

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL

MÉTIERS DE L'ACCUEIL

SESSION 2022

U2 - Épreuve E2 : Analyse de situations professionnelles liées à la relation commerciale

Corrigé



OFFICE DE TOURISME NANCY

Place Stanislas

54000 NANCY

03 83 35 22 41

<http://www.nancy-tourisme.fr>



PARTIE 1 - Analyser l'offre de l'office du tourisme de Nancy

PARTIE 2 - Co-construire une solution adaptée

PARTIE 3 - Traiter d'une réclamation

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DE L'ACCUEIL	NC22SN-MA 2 1	Session 2022	CORRIGÉ
Épreuve E2 : Analyse de situations professionnelles liées à la relation commerciale	Durée : 3 h	Coefficient : 4	Page 1 sur 6

PARTIE 1 - Analyser le marché du tourisme et l'offre de l'office du tourisme

Compétences	<ul style="list-style-type: none"> - Situer l'offre de l'organisation sur son marché - Appréhender l'offre de l'organisation - Repérer les caractéristiques du public 		
Critères d'évaluation	<ul style="list-style-type: none"> - Le positionnement de l'organisation sur le marché est identifié. - Les évolutions technologiques, environnementales, économiques et sociologiques du marché sont repérées. - Les caractéristiques des produits et services sont connues. 		
Situer l'offre de l'organisation sur son marché			
Maîtrise insuffisante	Maîtrise fragile	Maîtrise satisfaisante	Très bonne maîtrise
Les effets de la crise sur le marché touristique en France sont appréhendés sans que le taux d'évolution du chiffre d'affaires demandé soit calculé.	Les effets de la crise sanitaire sur le marché touristique sont évoqués sans citer les aides financières. Le taux d'évolution du chiffre d'affaires touristique est calculé.	Les effets de la crise sanitaire sur le marché touristique sont évoqués ainsi que les aides financières. Le taux d'évolution du chiffre d'affaires du marché touristique est calculé et est juste.	Les effets de la crise sanitaire sur le marché touristique sont évoqués ainsi que les aides financières. Le taux d'évolution du chiffre d'affaires du marché touristique est cité et est juste.
Appréhender l'offre de l'organisation			
L'offre de l'organisation n'est pas repérée.	L'offre de service est succinctement présentée sans lien avec la situation sanitaire.	L'offre de service est présentée de façon détaillée et valorise l'innovation mise en œuvre par l'office de tourisme.	L'offre de service de l'office de tourisme est présentée en insistant sur les actions mises en place pour faire face à la crise.
Repérer les caractéristiques du public			
Le profil des visiteurs est succinctement abordé.	La baisse de la fréquentation est indiquée et la nationalité des visiteurs est citée pour l'année 2020 sans prendre en compte les informations relatives à 2021.	La baisse de la fréquentation est indiquée et la nationalité des visiteurs est citée et illustrée par des données chiffrées. L'évolution du profil des visiteurs de 2021 à 2022 est mentionnée.	La baisse de la fréquentation est indiquée et la nationalité des visiteurs est citée et illustrée par des données chiffrées. La comparaison du profil des visiteurs entre 2021 et 2022 est expliquée avec pertinence.

