

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL

SPÉCIALITÉ COMMERCE

SESSION 2018

ÉPREUVE E2

**PRÉPARATION ET SUIVI DE L'ACTIVITÉ
DE L'UNITÉ COMMERCIALE**

CORRIGÉ LE CRIOLLO

Le corrigé comporte 14 pages numérotées de 1/11 à 11/11.

PARTIE 1 : 20 points

PARTIE 2 : 19,5 points

PARTIE 3 : 19 points

PARTIE 4 : 21,5 points

[Tapez un texte]

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL	SESSION 2018
SPÉCIALITÉ : COMMERCE	Coefficient : 4
ÉPREUVE E2 :	Durée : 3 heures
Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale	SUJET
Repère de l'épreuve :	Page 1 sur 11

BARÈME

PARTIE I - PARTIE II - PARTIE III	
1.1- ANNEXE 1	5 points
1.2- COPIE	6 points
1.3- COPIE	5 points
1.4- COPIE	4 points
Total partie 1	20 points
PARTIE IV - PARTIE V - PARTIE VI	
2.1- ANNEXE 2	10,5 points
2.2- COPIE	3 points
2.3- ANNEXE3	2 points
2.4- COPIE	2 points
2.5- COPIE	2 points
Total partie 2	19,5 points
PARTIE VII - PARTIE VIII - PARTIE IX	
3.1- ANNEXE 4	7 points
3.2- COPIE	6 points
3.3- ANNEXE 5	6 points
Total partie 3	19 points
PARTIE X - PARTIE XI - PARTIE XII	
4.1- ANNEXE 6	15,5 points
4.2- COPIE	6 points
Total partie 4	21,5 points
TOTAL DE L'ÉPREUVE	80 points

**PARTIE I : L'ANALYSE DE LA SATISFACTION ET DE LA FIDÉLISATION CLIENTS
20 POINTS**

**1.1 ANNEXE 1 : La satisfaction et fidélisation du site Internet et du magasin Le Criollo
(5 points)**

(1)	46 (0,5 pt)	63 (0,5 pt)
(2)	39 (0,5 pt)	72 (0,5 pt)
(3)	17 (0,5 pt)	1 (0,5 pt)

Attention : Indice (sujet) = Taux (annexe 1)

Détails des calculs (2 points)

(1) $(630+995) / 3500 \times 100$ (0,5 pt)	(2) $630 / 1625 \times 100$ (0,5 pt)	(3) $(3500-3000) / 3000 \times 100$ (1 pt)
--	--	--

Arrondir à l'entier le plus proche

Attention : nbre de clients = clients fidèles + nouveaux clients

(- 1 pt à partir de 2 erreurs pour les arrondis)

1.2 Analyse des résultats de l'annexe 1

6 points

(2 pts par élément = 1pt pour l'analyse et 1pt pour l'illustration chiffrée)

* Le magasin et le site internet ont des taux de transformation satisfaisants. Celui du magasin (63%) est plus important que celui du site internet (46%).

* Le taux de fidélisation du magasin (72%) est beaucoup plus important que celui du site internet (39%).

*Le taux d'évolution du nombre de visiteurs du site est en forte progression (+ 17% en 1 an) alors que celui du magasin stagne.

Accepter toute réponse cohérente.

1.3 Analyse des données de l'enquête

5 points

4 points (2 éléments attendus par case - 0,5 pt par élément) + 1 point si tableau

Si pas d'explication (copier/coller) mettre la moitié des points

	Items + explications Éléments de satisfaction	Items + explications Éléments d'insatisfaction
Magasin	<ul style="list-style-type: none"> - Les clients sont satisfaits en ce qui concerne la gamme des produits et des prix, le choix des produits, les informations produits et prix. - Globalement, le point de vente donne satisfaction. - En ce qui concerne la visite dégustation, la dégustation gratuite est appréciée. 	<ul style="list-style-type: none"> - Le contenu des visites et leurs réservations sont à améliorer. - Les clients jugent l'amabilité, la disponibilité et le traitement des réclamations en temps réel peu satisfaisant. - Le service client est à améliorer.
Site internet	<ul style="list-style-type: none"> - Le site donne satisfaction aux utilisateurs - la page d'accueil obtient un très bon score. - le contenu est très satisfaisant (l'information sur les produits et l'acte d'achat). - amabilité – Disponibilité du service client 	<ul style="list-style-type: none"> - La communication sur les réseaux sociaux est défailante. - L'accès au site via le mobile est à revoir. - Les clients sont déçus par la lenteur du temps de réponse du service clients - Les clients ne sont pas du tout satisfaits du traitement des réclamations.

