

Baccalauréat Blanc
Métiers du Commerce et de la Vente
Option A : Animation et gestion de l'espace commercial
Epreuve E2 : Analyse et résolution de situations professionnelles

Parties	Barème
MISSION 1 : DYNAMISER LA VENTE DE CHAUFFAGES ECONOMIQUES ET ECOLOGIQUES	
Activité 1 : Analyser la rentabilité des produits et prendre des décisions.	
Question 1.1.	/6
Question 1.2.	/1
Activité 2 : Mettre en place une opération commerciale pour liquider le stock.	
Question 1.3.	/3
Question 1.4.	/8
Activité 3 : Sélectionner un produit et l'intégrer à son assortiment.	
Question 1.5.	/4
Question 1.6.	/4
Question 1.7.	/5
Activité 4 : Préparer des outils pour valoriser le lancement de ce nouveau produit.	
Question 1.8.	/6
Question 1.9.	/4
Activité 5 : Proposer une vente au rebond	
Question 1.10.	/2
MISSION 2 : PROPOSER DES PRODUITS ADAPTES A LA DEMANDE	
Activité 6 : Justifier de l'intégration d'un produit à l'assortiment	
Question 2.1.	/3
Activité 7 : Préparer la commande	
Question 2.2.	/2
Question 2.3.	/5
Question 2.4.	/1
Activité 8 : Réceptionner la marchandise	
Question 2.5.	/3
Activité 9 : Contacter la cible	
Question 2.6.	/3
MISSION 3 : INITIER UNE OPERATION DE FIDELISATION ET DEVELOPPEMENT DE LA RELATION CLIENT	
Activité 10 : Réfléchir à la mise en place d'un partenariat avec un influenceur	
Question 3.1.	/2
Question 3.2.	/2
Question 3.3.	/2
Activité 11 : Dresser le bilan de l'opération commerciale	
Question 3.4.	/12
Question 3.5.	/2
TOTAL	/80
	/20



Vous venez d'être embauché(e) comme vendeur(se) au rayon « chauffage confort » dans le magasin LEROY MERLIN d'Isneville au nord de Rouen. Votre responsable se nomme Nadine Dupain.

Fondée en 1923, Leroy Merlin est une enseigne référente sur le marché mondial du bricolage. Elle est devenue, à partir de 2007, une entité du Groupe Adeo, un des leaders mondiaux du bricolage et de la décoration.

Aujourd'hui, Leroy Merlin compte un parc de près de 350 magasins (dont 6 franchisés) avec une présence dans 12 pays, en Europe (France, Pologne, Russie, Grèce, Portugal, Espagne, Roumanie, Italie, Ukraine et Chypre), en Asie (Chine) et en Amérique du Sud (Brésil).

Leroy Merlin propose entre 30 000 et 60 000 références de produits par magasin, qui s'articulent autour de quatre univers : bricolage, construction, décoration et jardinage. Avec un chiffre d'affaires de 13 milliards d'euros TTC (2013), Leroy Merlin est le leader du marché des grandes surfaces de bricolage en France et le numéro 3 mondial du bricolage, derrière les Américains Lowe's et Home Depot.

Chez Leroy Merlin, les employés partagent un métier mais aussi une façon de le vivre à travers six valeurs à incarner au quotidien : confiance, respect, autonomie, engagement, proximité et audace. L'entreprise les a réaffirmées lors de la construction de la « Vision d'entreprise » en 2015, durant laquelle elle a demandé à ses 22000 collaborateurs de projeter leur idée de l'entreprise à 10 ans.

Aujourd'hui, Leroy Merlin s'est inscrit dans des thèmes et projets qui marquent son engagement :

- « Inventer l'habitat de demain » qui vise à bâtir des partenariats magasin – consommateur – fournisseurs pour améliorer l'habitat par l'innovation, proposer des méthodes pour l'accessibilité des séniors...
- « Soutenir le fabriqué en France » (aujourd'hui 25% des ventes du groupe) pour favoriser l'emploi local, limiter l'impact environnemental des marchandises, et sécuriser les approvisionnements.
- « Agir sur la rénovation énergétique des habitats individuels et collectifs », en accompagnant les mesures gouvernementales et en aidant les clients tout au cours de leur projet
- « Donner une seconde vie aux outils » pour accompagner le mouvement de la seconde main. Leroy Merlin rachète donc les outils portatifs, les reconditionne et les revend.



