

## Activité 1 – Évaluer de la démarque connue

### 1.1 Identifier les produits qui ne correspondent pas aux exigences du fournisseur « Le chocolat des français » au premier juin et justifier votre choix.

ETAT DES STOCKS				
MOUVEMENTS				
CLIENTS ET FOURNISSEURS				
INFORMATIONS				
Du 01/01 au 31/05 2023		Fournisseur Le chocolat des francais		RECHERCHER
	Quantités vendues	Chiffre d'affaires TTC	Date de Durabilité Minimale relevée	Stock final
Chocolat au lait, caramel sel de Guérande	135	810€	15/08/2023	12
Chocolat au lait et aux amandes	115	690€	15/08/2023	11
Chocolat au lait et éclats d'amandes	152	912€	10/06/2023	10
Chocolat au lait tendre	102	612€	31/07/2023	04
Chocolat bio de Pâques	15	90€	30/06/2023	40
Chocolat noir 71 % de cacao	186	1116€	15/08/2023	12*
Chocolat noir aux éclats de cacao	75	450€	31/07/2023	02
Chocolat Saint Valentin	6	36€	15/06/2023	14
Chocolat à croquer lait et éclats de noisettes, Napoléon	124	744€	15/06/2023	11
Chocolat au lait croustillant au riz et quinoa soufflés	64	384€	10/08/2023	12
Chocolat au lait, écorces d'orange	118	708€	15/07/2023	15
Chocolat noir et noisettes	92	552€	15/08/2023	10

  

Inventaire en date du	01/06/2023	Supprimer l'article	Modifier l'article	Ajouter un article
TOTAL STOCK FINAL		NOTES POUR LES ARTICLES		
153 PRODUITS		PAHT 3€		
		PVTTC IMPOSÉ 6€		
		TVA 20%		
		*emballages abimés		
Supprimer le mouvement		Fermer		
Modifier le mouvement		Enregistrer les notes		
Ajouter un mouvement				

#### Commentaire argumenté

Les produits avec une DDM inférieure à un mois Nous sommes début juin et les deux produits suivants périssent dans moins d'un mois.

- Chocolat au lait et éclats d'amandes (10)
- Chocolat à croquer lait et éclats de noisettes, Napoléon (11)

Les produits hors saison (événements calendaires incohérents avec la période)

- Chocolat bio de Pâques (40)
- Chocolat Saint Valentin (14)

Les produits dont le stock est inférieur à 5 (

- Chocolat au lait tendre (4)
- Chocolat noir aux éclats de cacao (2)

Les produits dont l'emballage est abimé

- Chocolat noir 71% de cacao (12)

Soit un total de 93 tablettes à démarquer

**1.2 Calculer le taux de démarque connue hors taxe des produits de la marque « Le chocolat des français » au premier juin. Commenter les résultats.**

93 produits à démarquer

Taux de démarque connue :  $CAHT \text{ de la démarque} / CA \text{ HT Total} \times 100$

CAHT :  $7104 / 1.20 = 5920 \text{€ HT}$

PVHT =  $6 / 1.20 = 5.00 \text{€}$

CAHT de la démarque connue :  $5 \times 93 = 465,00 \text{€}$

Taux de démarque connue :  $(465 / 5920) \times 100 = 7,85\%$

Ce taux de démarque est largement supérieur à la moyenne nationale (1,3 à 1,5%).

**1.3 Citer deux actions à mettre en place pour aider Élodie Ronceret à obtenir son label « green economy ».**

Pour obtenir le label *green economy* Élodie Ronceret peut:

- Pratiquer le stickage
- Faire des dons
- Être plus vigilante sur la gestion de ses stocks
- Optimiser les commandes