1.4 Proposer deux mesures correctives pour le magasin et deux mesures correctives pour le site Internet

4 points (4 éléments × 1 pt)

Site internet : (2 pts)

- Tenir compte des réclamations, les accepter et répondre rapidement, regretter l'incident, trouver une solution et faire éventuellement un geste commercial.
- Améliorer le temps de réponse du service clients.
- Prendre en compte les témoignages de clients pour conserver les actions qui fonctionnent (chocolat déclassé).
- Animer les réseaux sociaux (vidéos de fabrication du chocolat, extraits de visites, commentaires suite aux dégustations, annonce des promotions et animations...).
- Développer l'application mobile.

Magasin : (2 pts)

- Améliorer le système des réservations (une réservation en ligne par exemple)
- Renforcer l'équipe de vente lors des périodes de forte affluence.
- Former l'équipe de vente pour améliorer l'accueil
- Former l'équipe de vente pour mieux prendre en compte les réclamations.
- Revoir le contenu de la visite
- Développer d'autres services tels qu'un « atelier cuisiner le chocolat », des « goûters anniversaires.

Accepter toute réponse cohérente

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL COMMERCE		SESSION	
2018			
ÉPREUVE E2 : Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale		CORRIGE	
Coefficient : 4	Durée : 3 heures	Page 4 sur 11	

**Partie II : LA MESURE DES RÉSULTATS DU POINT DE VENTE
19,5 POINTS**

2.1 Annexe 2 : Extrait du tableau de bord Le Criollo Chocolatier année 2017 : 10,5 points : (9 pts : 0.5 x 18 cellules + détail 1,5 pt)

Sociétés						(1) 11 633	(2) 4,71	(3) 42,56
Hommage à Victor Hugo	27 333	6	2 377	15 700				
La Palerone	100 000	20	9 022	39 454	60 546	24,50	60,55	
Le Doubs Frisson	78 333	16	6 267	21 598	56 735	22,96	72,43	
La Grande comtoise	21 542	4	1 573	10 470	11 072	4,48	51,40	
Assèment traditionnel	262 875	54	15 773	155 775	107 100	43,35	40,74	
Total	490 083	100	35 012	242 997	247 086	100	50,42	

Arrondir à 2 chiffres après la virgule (- 1 pt à partir de 4 erreurs pour les arrondis)

Ne pas pénaliser 2 fois si erreur de calcul (partir de la marge du candidat pour le calcul de la part de la marge et du taux de marque)

Justifier les calculs pour "Hommage à Victor Hugo" (1,5 pt = 0,5 par détail)

(1) 27 333 – 15 700	(2) 11 633/247 086 x100	(3) 11 633/27 333 x 100
---------------------	-------------------------	-------------------------

2.2 Analyse des résultats en termes de performance et de rentabilité

3 points (6 éléments × 0.5 = 3 pts)

(0,25 pt pour l'analyse + 0,25 pt pour l'illustration chiffrée en valeur ou en %)

L'assortiment traditionnel est le produit qui réalise le plus de ventes en volume (15 773 unités) et en valeur (262 875 € HT) : (1 élément). (0,25 + 0,25 pt)

Ce produit contribue à plus de la moitié du CA, avec 54 % : (1 élément). (0,25 + 0,25 pt)

Il rapporte au Criollo Chocolatier la plus grande part de la marge dégagée avec 43,35 % : (1 élément) (0,25 + 0,25 pt)

Cependant, on peut remarquer que le taux de marque sur cette spécialité est le plus faible (40,74 %) : (1 élément). (0,25 + 0,25 pt)

Les spécialités les plus rentables sont en définitive la Faïencine (24,50 % marge dégagée pour 20% du CA) et le Doubs Frisson (22,96 % marge dégagée pour 16% du CA) : (1 élément) (0,25 + 0,25 pt)

Leur taux de marque est le plus élevé et atteint respectivement plus de 60,55 % et 72,43 % : (1 élément) (0,25 + 0,25 pt)

Accepter toute réponse cohérente notamment les réponses avec des comparaisons chiffrées.

