

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL

SPÉCIALITÉ Métiers du Commerce et de la vente option b

Session 2023 Examen Blanc

E2

ÉPREUVE TECHNOLOGIQUE

Prospection client et valorisation de l'offre commerciale

Corrigé

Les candidats répondent sur les documents fournis dans le sujet et sur leur copie.

Les annexes sont à rendre à la fin de l'épreuve agrafées dans la copie anonymée.

L'usage du dictionnaire n'est pas autorisé.

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

L'usage de calculatrice sans mémoire « type collègue » 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 B Prospection clientèle et valorisation de l'offre commerciale		
E2 Analyse et résolution des situations professionnelles		
Durée : 3 heures	Coefficient : 4	SESSION 2023
CORRIGÉ	C 2309-MCVB-2 3	Page 1 sur 8

MISSION 1 – PARTICIPER AUX ACTIONS DE PROSPECTION

À la suite de votre prise de poste, votre responsable Brice Durandet vous propose de mieux connaître l'entreprise et son environnement. Cette activité vous permettra d'appréhender les particularités de l'entreprise et les spécificités du marché du drone pour vous permettre de participer efficacement aux actions de prospection de l'équipe.

Activité 1 – connaître l'entreprise et son marché

Brice Durandet vous remet un dossier.

Il vous demande de réaliser l'analyse interne et externe de l'entreprise puis d'identifier les clients potentiels pour son développement.

À partir des ressources n° 1 à 4 et de vos compétences, réaliser les activités 1.1 à 1.3

1.1 Présenter trois forces et trois faiblesses de l'entreprise Airsubdrone.

- **Les forces :**
 - 3 types de drones qui permettent de proposer une gamme de service large.
 - Une équipe à taille humaine : facilité des échanges.
 - L'entreprise s'est diversifiée car elle propose un service de drone aérien mais aussi un service d'inspection par robot sous-marin dans des milieux difficiles.
 - L'entreprise est certifiée DGAC.
 - Des techniciens qualifiés.
 - Des clients à forte notoriété.

Accepter toute autre réponse cohérente

- **Les faiblesses :**
 - Expérience limitée car l'entreprise est en activité que depuis 3 ans.
 - Clientèle à diversifier pour sécuriser le chiffre d'affaires.
 - Un effectif réduit qui offre peu de possibilités de développement rapide de l'activité voire des délais d'interventions longs.

Accepter toute réponse cohérente

1.2 Identifier deux opportunités et deux menaces pour le développement de l'entreprise.

- **Opportunités :**
 - Démocratisation du drone dans plusieurs secteurs d'activité (agriculture, industrie, audiovisuel...).
 - Environnement : Enjeux liés au développement durable, les entreprises sont attentives à leur empreinte écologique, le drone limite cet effet.
 - Sécurité : Limitation des risques humains lors d'inspections en terrains difficiles.
 - Économie : Optimisation des dépenses grâce à l'identification précise des besoins notamment dans l'agriculture. Activité dont la rentabilité est élevée.

Accepter toute réponse cohérente

- **Menaces :**
 - Le cadre légal lié à l'usage du drone est contraignant.
 - Marché très concurrentiel propice aux autoentrepreneurs.
 - Les entreprises subissent l'inflation et rencontrent des difficultés à honorer leurs dépenses ce qui ne les encourage pas à investir dans de nouveaux services tels que l'usage du drone.

Accepter toute réponse cohérente

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
OPTION B Prospection clientèle et valorisation de l'offre commerciale		
E2 Analyse et résolution des situations professionnelles		
Durée : 3 heures	Coefficient : 4	SESSION 2023
CORRIGÉ	C 2309-MCVB-2 3	Page 2 sur 8

1.3 Identifier deux secteurs d'activité propices au développement de l'entreprise. Justifier votre réponse.

- L'évènementiel : Secteur à potentiel non développé par l'entreprise.
- L'agriculture : Secteur développé par l'entreprise à fort potentiel donc client à conquérir.

Ainsi l'entreprise sera moins fragilisée en diversifiant ou renforçant sa clientèle sur un nombre de clients plus important.