*Accepter toutes réponses cohérentes*

**1.4 Calculer le chiffre d'affaires hors taxe et la marge dégagée pour chaque opération. Arrondir à 2 décimales**

**Calcul :**

93 produits à démarquer

	Offre 2 produits achetés le 3 <sup>ème</sup> à 1€ (93/3= 31 lots)	Réduction de 30% sur chaque produit
Prix TTC de l'offre	$6 \text{€} \times 2 + 1 \text{€} = 13 \text{€}$ le lot des 3 tablettes	$6 \text{€} \times 0.70 = 4,20 \text{€}$
CA TTC dégagé	$31 \times 13 = 403 \text{€}$	$4,20 \text{€} \times 93 = 390,60 \text{€}$
CA HT	$403 / 1,20 = 335,83 \text{€}$	$390,60 / 1,20 = 325,50 \text{€}$
Coût d'achat	$3 \times 3 = 9 \text{€}$ le lot $9 \times 31 = 279 \text{€}$	$3 \times 93 = 279 \text{€}$
Marge totale dégagée	$335,83 - 279 = 56,83 \text{€}$	$325,50 - 279 = 46,50 \text{€}$

**1.5 Repérer l'action la plus rentable pour le point de vente et justifier votre choix.**

L'action la plus rentable est « 2 produits achetés, le troisième à 1€. La marge dégagée est supérieure à la réduction de 30% (vente à l'unité). En vendant par lot de 3, le déstockage est plus rapide.

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		
SUJET	COEFF. 4	DURÉE : 3 heures
SESSION 2023	PAGE 2 sur 6	

## Activité 2 – Établir les commandes d'un produit

2.1 Calculer le nombre de coffrets à commander pour approvisionner le point de vente. Arrondir à l'entier supérieur.

Nombre de coffrets à commander :  $352 \times 1,15 = 404,8$  donc 405 coffrets

2.2 Calculer, pour chaque fournisseur :

- Le nombre de coffrets à commander ;
- Le montant total de la commande.

	Fournisseur 1	Fournisseur 2
Total à commander (en nombre de colis)	$405/10=40,5$ 41 colis soit 410 coffrets de confitures	405 coffrets
PAHT (unitaire)	8,30€	7,80€
Montant de la commande HT	$8,30 \times 410 = 3403,00€$	$7,80 \times 405 = 3159,00€$
Montant de la remise	$(3403 \times 15) / 100 = 510,45€$	0€
Frais de port	0	15€
Montant total de la commande	$3403 - 510,45 = 2892,55€$	3174,00€

2.3 Sélectionner le fournisseur le plus adapté à la politique commerciale de 100% Frenchy. Justifier votre choix

Je retiens le fournisseur 1 car :

- Le montant de la commande est plus intéressant (2892,55€)
- Les délais de livraison sont plus intéressants
- Malgré un prix d'achat supérieur, les remises permettent d'obtenir un montant total plus intéressant.
- Les conditions de reprise correspondent au fonctionnement du point de vente (les produits non vendus seront repris à la fin de la saison)

*Accepter toute réponse cohérente*

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		
SUJET	COEFF. 4	DURÉE : 3 heures
SESSION 2023	PAGE 3 sur 6	

## Mission 2 - Développer la clientèle et améliorer la visibilité du site marchand

### Activité 3 - Participer à la planification et l'organisation d'actions commerciales

**3.1 Citer trois raisons pour la boutique 100% Frenchy de proposer ce tote bag aux touristes.**

1. Proposer un tote bag est une bonne idée car le nombre de touristes augmente
2. Plus d'un français sur deux ramène des souvenirs de vacances
- 2 bis. 87% (100%-13%) des touristes achètent des souvenirs
3. 53% achètent des souvenirs des sites emblématiques
4. C'est une façon de prouver aux autres qu'on y était
5. les français plébiscitent de plus en plus la campagne
6. Augmentation du CA de la boutique
7. Développement d'une nouvelle clientèle
8. Proposer des produits qui correspondent aux attentes des clients
9. Les français plébiscitent de plus en plus la campagne (24%, +3 points par rapport à 2018)
10. Les circuits fluviaux ont augmenté de 44%

*Accepter toute réponse cohérente*

**3.2 Calculer le panier moyen des dépenses en souvenirs pour un touriste. Arrondir à 2 décimales.**

Panier des dépenses des ménages en souvenirs français

Panier moyen des dépenses en souvenirs d'un foyer :