Fiche de poste Vendeur Leroy Merlin :

Votre terrain de jeu :

Un univers produits du magasin (décoration, jardin, outillage, cuisine, salle de bain, etc.)

Les grands axes de votre mission :

- o **Pédagogue**, vous accompagnez vos clients sur la réalisation de leurs projets d'habitat et avez à cœur de leur transmettre votre savoir-faire ;
- o **Dynamique**, vous allez au-devant de vos clients, leurs proposez des solutions personnalisées et participez à l'enchantement de la relation ;
- o **Empathique**, vous prenez plaisir à servir les autres, les écouter et prendre le temps d'analyser leurs attentes afin d'y apporter une réponse adaptée ;
- o **Challenger**, vous aimez relever les défis en équipe pour contribuer à la performance durable de votre rayon et de votre magasin. Vous gérez les activités courantes (approvisionnement, réception, commandes, affichages ...). Vous préparez, évaluez et analysez les actions commerciales de votre rayon.

MISSION 1 : DYNAMISER LA VENTE DE CHAUFFAGES ECONOMIQUES ET ECOLOGIQUES

Nadine DUPAIN, dans le cadre des engagements LEROY MERLIN sur la rénovation énergétique, souhaite développer les ventes de systèmes chauffants plus économiques et plus écologiques.

Parmi ces systèmes se trouvent les chaudières à pellets, les pompes à chaleur ...

L'Etat offre des aides à qui transforme sa chaudière à fioul par un système de chauffage plus écologique.

Nadine vous demande de participer à la dynamisation de ce secteur en référencant une nouvelle petite chaudière à pellets (granulés de bois). Vous devrez, pour l'insérer dans votre assortiment, repérer la chaudière à gaz la moins rentable. La petite chaudière à pellets viendra la remplacer.

Vous devrez ensuite trouver un prix de vente pour ce nouveau produit.

Vous devrez ensuite trouver le moyen de valoriser le remplacement d'une chaudière à fioul par ce type de chaudière et pour se faire, concevoir des actions et outils d'information.

Activité 1 : Analyser la rentabilité des produits et prendre des décisions.

Dans votre assortiment, vous avez 3 chaudières à gaz. A partir du chiffre d'affaires et de la marge annuels de chacune d'elles, Nadine vous demande de repérer celle qui rapporte le moins en terme de marge, puis de prévoir son exclusion de la gamme pour être remplacée par la nouvelle chaudière à pellets.

⇒ **A partir de la ressource 1 et de vos compétences :**

- 1.1. Calculer le Chiffre d'Affaires annuel Hors Taxe et la marge annuelle globale dégagée par chacune des trois chaudières à gaz. Présenter le travail sous forme de tableau comprenant le nom du produit, le prix unitaire, les quantités vendues, le Chiffre d'Affaires annuel Hors taxe, le taux de marque, la marge annuelle globale réalisée. Arrondir les chiffres au centime près.**
- 1.2. Déterminer la chaudière la moins rentable en terme de marge qui sera retirée de l'assortiment.**

Activité 2 : Mettre en place une opération commerciale pour liquider le stock.

Nadine vous propose, pour accélérer la sortie de stock de ce produit, de lancer une opération promotionnelle « déstockage » consistant à offrir une réduction de - 20 % sur le prix de la chaudière TTC et - 20% sur la pose. L'opération se déroulera entre le 10 et le 24 mars.

⇒ A partir des ressources 1 et 2 et de vos compétences :

- 1.3. Retrouver le prix initial TTC de la chaudière. Indiquer quel sera son prix en promotion ainsi que le tarif de pose et d'installation lors de l'opération. Les prix seront arrondis au centime près.
- 1.4. Proposer un modèle de message publicitaire à diffuser sur la page d'accueil du site Internet du rayon « chauffage confort » de Leroy Merlin Isneauville. L'idée est d'informer et valoriser cette opération de déstockage.

Activité 3 : Sélectionner un produit et l'intégrer à son assortiment.