Activité 2 – préparer une opération de prospection

Actuellement, les entreprises agricoles sont particulièrement touchées par la hausse des coûts de production et doivent prendre en compte des problématiques environnementales. Les prestations proposées par Airsubdrone répondent à ces enjeux.

Ainsi, votre responsable perçoit une opportunité de dynamiser ce segment. Il vous demande d'organiser une action de prospection auprès de cette cible potentielle.

A partir des ressources n°5 à 8 et de vos compétences, réaliser les activités 1.4 et 1.6

1.4 Concevoir le plan d'appel pour une prise de rendez-vous auprès des exploitants agricoles

Contact	« Bonjour madame ou monsieur, « prénom, nom », commercial chez Airsubdrone, spécialiste de l'inspection par drone aérien, vous êtes bien « x », responsable de l'exploitation « y » ?
Raison	« Je vous contacte dans le cadre de votre activité agricole »
Objectif	« Nous proposons un service de drone aérien afin d'optimiser les performances de votre entreprise, le devis est gratuit bien sûr ! « Quand seriez-vous disponible pour convenir d'un rdv? » « Qu'est-ce qui serait le plus pratique pour vous, plutôt en début ou en fin de semaine ? Plutôt le matin ou l'après-midi ?
Conclusion	« Très bien, c'est entendu, nous nous rencontrons donc le à ... h, je vous remercie pour votre temps monsieur « x » et vous souhaite une excellente journée.

1.5 Préparer quatre arguments valorisant leur en rapport avec l'activité des exploitations agricoles à mettre en avant lors d'un rendez-vous avec un prospect.

- Le drone permet d'embarquer un système d'imagerie (photos) pour observer en temps réel de l'état des cultures y compris dans des zones difficiles d'accès ou des grandes surfaces.
- Le drone permet un diagnostic pour une gestion raisonnée de l'irrigation et de l'usage des engrais.
- Le drone permet le repérage des plantes toxiques.
- Le drone permet de faire des relevés de températures au sol (prévention du gel).
- Le drone permet le comptage des plants.
- Le drone participe à la réduction de la consommation d'eau et des produits chimiques ce qui permet de réduire les dépenses en cohérence avec la notion de développement durable.

Accepter toute réponse cohérente

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
OPTION B Prospection clientèle et valorisation de l'offre commerciale		
E2 Analyse et résolution des situations professionnelles		
Durée : 3 heures	Coefficient : 4	SESSION 2023
CORRIGÉ	C 2309-MCVB-2 3	Page 3 sur 8

1.6 Proposer trois réponses argumentées à trois objections que vous pourriez rencontrer lors de votre rendez-vous.

Prix	Je comprends votre remarque. A terme, l'opération vous permettra de calculer au plus juste vos dépenses d'eau et d'engrais dans un contexte d'inflation. Cela vous permettra de réaliser des économies significatives qui rentabiliseront votre investissement.
Législation	« Je comprends votre remarque, la pratique du drone aérien est très encadrée et heureusement cela permet de réaliser le travail en toute sécurité. Airsubdrone dispose à ce titre d'une certification pour utiliser l'espace aérien.
Délai, « 30 jours c'est long ! »	« Pour que le travail réalisé soit efficace, il est nécessaire de préparer l'opération. Il y a beaucoup de sollicitations, c'est un temps tout à fait raisonnable sur le secteur en ce moment... »
Incertitude météo	« C'est une question de sécurité, de rares conditions climatiques pourront reporter la prestation que nous nous engageons à réaliser.
Concurrence	Il se trouve qu'Airsubdrone fait partie des entreprises les mieux positionnées sur le marché de l'inspection par drone. L'entreprise pratique des prix inférieurs à la moyenne du secteur.

Accepter toute réponse cohérente

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
OPTION B Prospection clientèle et valorisation de l'offre commerciale		
E2 Analyse et résolution des situations professionnelles		
Durée : 3 heures	Coefficient : 4	SESSION 2023
CORRIGÉ	C 2309-MCVB-2 3	Page 4 sur 8

MISSION 2 – PARTICIPER AU SALON HEAVENT PARIS

Activité 1 : préparer la participation au salon Heavent Paris

La force de vente est un atout majeur lors d'un salon. Brice Durandet fait le choix de recruter trois commerciaux supplémentaires pour renforcer l'équipe, ce qui portera la force de vente à cinq personnes.