NOTE	Du : 15 juin 2022
Sujet : Bilan de l'activité des offices du tourisme et de l'office de tourisme de Nancy en 2020	
De : Chargé(e) d'accueil	À : Nathalie Delatour
<p>Les effets du COVID 19 sur le marché touristique en France En 2020 apparaît la plus grave crise de l'histoire touristique à l'échelle mondiale, européenne et hexagonale. En cause la crise de la COVID 19 qui a considérablement réduit la mobilité géographique des Français.</p> <p>En France, <u>le chiffres d'affaires du secteur a enregistré une baisse record de 51,8 %.</u></p> <p>Les effets ont été limités par :</p> <ul style="list-style-type: none"> - des aides financières de l'État et des collectivités, - une stratégie de communication au niveau national et local comme dans le Grand Est. <p>Ces mesures ont eu pour effet le redémarrage de l'activité pour la saison estivale, même si certaines différences entre régions se sont accentuées. La saison a donc été difficile pour les grandes villes et la crise a eu pour conséquence de modifier la géographie du tourisme métropolitain.</p> <p>Dans ce contexte l'office de tourisme de Nancy a su adapter son offre en proposant un plan d'actions de relance de l'activité touristique qui porte notamment sur :</p> <ul style="list-style-type: none"> - <u>la formation de son personnel</u> pour renforcer leurs compétences à l'accueil, notamment pendant les confinements. - le réaménagement de ses horaires en proposant <u>une permanence à distance</u> par voie numérique, courriel ou téléphone. <p>En terme d'innovations, une nouvelle démarche a été mise en place pour limiter les envois papiers :</p> <ul style="list-style-type: none"> - création d'un pack documentation mis en vente sur le site, - création d'un PDF personnalisé à la demande des clients, - création d'un espace digital, - accès libre à 2 bornes interactives pour créer son voyage ou s'informer, - scanners pour mesurer la fréquentation et le nombre d'entrées à l'office du tourisme. <p>Le profil des visiteurs de l'office du tourisme de Nancy en 2020 et en 2021</p> <p>En 2020</p> <ul style="list-style-type: none"> - baisse historique des fréquentations de 59 % et moins de 46 % de personnes renseignées en 2020, - majoritairement des visiteurs français (86 %) et seulement 14 % de visiteurs étrangers, - hausse de la proportion de clients français et principalement du tourisme de proximité (région Grand Est) 64 % en 2020 contre 45 % en 2019, - 77 % des visiteurs étrangers viennent surtout des pays limitrophes. <p>En 2021 Le chiffre des ventes de l'été 2021 se rapproche du chiffre de 2019 et l'office de tourisme constate une hausse de sa fréquentation de 44 % par rapport à 2020. Force est de constater que les visiteurs étrangers sont moins présents (- 10 % par rapport à 2019), 1 touriste sur 5 contre 1 sur 3 avant la crise sanitaire.</p> <p><u>Pour conclure</u> On constate que la ville de Nancy a plutôt bien résisté sur le plan touristique pour le 2^e été de crise sanitaire. Ce constat associé au fait que l'office de tourisme de Nancy se réinvente et se donne pour objectifs de proposer un tourisme porteur de sens, plus respectueux de l'environnement, offre des perspectives encourageantes.</p>	

Calcul du taux d'évolution et constat :

$$\frac{12,3 - 25,5}{25,5} = 0,517 \times 100 = 51,8 \%$$

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DE L'ACCUEIL	NC22SN-MA 2 1	Session 2022	CORRIGÉ
Épreuve E2 : Analyse de situations professionnelles liées à la relation commerciale	Durée : 3 h	Coefficient : 4	Page 3 sur 6

PARTIE 2 - Co-construire une solution adaptée

Compétences	- Co-construire une proposition adaptée aux attentes du public		
Critères d'évaluation	- La relation commerciale est concrétisée.		
Maîtrise insuffisante	Maîtrise fragile	Maîtrise satisfaisante	Très bonne maîtrise
L'offre proposée n'est pas adaptée ou inexistante.	La proposition « Rendez-vous place Stanislas » est adaptée mais insuffisamment expliquée ; elle ne permet pas d'apporter une réponse convaincante.	La proposition « Rendez-vous place Stanislas » est adaptée et permet de répondre de façon pertinente à la demande du client.	La proposition « Rendez-vous place Stanislas » est retenue en fonction de tous les critères y compris l'âge des enfants.

Les éléments à prendre en compte pour proposer l'offre adaptée à la demande :

- le couple souhaite vivre un **moment inoubliable, en soirée**.
- La famille est composée de deux adultes et **deux jeunes enfants**.

En conséquence l'offre « Partez à la découverte de Nancy » n'est pas adaptée puisqu'elle nécessite une marche de 2 h 30.