Nadine hésite entre trois modèles de chaudière à pellets pour choisir celle qui viendra en lieu et place de la chaudière à gaz sortie de l'assortiment. Pour lui faciliter la tâche, elle vous demande de procéder à une analyse des performances commerciales de ces trois modèles.

Nadine, pour choisir le produit, se fixera sur 4 critères ordonnés :

- 1) Le produit respecte l'engagement Leroy Merlin « produit français »
- 2) Le produit est disponible à la commande en moins de 3 semaines
- 3) La progression des ventes du produit sur le territoire français entre 2020 et 2021, qui doit être la meilleure possible et supérieure à 15 %
- 4) Le prix d'achat du produit est inférieur à 1600 € H.T.

⇒ A partir de la ressources 3 et de vos compétences :

- 1.5. Calculer l'évolution des ventes des quatre chaudières à pellets entre 2020 et 2021. Noter le calcul . Arrondir les résultats à 0,01 près.
- 1.6. Identifier le produit qui viendra intégrer votre assortiment en respectant les critères de Nadine. Justifier en expliquant les raisons pour laquelle vous évincez les trois autres produits et conservez celui là.

⇒ A partir des ressources 3, 4 et 5 et de vos compétences :

- 1.7. Retrouver et présenter sous forme de tableau les éléments du prix (Prix d'achat H.T, Marge Brute, Prix de Vente Hors Taxe, Montant de TVA, Prix de vente TTC et coefficient multiplicateur) de la chaudière à pellets sélectionnée.

Activité 4 : Préparer des outils pour valoriser le lancement de ce nouveau produit.

Vous devez promouvoir l'arrivé dans votre rayon de cette nouvelle chaudière à pellets en suivant les consignes de Nadine.

⇒ **A partir des ressources 3, 4, 5 et 6 et de vos compétences :**

- 1.8. Rédiger, à partir des consignes de Nadine, une newsletter à poster sur la page Facebook du magasin**
- 1.9. Proposer, en expliquant avec précision l'action proposée, un moyen de relayer ce message de lancement en face à face dans le magasin. Associer à votre proposition l'utilisation d'un outil omnicanal.**




Activité 5 : Proposer une vente au rebond

⇒ **A partir des ressources 6 et 7 et de vos compétences :**

- 1.10 Définir l'offre qui pourra accompagner la vente d'une chaudière à granulés et que vous proposerez à tout client intéressé ou déjà détenteur d'un système de chauffage à granulés de bois. Justifier votre choix.**

DOSSIER RESSOURCE MISSION 1

Ressource 1 : Les trois chaudières à gaz du rayon de Leroy Merlin d'Isneauville

Modèle de chaudière	Prix unitaire H.T.	Quantités annuelles vendues	Taux de marque	TVA applicable au produit
 Chappee Initia	1365,83 €	37	28 %	20%
 ELM Leblanc Acléis	1185,90 €	41	23 %	20%
 Saunier Duval Thémafast	1825,00 €	26	31 %	10%

Ressource 2 : Extrait du site Leroy Merlin : Tarifs de pose de chaudières

Nos services de pose et d'installation



 Par un artisan

Installation ou remplacement d'une chaudière gaz

À partir de **499.34 €**

L'offre comprend

- Livraison de la chaudière
- Pose d'une chaudière en remplacement à l'identique
- Raccordement du système et accessoires de pose (hors reprise hydraulique)
- Mise en service
- Evacuation de l'ancienne chaudière
- En option : pose d'un thermostat connecté, pose d'un filtre à boue, désembouage du système, modification de l'emplacement de la chaudière

Ressource 3 : 4 chaudières à pellets en concurrence pour entrer dans l'assortiment



Fournisseur : EKO Products
Origine : Clermont Ferrand (France)
Disponibilité des produits (14 jours date de commande)
Ventes en France : 2020 : 987 unités 2021 : 1162 unités
Prix d'achat au fournisseur : 1135 € H.T.



Fournisseur : Okofen
Origine : Lembach (Autriche)
Disponibilité des produits (14 jours date de commande)
Ventes en France : 2020 : 2121 unités 2021 : 2765 unités
Prix d'achat au fournisseur : 1380 € H.T.