A partir des ressources n°9 à 10 et de vos compétences, réaliser les activités 2.1 à 2.4

2.1 Concevoir la fiche contact qui vous servira à collecter les informations sur les visiteurs de votre stand.

Fiche contact	
Nom de l'entreprise :	Nom du contact :
Secteur d'activité :	Portable :
Adresse :	Courriel :
Courriel :	Disponibilités :
Téléphone :	Suites à donner :
Réseaux sociaux :	
Besoins identifiés :	

Accepter toute proposition de forme possible

La réussite d'une entreprise sur un salon dépend également de l'implication des commerciaux, de l'attractivité du stand et des animations, démonstrations proposées. Votre responsable vous demande de réfléchir en amont sur les moyens qui permettront de favoriser l'investissement de la force de vente et ceux qui rendront votre stand attractif.

2.2 Proposer trois leviers pour motiver les commerciaux durant le salon. Justifier votre réponse.

- Fixer un objectif réaliste et mesurable.
- Créer un challenge pour motiver les commerciaux sur le salon.
- Mettre en place une reconnaissance financière ou non financière. (Primes, carte cadeau, billet pour un évènement...).
- Créer de bonnes conditions de travail (repas, café, récupération des heures en congés, etc).
- Espace privé pour sécuriser les effets personnels (vêtements, sac etc).
- Responsabiliser les commerciaux les plus performants en leur laissant des marges de manœuvre (autonomie d'action).

Accepter toute réponse cohérente

2.3 Proposer deux actions à mettre en place sur le stand afin d'attirer les visiteurs. Justifier vos choix.

- Démonstration de l'utilisation d'un drone ou diffusion de vidéos de démonstration sur grand écran.
Justification : Permet de dynamiser le stand et permettre au visiteur de voir en réel le service et de se l'approprier.
- Atelier casque virtuel pour visualiser une mission terrain.
Justification : Permet de dynamiser le stand et permettre au visiteur de voir en réel le service et de se l'approprier.
- Message sonore, musique...
Justification : Attirer l'attention et rendre le stand agréable.

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
OPTION B Prospection clientèle et valorisation de l'offre commerciale		
E2 Analyse et résolution des situations professionnelles		
Durée : 3 heures	Coefficient : 4	SESSION 2023
CORRIGÉ	C 2309-MCVB-2 3	Page 5 sur 8

- Inciter les commerciaux à interpellier les visiteurs pour venir sur le stand.
Justification : Développer le nombre de contacts pour enrichir le SIC

Accepter toute réponse cohérente

2.4 Proposer trois actions à mettre en oeuvre lors du salon pour permettre d'augmenter le nombre d'abonnés sur la page Instagram Airsubdrone. Justifier vos propositions

- Création QR code aux couleurs d'Airsubdrone et inciter les visiteurs à le flasher sur le salon (flyers, commercial itinérant ...).
- Mettre en place un panneau sur stand invitant à visiter la page instagram d'Airsubdrone.
- Positionner un lien qr code sur les flyers renvoyant au compte instagram d'Airsubdrone.
- Créer un jeu concours dont la participation s'effectue sur la page instagram d'Airsubdrone.
- Inclure dans l'argumentaire de vente une incitation à visualiser des vidéos de démonstration présente sur Instagram.
- S'abonner aux pages Instagram des professionnels présents sur le salon ainsi que des visiteurs pour les inciter en retour à suivre la page d'AIRSUB Drone.

Accepter toute réponse cohérente

ACTIVITÉ 2 – ANALYSER LES RÉSULTATS DU SALON

Le salon Heavent Paris a fermé ses portes. Votre responsable vous demande d'établir un bilan global de l'opération. Votre bilan s'attachera à mesurer à la fois la rentabilité de l'événement et son impact sur les réseaux sociaux.