Donc l'offre à retenir est celle du « Rendez-vous place Stanislas », un spectacle féérique qui séduira grands et petits.

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DE L'ACCUEIL	NC22SN-MA 2 1	Session 2022	CORRIGÉ
Épreuve E2 : Analyse de situations professionnelles liées à la relation commerciale	Durée : 3 h	Coefficient : 4	Page 4 sur 6

Annexe - Rédaction du post

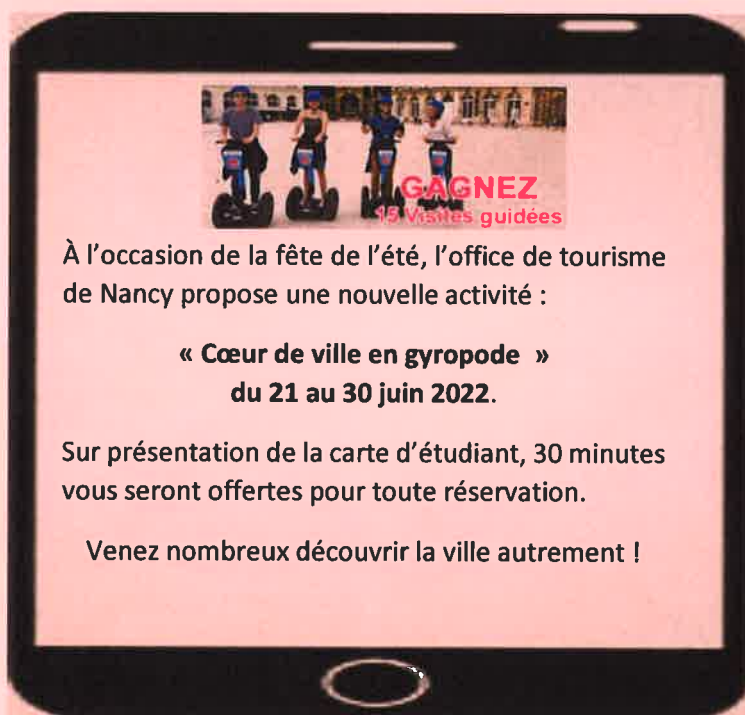
Compétences	- Contribuer à la satisfaction et à la fidélisation		
Critères d'évaluation	- Les échanges et la coopération avec le public permettent de proposer une offre, une solution adaptée.		
Maîtrise insuffisante	Maîtrise fragile	Maîtrise satisfaisante	Très bonne maîtrise
Le réseau social n'est pas identifié.	Le réseau social est sélectionné mais non justifié. Le message commercial est incomplet.	Le réseau social est sélectionné et justifié. Le message commercial est complet et pertinent. Au moins deux moyens de visibilité sont proposés.	Le réseau social est sélectionné et justifié. Le message commercial est complet et pertinent ainsi que l'action de fidélisation. Plus de deux moyens de visibilité sont proposés dont certains originaux.

Choix et justification du réseau social

Le choix se porte sur **Instagram**, même si Twitter a plus d'abonnés (6 406 abonnés), mais dont la part de marché n'est que de + 3% contre Instagram + 51% (4 344 abonnés), donc perte de vitesse pour Twitter.

Et surtout c'est le réseau social de la cible « jeune ».

Quant à Facebook il est délaissé par les jeunes.



Proposition d'actions digitales pour renforcer la visibilité de cette activité :

Actions possibles sur Instagram : Concours (photo), Sondage, Sponsor...

Proposer des moyens d'augmenter la visibilité du compte Instagram de l'office de tourisme :

- Publier une story sur son Instagram en mentionnant la page de l'office de tourisme.
- Mentionner « x » amis dans les commentaires pour augmenter le nombre de vues.
- Collaborer avec une marque ou personnalité.
- Augmenter le nombre d'abonnés : « follow » (suivre) la page Instagram de l'office de tourisme.