Fournisseur : Morvan
Origine : Ploemer (France)
Disponibilité des produits (28 jours date de commande)
Ventes en France : 2020 : 711 unités 2021 : 1024 unités
Prix d'achat au fournisseur : 988 € H.T.



Fournisseur : Atlantic
Origine : Nantes (France)
Disponibilité des produits (14 jours date de commande)
Ventes en France : 2020 : 811 unités 2021 : 1126 unités
Prix d'achat au fournisseur : 1876 € H.T.

Ressource 4 : Extrait du site Woodstock, spécialisé dans le chauffage au bois



Taux de TVA réduit à 5,5% pour les appareils de chauffage au bois

16 octobre 2014/

Les travaux d'amélioration de la performance énergétique ainsi que les travaux induits pour lesquels la taxe sur la valeur ajoutée est exigible à compter du 1er janvier 2014 bénéficient du **taux de TVA réduit à 5,5%**, s'ils sont réalisés dans des locaux à usage d'habitation achevés depuis plus de deux ans et dont vous êtes propriétaire, locataire ou occupant. Seuls les travaux et équipements facturés par une entreprise sont concernés.

La fourniture, d'appareils indépendants (poêles, inserts et foyers fermés), de chaudières domestiques fonctionnant au bois et aux granulés de bois (y compris la création d'un silo) ou de chaudières à condensation gaz ou fioul sont éligibles au taux de TVA réduit à 5,5 %, tout comme la pose, l'installation et l'entretien.

Ressource 5 : Consignes de Nadine pour préparer le lancement du produit sélectionné dans le rayon

Question prix, nous appliquerons le coefficient multiplicateur du rayon chaudières à condensation, soit 1,856. Pour connaître la marge exacte, il faudra se rappeler que la TVA est réduite sur ce type de produits

Je pensais que tu pourrais rédiger une newsletter de 10 à 20 lignes maximum à poster sur notre page Facebook. On y inciterait les détenteurs de notre carte et autres followers à découvrir et investir dans ce type de chaudières à pellets pour remplacer leur ancienne chaudière à fioul ou à gaz. Il faudrait bâtir un mini argumentaire qui s'appuierait sur les qualités énergétiques de ce type de chaudière, les économies d'énergie et financières qu'il permet de réaliser, les aides de l'état, et le label « produit français » Leroy Merlin



Chaudière à granulés : un système de chauffage aux nombreux avantages



La **chaudière à granulés** est un système de chauffage qui présente de nombreux atouts. Performances élevées, économies d'énergie, éligibilité aux subventions... Nous faisons le point sur ses points forts.

Jusqu'à 30% d'économies sur vos factures

La chaudière à granulés est une solution de chauffage très économique. Son rendement, situé entre 80 et 100 %, est plus élevé que celui d'une chaudière à bûches, notamment lorsqu'il s'agit d'une chaudière à condensation. Résultat : cet équipement vous permet de faire jusqu'à 30% d'économies sur vos factures de chauffage.

Un équipement écologique

Si votre logement ne bénéficie pas d'un raccordement au gaz de ville, la chaudière à granulés est une alternative intéressante au chauffage au fioul ou aux bûches. Les granulés de bois, ou pellets, sont un produit transformé issu de la récupération de copeaux ou de sciures de bois. En utilisant une énergie renouvelable pour fonctionner, cet équipement est donc écologique. Un bon point pour la planète !

Un faible coût d'utilisation

Le saviez-vous ? Le bois est **l'énergie la moins chère du marché** ! Le prix au kWh des granulés de bois est semblable à celui du gaz naturel. Comptez en moyenne entre 200 € et 360 € la tonne de granulés. Comme ce combustible ne nécessite pas d'abonnement supplémentaire, à un fournisseur de gaz ou d'électricité, il s'avère moins cher à l'usage. En moyenne, une chaudière à pellets consomme entre 2 et 3 tonnes par an.