2.3 Annexe 3 : Panier moyen du Criollo Chocolatier et de ses concurrents 2 points

	<u>Calcul : quantité</u>	<u>Calcul : valeur</u>
	35 012/15 200	490 083/15 200
	(0,5 pt)	(0,5 pt)
Le Criollo Chocolatier	<u>Résultat (arrondir à 1 chiffre après la virgule):</u>	<u>Résultat (arrondir à l'entier le plus proche):</u>
	2,3	32
	(0,5 pt)	(0,5 pt)
Jeff de Bruges (franchise)	2.8	42
Leonidas (franchise)	3.1	45
Purement Chocolat (indépendant)	2.4	33
Chocolatier Chevalier (indépendant)	2.5	36

2.4 Comparaison des résultats avec les concurrents :

2 points

- PM très inférieur aux 2 franchisés, Jeff de Bruges et Léonidas (produits plus abordables, promotions, merchandising efficace ...)
- PM inférieur aux deux autres artisans chocolatiers (des efforts sont à faire).

Accepter toute réponse cohérente.

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL COMMERCE		SESSION
2018		
ÉPREUVE E2 : Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale		CORRIGE
Coefficient : 4	Durée : 3 heures	Page 6 sur 11

2.5 Propositions de solutions

2 points

2 réponses attendues (1pt par réponse)

- S'appuyer sur les visites guidées pour vendre (climat favorable)
- Soigner le merchandising
- Mettre des produits en avant pour provoquer des achats d'impulsion
- Proposer des promotions (le 3ème produit avec réduction), des animations
- etc ...

Accepter toute réponse cohérente.

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL COMMERCE		SESSION
2018		
ÉPREUVE E2 : Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale		CORRIGE
Coefficient : 4	Durée : 3 heures	Page 7 sur 11

**PARTIE III : LA GÉSTION DES PRODUITS DANS L'ESPACE DE VENTE
(19 POINTS)**

3.1 Annexe 4 : Répartition du linéaire du rayon "spécialités" 7 points (0.5 pt x 12 cellules + détail 1 pt)

1,5	(1)	5	2 377	6,8	(2)	1,4
6		20	9 022	25,7		1,3
5.5		18,3	6 267	17,9		1
5		16,7	1 573	4,6		0,3
12		40	15 773	45		1,1
30		100	35 012	100		

* Arrondir à 1 chiffre après la virgule - 1 pt à partir de 4 erreurs pour les arrondis

Ne pas pénaliser 2 fois si erreur de calcul (repartir de la part de la spécialité dans le linéaire développé total du candidat)

Justifier les calculs pour "Hommage à Victor Hugo" 1 point (0,5 pt x 2 calculs)

Part dans le linéaire total (1) : 1,5/30x100

Indice de sensibilité (2) : 6,8/5

BACCALAUREAT PROFESSIONNEL COMMERCE		SESSION
2018		
ÉPREUVE E2 : Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale		CORRIGE
Coefficient : 4	Durée : 3 heures	Page 8 sur 11

3.2 Analyser les résultats et calculer le linéaire optimum pour chaque produit 6 points

Analyse des résultats (3,5 points)

- 3 produits sont sous représentés, les indices de sensibilité sont supérieurs à 1 (Hommage à Victor Hugo – IS 1.4, La Faiencine – IS 1.3, et l'assortiment traditionnel – IS 1.1) = (0,5 pt pour l'analyse et 1 pt pour l'illustration)
- Le Doubs Frisson est correctement représenté (IS 1) = (0,5 pt pour l'analyse et 0,5 pt pour l'illustration)
- La Croquine comtoise occupe une part de linéaire trop importante (IS 0.3) = (0,5 pt pour l'analyse et 0,5 pt pour l'illustration)