À partir des ressources n°11 à 15 et de vos compétences, réaliser les activités 2.5 à 2.7

2.5 Évaluer le coût de la participation de l'entreprise au salon.

Frais pour le stand :

Location = 4000 € (*Seul stand dont la superficie permette la présence de plusieurs commerciaux et la possibilité de faire des démonstrations*).

- Frais de dossier = 70 €
- Electricité = 120 €
- Eau = 80 €

Frais de personnel :

- Facture Adecco : 3069,36 €
- Charges de personnel : 700 €

Coût du salon Total : $4000 + 70 + 120 + 80 + 3069,36 + 700 = 8039,36$ €

2.6 Analyser les résultats et la rentabilité de l'opération d'un point de vue quantitatif et qualitatif.

Analyse quantitative :

- o Le chiffre d'affaires réalisé sur le salon est de 6930 €. (Ville de Vire 1500 €, Orange S.A. 2750 €, ASF 2680 €).
- o Nombre de contacts : le salon a permis de prendre 75 contacts sur un objectif de 80, soit un taux de réalisation de l'objectif de 93,75 %. L'objectif n'a donc pas été atteint.
- o Il y a eu 7 contrats de signés sur un objectif de 10 (70 %). L'objectif n'a donc pas été atteint.
- o Le résultat financier de l'opération est déficitaire de 1109,36 € ($6930 - 8039,36$) (*montant à calculé en fonction du coût du salon retenu, ne pas pénaliser deux fois*).
- o Taux de transformation prise de rdv sur contacts $29/75 = 38,67\%$

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
OPTION B Prospection clientèle et valorisation de l'offre commerciale		
E2 Analyse et résolution des situations professionnelles		
Durée : 3 heures	Coefficient : 4	SESSION 2023
CORRIGÉ	C 2309-MCVB-2 3	Page 6 sur 8

- Taux de transformation de signatures de contrat sur contacts $7/75 = 9,33\%$

Analyse qualitative

- La fréquentation du site Instagram a été en forte croissance du fait de l'opération (hausse des interactions de 40 %), cependant le nombre de followers n'a pas réellement augmenté (+0,7%).
- 251 visites de la page Instagram entre le 9 novembre et le 20 novembre. La majorité pendant la tenue du salon entre le 14 novembre et le 16 novembre. Fréquentation quasi nulle avant le salon. Après le salon la fréquentation baisse mais demeure plus importante qu'avant le salon.

L'objectif sur l'augmentation du nombre d'abonnés sur Instagram n'a pas été atteint.

- Le résultat de l'opération est négatif sur le plan financier.

2.7 Réaliser une analyse comparative des résultats des commerciaux.

Sur le nombre de contacts :

- 2 sur 5 ont atteint leur objectif : Marc Leders et Peter André.
- La meilleure performance est de 18 (Marc Leders), la moins bonne de 12 (Pauline Boidron).

Sur le nombre de rdv :

- Seul Peter André a atteint l'objectif de 8 rdv pris. Deux commerciaux sont proches de l'objectif avec 7 rdv. Pauline Boidron avec 3 rdv est à moins de 50% de réalisation de l'objectif.

Sur le nombre de signatures :

- 3 commerciaux (Marc, Peter et « Vous ») ont réalisé l'objectif de deux contrats signés.

Un seul commercial (Peter André) a atteint tous les objectifs fixés (nbre de contacts et nbre de RDV et nbre de contrats signés).

2.8 Proposer deux axes d'amélioration des performances de l'opération et des commerciaux. Justifier les propositions.

- Mettre en place une formation sur la conclusion de la vente (Objectif non atteint).
- Rendre la publication sur Instagram plus attractive pour développer le nombre de followers.
- Accompagner le visiteur lors de son inscription sur Instagram.
- Déployer moins de personnel sur le salon pour diminuer le coût.

Accepter toute réponse cohérente

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
OPTION B Prospection clientèle et valorisation de l'offre commerciale		
E2 Analyse et résolution des situations professionnelles		
Durée : 3 heures	Coefficient : 4	SESSION 2023
CORRIGÉ	C 2309-MCVB-2 3	Page 7 sur 8