Des performances élevées

La chaudière à granulés bénéficie de la haute densité énergétique des granulés de bois, ce qui lui permet d'atteindre un rendement énergétique élevé. Pour améliorer encore plus les performances de votre chaudière, vous pouvez **l'associer à des appareils de régulation** comme un thermostat, un programmateur, des robinets thermostatiques, des équipements domotique... Ces appareils permettent une meilleure maîtrise de vos consommations énergétiques et par conséquent, une réduction de votre facture d'énergie

Un équipement éligible à plusieurs aides financières

Bonne nouvelle ! La chaudière à granulés de bois est éligible à plusieurs aides financières. De quoi vous permettre de rentabiliser le montant de votre investissement. Vous pouvez ainsi bénéficier :

- jusqu'à 10 000 € de MaPrimeRénov' dispensée par l'Etat
- Aide financière du département de Seine Maritime
- l'éco-prêt à taux zéro qui vous permet d'emprunter jusqu'à 30 000 € remboursables sur une durée de 20 ans ;
- la TVA réduite à 5,5%.

Ressource 7 : Pellets en vente dans le magasin

Produit Engagé



Granulés de bois WOODSTOCK en sac, 15 kg

★★★★★ 1 277 avis

- 9 % Jusqu'au 15 février

~~5,49 €~~

4,99 €

Produit Engagé



Palette granulés de bois WOODSTOCK (72 sacs de 15kg)

★★★★★ 1 100 avis

395,28 €

Produit Engagé



Granulés de bois en sac, BIONERGIE 15 kg

★★★★☆ 686 avis

5,49 €

Produit Engagé



Granulés de bois ATLANTIQUE PELLETS, sac de 15 kg

★★★★☆ 352 avis

5,49 €

MISSION 2 : PROPOSER DES PRODUITS ADAPTES A LA DEMANDE

Nadine DUPAIN présente déjà dans son rayon une famille « appareils de mesure de la qualité de l'air (particules fines, pollution ...) ». Elle projette de rajouter un type d'appareil à l'intérieur de cette famille : les capteurs de CO₂ Nest et de les mettre en tête de gondole pour leur lancement. Sa cible n'est pas en priorité les particuliers, mais plutôt les structures collectives (entreprises, clubs sportifs, collectivités locales ...) susceptibles d'accueillir du public.

Nadine vous demande de libérer de l'espace dans une petite tête de gondole placée près du comptoir d'accueil du rayon et de préparer la commande auprès du fournisseur.

Activité 6 : Justifier de l'intégration d'un produit à l'assortiment

⇒ A partir de la ressource 8 et de vos compétences :

2.1 Justifier le choix de Nadine en expliquant pourquoi l'intégration de ce type de produit dans l'assortiment semble une bonne idée

Activité 7 : Préparer la commande

⇒ A partir de la ressource 9 et de vos compétences :

2.2. Déterminer le linéaire développé accordé au produit. Exprimer le résultat en mètre linéaire développé (mld).

2.3. Calculer la quantité de produits à commander pour remplir la tête de gondole, d'abord sur un niveau, puis sur l'ensemble. Détailler les calculs.

2.4. Déterminer le nombre de cartons que cela représente.

Activité 8 : Réceptionner la marchandise

Votre fournisseur vous a envoyé les capteurs de CO₂. Vous avez été appelé en zone de réception pour vérifier la livraison.

⇒ A partir de la ressource 10 et de vos compétences :

2.5. Expliquer, par un schéma explicatif en 5 étapes minimum, une opération de réception des marchandises chez Leroy Merlin.

Activité 9 : Contacter la cible

Vos produits sont installés en Tête de gondole conformément aux instructions de Nadine .

⇒ A partir du projet de Nadine et de vos compétences :

2.6. Expliquer, en 4 lignes environ, une action physique ou digitale qui permettra d'informer la cible de clientèle que vous disposez de ces capteurs de CO₂ à la vente chez Leroy Merlin. Précisez au moins 4 types d'espaces collectifs que vous viserez en particulier.

DOSSIER RESSOURCE MISSION 2

Ressource 8 : Le capteur de CO₂ : quel intérêt ? (extrait des sites Quosair et France TV)



Le capteur de CO₂ aura été ces dernières semaines au cœur des discussions, plus précisément dans les établissements scolaires et universitaires, afin de préparer au mieux l'accueil des élèves. Comment prévenir la propagation des virus ? Comment préserver les employés,

les élèves ?