Accepter tout réponse cohérente utilisant les données chiffrées (part dans le linéaire développé et part des quantités vendues)

Linéaire optimum :(2,5 points)

Spécialité	Résultats (0,5 pt par résultat)
Hommage à Victor Hugo	$1,5 \times 1,4 = 2,1$ mld
La Faiencine	$6 \times 1,3 = 7,8$ mld
Le Doubs Frisson	$5,5 \times 1 = 5,5$ mld
La Croquine comtoise	$5 \times 0,3 = 1,5$ mld
Assortiment traditionnel	$12 \times 1,1 = 13,2$ mld

Si unité non précisée -0,5pt
et le détail des calculs pas attendu

3.3 Annexe 5 : Capacité de stockage de l'îlot central) 6 points

Nombre de produits en pyramide	39	
Nombre de frontales par étagère	70/22	3
Nombre de produits en Hauteur par étagère	30/6	5
Nombre de produits en Profondeur par étagère	50/4	12
Quantité totale par étagère	3x5x12	180
Quantité totale espace de stockage	180x3	540
	540 + 39	579

*Arrondir à l'entier le plus proche

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL	SESSION 2018
SPÉCIALITÉ : COMMERCE	Coefficient : 4
ÉPREUVE E2 :	Durée : 3 heures
Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale	SUJET
Repère de l'épreuve :	Page 9 sur 11

PARTIE IV : PARTICIPER À L'INVENTAIRE (21,5POINTS)

4.1 Annexe 6 État de rapprochement stock théorique / stock réel et valorisation de la démarque

60 cellules x 0,25 pt = 15 pts + 0,5 pt détail = 15,5 pts

Ref	Variété	Modèle	Stock théorique	Stock réel			Ecart constaté (3)	Prix de vente HT en €	Démarque surmarque au prix de vente HT en € (4)
				Stock Rayon (1)	Stock Réserve	Stock Total (2)			
0124	La Faiëncine	Chocolats 140 g	15	15	0	15	0	13,30	0
		Chocolats 230 g	26	20	3	23	-3	20,00	-60
0126	Le Doubs Frisson	Chocolats 80 g	26	20	3	23	-3	8,00	-24
		Chocolats 160 g	17	15	2	17	0	15,00	0
		Chocolats 320 g	11	10	1	11	0	28,00	0
0128	Ballotin 3 spécialités	Chocolats 130 g	25	20	3	23	-2	11,60	-23,20
		Chocolats 195 g	17	15	2	17	0	17,00	0
		Chocolats 325 g	11	10	1	11	0	27,40	0
		Chocolats 410 g	7	5	2	7	0	34,50	0
(1) 5 x 22,50 = 112,5 ou -5 x 22,50 = -112,50 (0,5 pt)									

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL		SESSION 2018	
SPÉCIALITÉ : COMMERCE		Coefficient : 4	
ÉPREUVE E2 :		Durée : 3 heures	
Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale		SUJET	
Repère de l'épreuve :		Page 10 sur 11	

Le « 0 » peut ne pas apparaître – Accepter 0 ou rien
Accepter tous les arrondis
Ne pas exiger le signe « + » mais exiger le signe « - »

4.2- Proposer à madame Maire trois solutions à mettre en œuvre pour limiter les écarts constatés dans le point de vente. Justifier vos choix.
6 points

2 pts par réponse développée (1 pt pour la solution et 1 pt pour la justification)

- Inciter les vendeurs à vérifier les DLUO. Mettre en avant les produits bientôt à terme, mettre en place une promotion
- Limiter les dégustations car elles peuvent coûter cher à l'enseigne
- Tenir un cahier de démarque pour les identifier et pouvoir y remédier par des actions de prévention
- Former les salariés pour ne pas faire d'erreur lors des saisies en caisse
- Mettre les petits produits près de la caisse pour éviter les vols

Accepter toute réponse cohérente

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL	SESSION 2018
SPÉCIALITÉ : COMMERCE	Coefficient : 4
ÉPREUVE E2 :	Durée : 3 heures
Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale	SUJET
Repère de l'épreuve :	Page 11 sur 11

