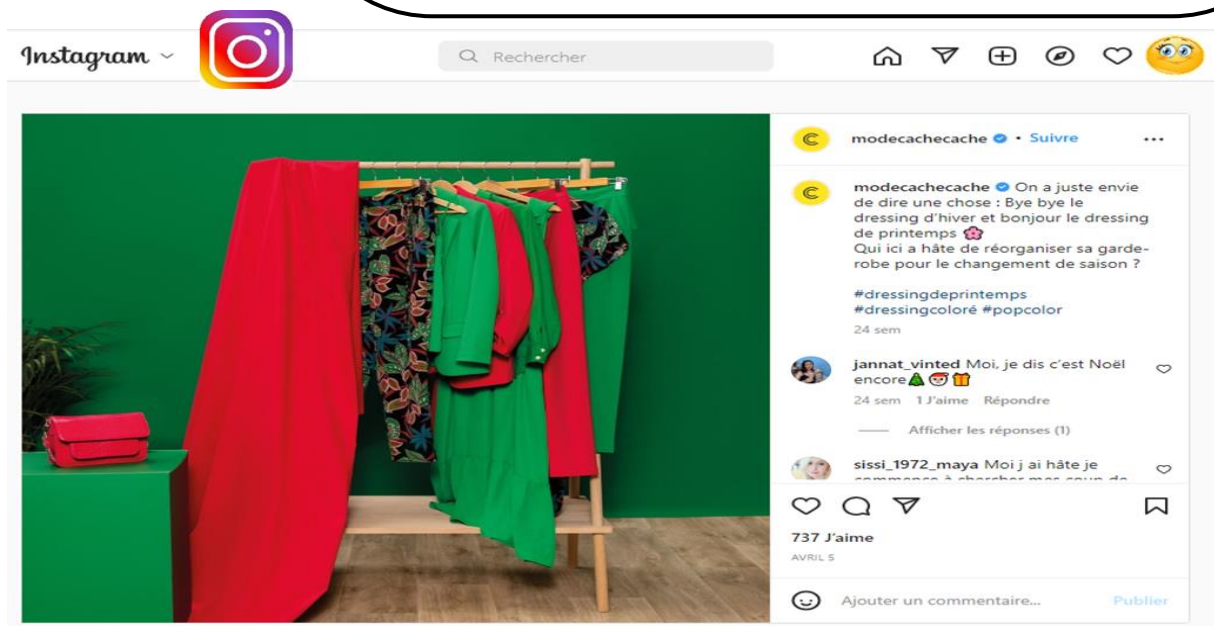
Publier un ou plusieurs visuels/photos ;

Intégrer un *call to action* pour inciter nos lecteurs à effectuer une action (commenter, liker, suivre le compte, cliquer sur un lien) ;

Soigner la forme de la publication : soyez créatif et utilisez des émoticônes pour rajouter de la couleur et du dynamisme à votre texte ;

Être concis : message court ;

Adapter votre style rédactionnel à notre cible clientèle.



D'après : <http://www.redacteur.com/blog/conseils-redaction-publications-instagram> ; <https://fionapicoli.fr/ecrire-bonnes-publications-instagram> ; Instagram Cache-Cache

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
Option A : ANIMATION ET GESTION DE L'ESPACE COMMERCIAL		
E2 – ANALYSE ET RÉOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES		
SUJET	COEFF. 4	DURÉE : 3 heures
SESSION 2022	PAGE 15 sur 20	

Ressource B4 - Agenda Réservation INSTANT VIP - Avril : semaines 1 et 2

		LUNDI	MARDI	MERCREDI	JEUDI	VENDREDI	SAMEDI
SEMAINE 1	9h-10h	RDV VIP Mme Laurence				RDV VIP Mme François	
	10h-12h						
	12h-14h	RDV VIP 12h MME ROSE			RDV VIP 13h Mme Delpech		
	14h-16h		RDV VIP C Mme Viellot MME CHABERT MME IRRIGOY				
	16h-19h						
	19h-20h					RDV VIP M. Léonce	