Le haut conseil de la santé publique préconise de mettre en place des campagnes de mesure dans les ERP (établissements recevant du public) afin d'identifier les potentielles zones à risques. L'aération et la ventilation des espaces clos sont une des clés les plus recommandées dans les protocoles sanitaires. Rappelons que le CO₂ est produit via notre respiration. Une présence trop élevée de CO₂ dans une pièce est néfaste pour la santé. Plus le seuil de concentration du taux de CO₂ est élevé plus le risque de contracter les virus dont la Covid-19 l'est également... Le capteur de CO₂, est donc un bon moyen de vérifier la qualité de l'air dans un espace clos.

Il est donc fortement recommandé d'aérer les salles lorsque le capteur de CO₂ indique un dépassement du seuil de concentration du taux de CO₂ et cela même si cet espace est occupé.

UN capteur de CO₂ est un capteur de mesure qui permet de mesurer principalement le taux de CO₂ présent dans l'air. Celui-ci ne doit pas dépasser un certain seuil, 800 PPM. Lorsque votre capteur de CO₂ mesure que ce seuil est atteint, une alerte est émise, par le biais d'une alerte par message sur votre support téléphone, tablette ou ordinateur. Mais il est également possible d'être alerté directement via votre capteur qui émettra une lumière qui s'activera en cas de taux de concentration du taux de CO₂ trop élevé.

De plus en plus d'entreprises sont appelées pour fabriquer ces capteurs pour faire face à la multiplication des demandes. Certains microcomposants viennent à manquer et chaque nouvelle livraison est accueillie avec soulagement par les entreprises.

Ressource 9 : Projets d'implantation et dimension des produits pour la commande



Les capteurs de CO2 viendront remplacer les deux rangées de produits sur la petite tête de gondole en entrée de rayon.

Cette gondole fait 110 cm de largeur.

Les capteurs seront disposés sur deux niveaux d'étagères.

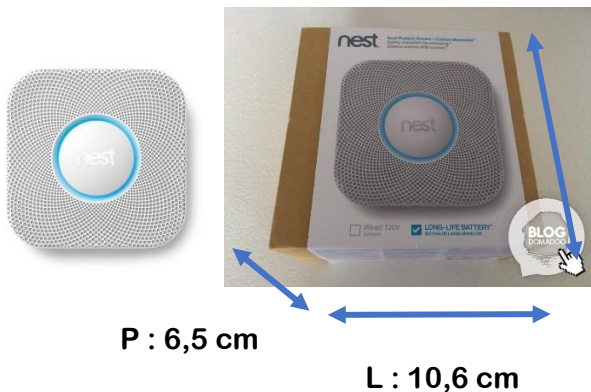
Chaque étagère fait 30 cm de profondeur.

La hauteur entre deux étagères est 20 cm.

La consigne est de commander la quantité exacte nécessaire pour remplir l'endroit prévu sur la tête de gondole.

S'il y a un léger surplus lié au PCB (nombre de boîtes par carton), intégrer le surplus en rayon au niveau des sondes de qualité d'air.

Le produit : Détecteur CO2 Nest (Dimension d'une boîte)



P : 6,5 cm

L : 10,6 cm

Commande minimum par cartons de 20 unités (PCB)

H : 12 cm



Ressource 10 : Extrait de votre fiche de poste (partie logistique)



Envie de travailler dans
une ambiance chaleureuse ?

Rejoignez-nous !

recrute.leroymerlin.fr

(...) Au sein de notre magasin, vous faciliterez le flux des produits jusqu'à leur arrivée dans les mains des clients (en rayon, en livraison, ou via le click and collect).

Comment ? En travaillant en équipe, avec rigueur, curiosité et énergie.

Vous assurerez l'approvisionnement, la réception et le stockage des produits en magasin,

Vous contrôlerez la quantité et la qualité des marchandises, de la sortie des cartons du camion à leur ouverture, et serez amené à réaliser des activités administratives et informatiques pour

enregistrer les opérations courantes (remise du bordereau signé au transporteur saisie en stock par système de scancode, information de la plateforme logistique en cas d'erreur)

Vous participerez également à la gestion de l'organisation de la marchandise : préparations des commandes, rangement des produits, et participation aux inventaires mensuels, (...)