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DE L'ACCUEIL	NC22SN-MA 2 1	Session 2022	CORRIGÉ
Épreuve E2 : Analyse de situations professionnelles liées à la relation commerciale	Durée : 3 h	Coefficient : 4	Page 5 sur 6

PARTIE 3 - Gérer les réclamations

Compétences	- Apporter une réponse à la réclamation et/ou au mécontentement		
Critères d'évaluation	- Une solution adaptée clairement expliquée permet d'apporter une réponse pertinente.		
Maîtrise insuffisante	Maîtrise fragile	Maîtrise satisfaisante	Très bonne maîtrise
Aucune réponse n'a été apportée.	Un seul des éléments est pris en compte (l'absence du 2 ^e conférencier ou les 5 % de remise).	Les deux éléments sont pris en compte : l'absence du 2 ^e conférencier et l'absence de remise de 5 %. Le calcul du remboursement est juste.	Les deux éléments sont pris en compte : l'absence du 2 ^e conférencier et l'absence de remise de 5 %. Le calcul du remboursement est juste. Le geste commercial de 5 % lors d'un prochain achat est mentionné.

A : cecile.dupont@ac-reims.fr

De : contact@officetourisme-nancy.com

Objet : Réponse à votre réclamation du 15 juin 2022

Madame Dupont,

En réponse à votre courrier du 15 juin relatif à notre prestation pour la visite de la vieille ville de Nancy, et après vérification avec votre courriel du 17 avril, nous constatons qu'effectivement **vous pouvez profiter d'une remise de 5 %** puisque votre commande a été passée et réglée avant le 30 avril.

De plus, 44 personnes participaient à cette visite et un conférencier est prévu pour 25 personnes ; il vous a donc été facturé **la présence d'un conférencier supplémentaire**.

Nous sommes désolés de cette situation et **nous vous présentons nos excuses** pour ce désagrément.

Nous vous **remboursons ce jour la somme de 80,95 €** comprenant 75 € pour la prestation du conférencier non effectuée et la remise de 5 % sur le montant total à régler.

D'ores et déjà, nous vous informons que nous vous **accordons une remise de 10 % sur votre prochaine visite** dans notre ville.

Nous restons à votre écoute et espérons vous revoir dans notre belle ville prochainement.

Bien cordialement,

L'agent d'accueil

Office de Tourisme de Nancy.

Calcul de la remise : Montant d'une visite avec un conférencier 2 heures 119 € - 5 % de remise = 5,95 €

Remboursement de la prestation non effectuée : 75 € - Total : 75 € + 5,95 € = 80,95 €

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DE L'ACCUEIL	NC22SN-MA 2 1	Session 2022	CORRIGÉ
Épreuve E2 : Analyse de situations professionnelles liées à la relation commerciale	Durée : 3 h	Coefficient : 4	Page 6 sur 6

BACCALAUREAT MÉTIERS DE L'ACCUEIL
ÉPREUVE E2
OFFICE DU TOURISME DE NANCY

GRILLE D'ÉVALUATION				
N° du candidat				
	1	2	3	4
Compétences générales				
Qualité de l'expression écrite et usage approprié du vocabulaire professionnel				
Qualité de l'argumentation et de la réflexion				
Note /4				
Compétences professionnelles				
Situer l'offre de l'organisation sur son marché				
Appréhender l'offre de l'organisation				
Repérer les caractéristiques du public				
Co-construire une proposition adaptée aux attentes du public				
Contribuer à la satisfaction et à la fidélisation				
Apporter une réponse à la réclamation et/ou au mécontentement				
Note /16				
Compétences générales	/4			
Compétences et connaissances adaptées au contexte professionnel	/16			
NOTE GLOBALE PROPOSÉE	/20			
Observations :				

- **Niveaux d'acquisition :**
- 1. Maîtrise insuffisante
- 2. Maîtrise fragile
- 3. Maîtrise satisfaisante
- 4. Très bonne maîtrise

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DE L'ACCUEIL	NC22SN-MA 1 2	Session 2022	Grille d'évaluation
Épreuve E2 : Analyse de situations professionnelles liées à la relation commerciale	Durée : 3 h	Coefficient : 4	Page 1 sur 1