BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL

VENTE

Session : **2018**

E.2 - ÉPREUVE TECHNOLOGIQUE

Sous-épreuve E22 **UNITÉ CERTIFICATIVE U22**

Préparation et suivi de l'activité commerciale

Durée : 3h **Coef. : 3**

DOSSIER CORRIGÉ

Ce dossier comprend 9 pages numérotées de DC 1/9 à DC 9/9.

SOMMAIRE

Page 2 : Barème

Pages 3 à 9 : Corrigé des annexes

BARÈME

PARTIE I : ANALYSER LE MARCHÉ DU THÉ DANS LES CHR **/20 POINTS**

1.1. : Note structurée sur le marché du thé /15 points
1.2. : 2 raisons qui justifient le choix de la société Dammann /2 points
1.3. : 3 forces de la société Dammann /3 points

PARTIE II : ORGANISER UNE OPÉRATION DE PROSPECTION **/20 POINTS**

2.1. : Annexe 1 : Lettre de publipostage /9,5 points
2.2. : Annexe 2 : Calcul du nombre de coffrets à envoyer /4,5 points
2.3. : Arguments sur la gamme de thé Dammann /6 points

PARTIE III : ANALYSER LES RÉSULTATS DE LA FORCE DE VENTE **/20 POINTS**

3.1. : Système de rémunération actuel /2 points
3.2. : Annexe 3 : Tableau de suivi de l'activité des commerciaux /10 points
3.3. : Analyse de l'annexe 3 /2 points
3.4. : Deux avantages et deux inconvénients de la rémunération variable /4 points
3.5. : Deux autres éléments de motivation /2 points

TOTAL DE L'ÉPREUVE : **/60 POINTS**

PARTIE I

ANALYSER LE MARCHÉ DU THÉ DANS LES CHR

/20 POINTS

Afin de mieux connaître les attentes des consommateurs de thé dans les CHR, votre responsable vous demande d'étudier le marché du thé en France. Cette analyse vous amènera à repérer et qualifier les différents intervenants sur le marché et à identifier les attentes des consommateurs et les besoins de vos clients.

TRAVAIL À FAIRE

À partir des documents 1, 2 et 3 et de vos connaissances :

1.1. Analyser le marché du thé en France en rédigeant, *sur votre copie,* une note structurée d'une trentaine de lignes. **/15 pts**

Présenter :
- Ses tendances,
- L'offre et la distribution,
- La demande avec ses caractéristiques et les habitudes de consommation.

Forme /1 pt - orthographe /1 pt
/0,5 pt par élément dans la limite de 13 pts

- Baisse des prix du thé (-1.2%)
- Augmentation de la production (+2.5%)
- Augmentation de la consommation (+1.5% ou multipliée par 3 en 25 ans)
- Augmentation du chiffre d'affaires des producteurs (+6%)
- Augmentation du thé de luxe

- Segment du luxe (Kusmi Tea, Dammann Frères, Mariages Frères …)
- Segment marché de masse (Unilever et Foods)

- Circuit de la consommation à domicile (Grandes distribution et boutiques spécialisées)
- Circuit de la consommation hors foyer (CHR et distributeurs automatiques)

- 2 français sur 3 consomment du thé
- La demande a triplé depuis 25 ans
- 230 grammes / an / habitant (en progression)

- Femme urbaine
- + de 65 ans
- Région parisienne et Ouest de la France

- CSP +
- Consommateurs connaisseurs

- Augmentation du hors domicile
- Consommation à toute heure
- En sachet
- Consommation plus importante de thé noir et glacé
- Augmentation significative du thé vert et aromatisé

- Santé
- Gout
- Produit naturel
- Image du luxe / modernité

1.2. Indiquer, *sur votre copie*, deux raisons liées au marché qui justifient le choix de la société Dammann Frères comme fournisseur exclusif de France Boissons. **/2 pts**
1 point par raison. Accepter toute réponse cohérente

- Le segment de la production du thé de luxe est une force française (bonne image de Dammann),
- Dammann est leader sur le segment du luxe dans les CHR,
- Dammann jouit d'une réputation internationale dans le thé de luxe,
- L'engouement des consommateurs pour les thés premium et plaisir gourmand.