10% de 2227€ = 222,70€

15% de 222,70€ = 33,41€

**3.3 Sélectionner les produits les plus pertinents à proposer dans le tote bag. Ceux-ci doivent répondre aux cinq critères exigés par Élodie Ronceret sachant qu'elle pratique un coefficient multiplicateur de deux sur ces produits.**

Désignation	PAHT	PVTTC
Tote bag (accepter les 2 tote bag)	6,00	12,00
Porte-monnaie	5,00	10,00
Magnet (accepter l'un ou l'autre)	2,50	5,00
Carnet de note	3,00	6,00
TOTAL	16,50	33,00

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

SUJET

COEFF. 4

DURÉE : 3 heures

SESSION 2023

PAGE 4 sur 6

### 3.4 Rédiger les éléments du post Facebook pour l'office de tourisme.

Un visuel	Le logo du point de vente un smiley ou émoji.... L'image des produits à mettre en avant Le tote bag
Un message clair et bref	100% Frenchy propose des souvenirs de vacances.  Dans le tote bag aux couleurs de la région vous pourrez ramener de vos vacances des souvenirs.
L'objectif	Venez découvrir la boutique au cours de votre visite de la ville. ,
Un hashtag	#souvenir #tote bag#100%frenchy
Call to action	J'aime la page, partager ou lien vers la page du site internet 100% Frenchy

#### 4.1 Calculer le pourcentage des ventes en ligne et le taux de conversion du site internet 100% Frenchy. Arrondir à 2 décimales

Pourcentage ventes en ligne =  $(3550/151550) \times 100 =$  environ 2,34%

Taux de conversion :  $(159/574812) \times 100 = 0.028\%$  soit 0,03%

#### 4.2 Comparer les résultats du site en tenant compte de la moyenne nationale.

La moyenne nationale du taux de conversion dans le domaine du e-commerce est des 2,96%. Le taux de conversion du site 100% Frenchy est largement en dessous puisqu'il est de 0,028%. Le site n'est pas vendeur, il est donc important de le rendre plus attractif.

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		
SUJET	COEFF. 4	DURÉE : 3 heures
SESSION 2023	PAGE 5 sur 6	

**4.3 Citer trois points faibles de la page d'accueil du site internet 100% Frenchy et proposer leurs axes d'amélioration pour booster le taux de conversion. Justifier vos choix**

Points faibles	Proposition d'axe d'amélioration	Justification
Éléments de réassurance peu visibles	Positionner des pictogrammes Faire une foire aux questions Mentionner clairement les délais de livraison, la politique de retour, les modes de paiement...	Pour renforcer la confiance des visiteurs tout au long de leur navigation sur le site et ainsi favoriser l'acte d'achat
Présentation de l'entreprise trop longue	Réduire la présentation à quelques lignes et inviter le client à cliquer sur « à propos »	La présentation sur la page d'accueil doit être rapide de façon à rassurer le client sans lui faire perdre de temps dans son parcours d'achat
Commentaires clients inexistant	Introduire un onglet « avis client »	Rassurer le client sur notre e-réputation en utilisant les avis clients
Modes de paiement en ligne peu visibles	Afficher clairement les logos de paiement en ligne et le logo « paiement sécurisé »	Réduire le taux d'abandon de panier, rassurer le client sur les modes de paiement et lui proposer différentes façons de régler ses achats
Modes de livraison peu visibles (sur la barre noire et dans le footer)	Proposer différents modes de livraisons dès la page d'accueil en y insérant les pictogrammes lisibles et reconnaissables	Étape décisive dans l'achat. Le client doit connaître dès la page d'accueil les modes livraison proposés
Logos des réseaux sociaux peu visibles (sur la barre noire du header)	Les boutons doivent être clairement reconnus par le client	La signification d'une présence active sur les réseaux sociaux est rassurante sur le sérieux de la boutique

Ne pas pénaliser si pas de tableau

*Accepter toute réponse cohérente*

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		
SUJET	COEFF. 4	DURÉE : 3 heures
SESSION 2023	PAGE 6 sur 6	