MISSION 3 : INITIER UNE OPERATION DE FIDELISATION ET DEVELOPPEMENT DE LA RELATION CLIENT

Vous avez engagé avec Nadine DUPAIN une réflexion visant à monter une opération commerciale en partenariat avec un influenceur du bâtiment. En effet vous savez qu'une grande partie de vos clients consultent les publications de ces professionnels de la vidéo explicative avant ou après avoir acheté du matériel dans votre magasin.

Votre idée serait de faire venir un samedi matin d'octobre entre 10h et 12h l'un de ces influenceurs dans un atelier « Leroy Merlin » installé dans la zone d'exposition en entrée de magasin. Cet atelier « installer soi même son système de chauffage avec thermostat précommandé sur smartphone » serait l'occasion de valoriser l'utilisation des produits de la marque de distributeur Leroy Merlin.

A gros renfort de publicité catalogue, en magasin, sur les réseaux sociaux ... vous proposeriez aux clients intéressés soit de suivre l'atelier en direct ou en replay sur les pages Instagram et Facebook du point de vente, soit de participer en direct à ces ateliers en magasin.

Nadine vous demande de préparer le projet. Une fois l'opération terminée, vous devrez faire une remontée chiffrée des apports de l'opération.

Activité 10 : Réfléchir à la mise en place d'un partenariat avec un influenceur

⇒ **A partir de la ressource 11 et de vos compétences :**

3.1 Trouver 2 arguments qui justifient la mise en place d'un partenariat avec un influenceur.

3.2. Indiquer les contraintes dont il convient de tenir compte avant de lancer ce type de partenariat.

D'autres magasins Leroy Merlin ont déjà travaillé avec 3 influenceurs et vous transmettent leurs coordonnées.

⇒ **A partir de la ressource 12 et de vos compétences :**

3.3 Sélectionner l'influenceur ou l'influenceuse idéale pour cet atelier. Justifier le choix.

Activité 11 : Dresser le bilan de l'opération commerciale

L'opération a eu lieu le samedi 11 octobre. Elle a rassemblé de nombreux clients en magasin et à priori bien d'autres en ligne. Votre influenceur a expliqué comment installer des chauffages et les juxter à une commande à distance par smartphone. Les chauffages et le thermostat connecté étaient deux produits de la marque de distributeur Leroy Merlin.

Vous êtes chargé de faire le bilan commercial de cette opération.

⇒ **A partir de la ressource 13 et de vos compétences.**

3.4. Analyser et dresser un bilan de l'opération. Vous évoquerez les visites en ligne, en magasin, et les performances commerciales

3.5. Donner un avis sur la rentabilité et le fait de reconduire ou ce type d'opération. Donner au moins une préconisation pour améliorer les chiffres de fréquentation et de vent en magasin.

Qu'est-ce qu'un influenceur du bâtiment ?



Un influenceur ou une influenceuse du bâtiment est un artisan ou un amateur qui dispose d'une **notoriété sur une thématique spécifique du bâtiment ou du bricolage sur le web et les réseaux sociaux**. L'influenceur est un créateur de contenu, qu'il partage auprès d'une communauté fédérée autour d'une passion ou d'un intérêt commun.

Grâce à sa notoriété, **l'influenceur joue un rôle de leader d'opinion et de prescripteur** : il peut recommander l'utilisation de certaines techniques, de certains produits et outils auprès de sa communauté. C'est pourquoi il est aujourd'hui au cœur de la **stratégie de marketing d'influence** des marques, qui proposent des partenariats avec des influenceurs pour décupler la visibilité de leurs produits.

Comment travailler avec les influenceurs du bâtiment ?

Pour les fabricants et les entreprises du bâtiment, travailler avec les influenceurs pour obtenir plus de visibilité est tentant. Voici quelques conseils pour **proposer un partenariat à un influenceur du bâtiment** :