À partir des documents 4, 5 et de vos connaissances :

1.3. Présenter, *sur votre copie,* trois avantages que la société Dammann Frères apporterait à ce partenariat exclusif. **/3 pts**
1 point par avantage. Accepter toute réponse cohérente

- Savoir-faire artisanal, la créativité (1er à créer des mélanges, invention du sachet Cristal…),
- Gamme très large adaptée aux CHR,
- L'ancienneté et le prestige de la maison,
- Forte notoriété grâce au réseau de boutiques, production importante, présence internationale.

PARTIE II

ORGANISER UNE OPÉRATION DE PROSPECTION

/20 POINTS

2.1.

LETTRE DE PUBLIPOSTAGE

/10 points

1 pt ou 0 pour la forme, 1 pt ou 0 pour le soin et l'orthographe. Sur une seule page sinon 0 pour la forme.

FRANCE BOISSONS
servir, animer, réussir

0,25 pt Bloc adresse présent

Civilité **0,25 pt** **0,25 pt** Le ……

Découvrez notre offre exclusive de luxe pour satisfaire et fidéliser vos clients !

L'entreprise Dammann Frères, **leader (1 pt)** sur le marché français, propose des thés de grande qualité et fabriqués en France. Forte d'une expérience de trois générations, l'entreprise propose un **large catalogue avec plus de 300 références (1 pt)**. Dammann Frères innove tant dans le choix élégant des packagings que dans la fabrication des **sachets Cristal (1 pt)** qui préservent le goût.

France Boissons a sélectionné pour vous quelques-uns de leurs meilleurs produits et vous propose trois gammes de produits **(1 pt ou 0, 3 gammes obligatoires)**

- Les infusions : Verveine, Tilleul, Menthe…
- Les thés noirs : Darjeeling, Ceylan, Breakfast…
- Les thés verts : Bali, Soleil vert, Menthe…

Vous **trouverez en pièce jointe (1 pt)** les détails de la gamme ainsi que les tarifs des thés.
Pour vous permettre de découvrir la qualité de nos produits, nous avons le plaisir de vous offrir ce coffret de dégustation « Tuileries ». **(0,5 pt)**

N'hésitez pas à améliorer votre offre pour vos consommateurs en leur proposant ces thés de grande qualité **(1 pt)**

0,5 pt Salutations et formule de politesse

0,25 pt Nom prénom commercial et signature

2.2. Déterminer le nombre de coffrets à envoyer en fonction de la cible établie par France Boissons. Pour cela, compléter **l'annexe 1**.

ANNEXE 1

/4,5 points

LIGNES	ÉLÉMENTS	CALCULS	RÉSULTATS
1	Nombre de clients Platine	50 000 x (20 : 100) =	10 000
2	Nombre de clients boissons chaudes Platine	10 000 x (8 : 100) =	800
3	Nombre de clients boissons chaudes Platine ayant commandé dans les 6 derniers mois	800 x (90 : 100) =	720
Nombre de publipostages à envoyer			**720**

1,5 point ou 0 par ligne de calcul
Si le nombre de publipostages à envoyer est différent du résultat de la ligne 3, appliquer la pénalité de – 1 point.

2.3. En vue de rencontrer vos prospects, rédiger, *sur votre copie*, trois arguments structurés sur les thés Dammann Frères en précisant à quel mobile d'achat répond chacun des arguments proposés. **/6 pts**

ARGUMENTS SUR LA GAMME DE THÉ DAMMAN

ARGUMENTS	MOBILES D'ACHAT
Les thés Dammann Frères sont produits en France et contrôlés toutes les semaines ce qui vous garantit un thé de grande qualité.	Sécurité
Le sachet Cristal utilisé pour la fabrication des thés Dammann Frères permet une infusion simple, parfaite et une restitution des saveurs incomparable.	Confort
La variété de recette proposée par Dammann vous assure de trouver le parfum idéal quelques soient les goûts et pourra satisfaire les plus grands amateurs de thé.	Sympathie

1,5 point par argument + 0,5 pt par mobile d'achat, - 0,5 pt si l'argument n'est pas structuré, pas de preuve exigée, l'argument doit être rédigé.
Accepter tout argument cohérent. Ne pas pénaliser si la présentation n'est pas sous forme de tableau.