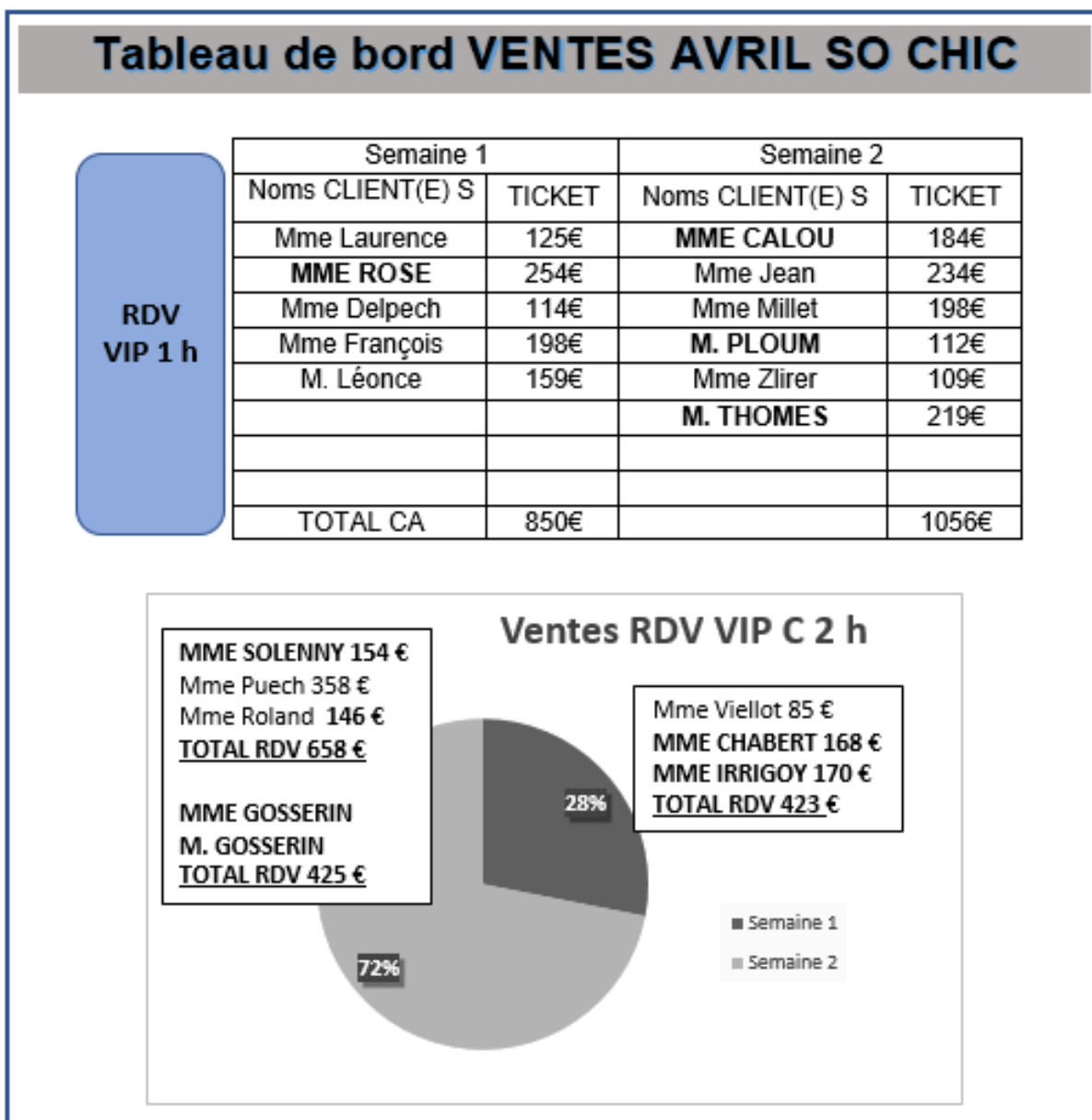
		LUNDI	MARDI	MERCREDI	JEUDI	VENDREDI	SAMEDI
SEMAINE 2	9h-10h			RDV VIP Mme Millet		RDV VIP Mme Zlirer	
	10h-12h				RDV VIP M. PLOUM		
	12h-14h	RDV VIP 12h MME CALOU					
	14h-16h	RDV VIP C MME SOLENNY Mme Puech Mme Roland			RDV VIP C MME GOSSERIN M. GOSSERIN		
	16h-19h						
	19h-20h	RDV VIP Mme Jean				RDV VIP M. THOMES	

	Boutique privatisée pour les RDV VIP
	Créneau fermé à la réservation RDV VIP
	Horaire d'ouverture habituel, possibilité de s'inscrire pour un RDV VIP
NOM CLIENT MAJUSCULE	nouveau client
Nom Client Minuscule	client fidèle
	RDV VIP individuel 1h
	RDV VIP C collectif 2h