- Prenez le temps de prendre connaissance du contenu de l'influenceur avant de le contacter. Regardez ses vidéos, ses posts sur les réseaux sociaux afin de vous familiariser avec sa personnalité, les thématiques qu'il aborde, les produits qu'il utilise. Cette étape indispensable vous permettra de savoir si cet influenceur est en phase avec vos valeurs et quel partenariat lui proposer.
- Contactez chaque influenceur de manière personnalisée. Bannissez les envois massifs d'emails impersonnels. Présentez-lui votre marque, expliquez-lui votre démarche et demandez-lui dans un premier temps si un partenariat l'intéresserait. L'idée est de prendre un premier contact pour initier une discussion.
- Gardez à l'esprit qu'un influenceur est un créateur de contenu. Inutile donc de lui imposer un format ou un script. Briefez-le sur vos attentes et discutez ensemble des contenus qu'il peut créer autour de votre marque.
- Être influenceur est plus qu'un simple hobby : c'est un travail qui nécessite énormément de temps et de moyens. Les influenceurs du bâtiment s'investissent beaucoup pour fournir un contenu de qualité. Travailler avec les influenceurs nécessite donc un budget, qu'il s'agisse de compensation financière ou de produits envoyés gracieusement.

Ressource 12 : 3 influenceurs du bâtiment (extrait du site oba.fr) pouvant intervenir lors de l'opération

Taka Yaka

Avec plus de 170 000 abonnés à sa chaîne YouTube, **Taka Yaka**, alias Pascal Blache, a fait partie des premiers influenceurs du bâtiment à s'être fait connaître en France. À l'origine artisan plaquiste, celui qui se décrit comme le "Wikipédia du BTP" partage depuis 2015 des astuces de rénovation et travaux à destination des pros comme des particuliers.



Sur sa chaîne, on trouve aujourd'hui plus de **1200 vidéos** tutos, interviews, reportages et lives dans tous les corps de métiers. Alors si vous voulez apprendre à peindre votre plafond, poser un radiateur électrique ou encore à isoler vos murs à la fibre de bois,

le tout dans la bonne humeur, direction la chaîne de Taka Yaka ! On peut aussi le retrouver sur Instagram et Facebook.

Docteur Peinture

Docteur Peinture, ou Stéphane pour les intimes, est artisan peintre de métier. Il cumule aujourd'hui plus de 150 000 abonnés sur YouTube, qui le suivent pour **ses vidéos ludiques** et son **humour décapant**. Des conseils pour débiter jusqu'à la meilleure façon de dégraisser une porte, sa chaîne est une vraie mine d'or pour tous ceux qui souhaitent se former en peinture !



En dehors de sa chaîne qu'il a créée en juillet 2016, Docteur Peinture a aussi ouvert une **boutique d'outillage en ligne**. Il y propose divers produits et matériels pour s'équiper, comme des rouleaux, des bâches de protection, de la colle professionnelle ou encore du spray isolant. Et ceux qui le souhaitent peuvent aussi le retrouver sur **sa chaîne Twitch** ou sur **Instagram** !

Kelly Cruz

Intégrons quelques notes féminines dans ce top des meilleurs influenceurs du bâtiment avec Kelly Cruz, alias *kellycz67* sur Instagram et *kelly.cruz.67* sur Tik Tok. Artisan carreleuse, Kelly est une véritable star sur ces deux réseaux, et surtout **sur Tik Tok** où plus de 550 000 personnes la suivent assidûment.



Elle y publie de courtes vidéos de ses chantiers, de son quotidien d'artisan et même de ses tenues de travail, **cassant ainsi les codes et les préjugés du BTP**, considéré comme un secteur très masculin. Si elle n'est pas la seule femme influenceuse du bâtiment, cette jeune de 29 ans sort sans aucun doute du lot avec son contenu aussi divertissant qu'instructif !

Ressource 13 : Les chiffres de l'opération

Indicateur	N-1	Objectifs 11/10	Réalisé le 11/10
Visibilité de l'opération			
Nombre de visiteurs Instagram	122	300	306
Nombre de visiteurs Facebook	156	320	335
Nombre de « like »		350	465
Nombre de participants en magasin		70	58
Avis positifs recueillis en magasin		40	51
Conversion en ligne			
Nombre de paniers pris sur le site		60	68
Valeur moyenne du panier		839 €	968 €
Chiffre d'affaires opération		50340 €	58080 €
Transformation en magasin			
Nombre de transformation clients		25	20
Valeur moyenne du panier		839 €	849 €
Chiffre d'affaires opération		20975 €	16980 €
Nombre de ventes produits opération	11	120	156
Chiffre d'affaires global opération		71915 €	75060 €
Marge globale			26271 €

Coût total de l'opération (frais + rémunération influenceur) : 16 278 €