PARTIE III

ANALYSER LES RÉSULTATS DE LA FORCE DE VENTE

/20 POINTS

Dans le cadre de cette opération de prospection, votre chef des ventes organise une réunion pour faire le bilan du lancement de la gamme Dammann auprès des nouveaux clients de l'entreprise.

TRAVAIL À FAIRE

Pour cette opération, les commerciaux ont été rémunérés sur la base d'un fixe et d'une commission variable calculée sur le chiffre d'affaires réalisé et d'une prime sur objectif.

À partir des documents 9, 10 et de vos connaissances :

3.1. Analyser, *sur votre copie*, le système de rémunération actuel. **/2 pts**

Base fixe élevée **(0,5 pt)** de 1000 € **(0,5 pt)**
Part variable :
- Commission avec un pourcentage faible **(0,5 pt)**
- Prime entre 0 et 250 € **(0,5 pt)**

3.2. Déterminer la rémunération totale des quatre commerciaux pour le mois de mai 2018, en complétant **l'annexe 2**. (DC page 9/9) **/10 pts**

3.3. Analyser, *sur votre copie*, les résultats en chiffre d'affaires de votre équipe, en repérant notamment le commercial le plus performant. **/2 pts**

Le commercial le plus performant est Mme Farak **(0,5 pt)** car elle réalise le plus gros CA **(0,5 pt)** et dépasse son objectif de 17,48 %. **(0,5 pt)**
Seul M. Duchêne n'atteint pas son objectif **(0,5 pt)** (il ne réalise que 97,74 % de son objectif ou globalement, l'opération est réussie car sur la totalité les objectifs sont dépassés de 10,86 %).
0,5 pt pour une de ces deux dernières justifications
Accepter toute réponse cohérente en lien avec l'annexe 2

3.4. Indiquer, *sur votre copie*, deux avantages et deux inconvénients de la rémunération variable pour les commerciaux.

Avantages **2 pts** (1 pt par élément)	**Inconvénients** **2 pts** (1 pt par élément)
- Valorisation du travail - Complément de salaire important	- Revenus peuvent être irrégulier - Sujet aux aléas de l'actualité économique, politique…

Accepter toute réponse cohérente

3.5. Citer, *sur votre copie*, deux autres éléments de motivation pouvant être utilisés pour dynamiser une équipe commerciale.
2 pts ou 0. Si deux propositions présentées 1 pt par élément juste.

- Concours,
- Avantages en nature (véhicule de fonction, téléphone, ordinateur...),
- Conditions de remboursement des frais.
- …

ANNEXE 2

/10 points

Suivi activité chefs de secteur mai 2018							
Nom des commerciaux	**Objectif de CA en €**	**CA réalisé en €**	**Taux de réalisation des objectifs en % 2,5 pts (0,5 par case)**	**Pourcentage retenu pour le calcul de la commission 1 pt (0,25 par case)**	**Montant de la commission en € 2 pts (0,5 par case)**	**Montant de la prime sur objectif en € 1 pt (0,25 par case)**	**Montant de la rémunération totale en € 2 pts (0,5 par case)**
M. Duchêne	49.414,00	48.000,00	97,14 (1)	0,15	72 (2)	0	1072 (3)
Mme Bouhani	45.678,00	49.008,00	107,29	0,20	98,02	100	1198,02
M. Gall	60.540,00	67.200,00	111,00	0,35	235,20	150	1385,20
Mme Farak	58.655,00	68.905,00	117,48	0,35	241,17	150	1391,17
	214.287,00	233.113,00	108,79				

Arrondir à deux chiffres après la virgule **0,5 pt ou 0**

Justification des calculs **1,5 pt**

(1) : (48000/49414)*100 **(0,5 pt)**

(2) : 48000*0,15/100 **(0,5 pt)**

(3) : 1200+72+0 **(0,5 pt)**