Source : interne

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
Option A : ANIMATION ET GESTION DE L'ESPACE COMMERCIAL		
E2 – ANALYSE ET RÉOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES		
SUJET	COEFF. 4	DURÉE : 3 heures
SESSION 2022	PAGE 16 sur 20	

Ressource B5 – Tableau de bord des ventes réalisées sur les deux premières semaines de mise en place du service INSTANT VIP



NOM CLIENT MAJUSCULE	nouveau client
Nom Client Minuscule	client fidèle
	RDV VIP individuel 1h
	RDV VIP C collectif 2h

Source : les auteurs

Ressource B6 – Objectifs fixés par Sandrine Carrez pour la mise en place du service INSTANT VIP



Ouvrir pour des RDV VIP en dehors des horaires d'ouverture doit être rentable : je me fixe 500 euros de CA le lundi et 119 € pour le créneau de 19h à 20h en semaine.


La mise en place du service INSTANT VIP doit me permettre d'attirer une nouvelle clientèle (au moins 2 nouveaux clients par semaine).

J'attends aussi une augmentation de 20 % du panier moyen.

Source : les auteurs

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
Option A : ANIMATION ET GESTION DE L'ESPACE COMMERCIAL		
E2 – ANALYSE ET RÉOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES		
SUJET	COEFF. 4	DURÉE : 3 heures
SESSION 2022	PAGE 18 sur 20	

Ressource B7 - Commentaires et avis des clients online (Instagram)



So chic 64 · Follow
8 bd des Pommes 64300 Orthez

So chic 64 Venez découvrir la nouvelle collection Printemps ! Profitez des beaux jours. Peu de temps pour essayer ? Utilisez notre miroir interactif connecté ! Testez différents coloris... .. more
View all 3 comments

Calou Moment convivial passé entre copines. Miroir interactif connecté trop génial. Magasin moderne et propre. Mais quel dommage de ne pas pouvoir, après ce moment en magasin, acheter sur votre page Instagram et se faire livrer à la maison.

Rose Pourquoi ne pas mettre plus régulièrement des photos de la nouvelle collection ou quelques vidéos des séances shopping privatisées sur Instagram ou Facebook ? Ce serait génial !

Laurence C'est super. je ne travaille pas le lundi. J'ai donc pu privatiser le magasin. Très bons conseils de Sandrine. Merci. A refaire.

Add a comment...
35 days ago

65

Source : les auteurs

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
Option A : ANIMATION ET GESTION DE L'ESPACE COMMERCIAL		
E2 – ANALYSE ET RÉOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES		
SUJET	COEFF. 4	DURÉE : 3 heures
SESSION 2022	PAGE 19 sur 20	

Ressource B7 (suite) - Commentaires et avis des clients online (Google)

So Chic Détente

8 Bd des Pommes, Orthez

4,9 ★★★★★ 13 avis

Les avis n'ont pas été validés. ⓘ

Avis les plus pertinents

Les plus récents

Les meilleurs

Les moins bons



Johann Albisser

Local Guide · 26 avis · 5 photos

★★★★★ il y a un an

Magnifique boutique 😊😊😊 gérante au petit soin de ses client(es) vraiment top
Visité en février 2021



J'aime



Large Marc

4 avis · 3 photos

★★★★★ il y a un an

La meilleure conseillère en relooking !
Visité en septembre 2021



2



Maxime Goursolle

2 avis

★★★★★ il y a 3 ans

Très bon accueil, belles collections et belle décoration intérieure.



J'aime



Maryse Foudrin

1 avis

★★★★ il y a 2 semaines

Je travaille tous les jours de la semaine, mes amies aussi, sauf le week-end. Dommage que l'on ne puisse pas réserver le magasin le samedi après-midi !



J'aime



Bernard GALULA

Local Guide · 224 avis · 1 999 photos

★★★★★ il y a un an

Un lieu de détente très agréable avec un choix de produits chics et intemporels
Visité en septembre 2020



J'aime

Source : Avis Google – So chic

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
Option A : ANIMATION ET GESTION DE L'ESPACE COMMERCIAL		
E2 – ANALYSE ET RESOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES		
SUJET	COEFF. 4	DURÉE : 3 heures
SESSION 2023	PAGE 20 sur 20	