

ANNEXE .I. : ARGUMENTAIRE**10 points**

à compléter et à rendre avec la copie

| CARACTÉRISTIQUES | AVANTAGES | S | O | N | C | A | S | PREUVES |
|---|---|----------|---|---|----------|----------|---|---|
| Aspect technique | CALIBRIC monomur 37,5 | | | | | | | |
| Dimensions h x l x L en cm 20 x 31,4 x 50 ou 20 x 24,9 x 50 | Bonne maniabilité Poignée de manutention pour les briques | | | | X | | | Plaquette Terreal Site www.terrealstructure.com |
| Quantité/m ² 6,3/m ² ou 8,0/m ² | Un poids nettement inférieur pour une qualité isolante nettement supérieure, d'où plusieurs tonnes de manipulations en moins sur un chantier. | X | | | | | | Plaquette Terreal Site www.terrealstructure.com |
| Poids unitaire 23 kg ou 18,2 kg | La légèreté des blocs assure une rapidité de pose. Grâce au poids très faible du bloc brique, les contraintes physiques sont fortement réduites. | | | | X | | | Plaquette Terreal Site www.terrealstructure.com |
| Quantité/palette 50 | Palette facilement transportable facilitant le travail | | | | X | | | Plaquette Terreal Site www.terrealstructure.com |
| Pose à l'aide du mortier colle Calibric | Jointage thermique des couches grâce à un mortier isolant spécifique. | | | | | X | | Plaquette Terreal Site www.terrealstructure.com |
| Résistance à la compression : 90 bars | Matériau plus résistant assurant une durabilité dans le temps. | X | | | X | | | Plaquette Terreal Site www.terrealstructure.com |
| Résistance thermique : 1,06 m ² .K/W | 4,5 fois plus isolant qu'un bloc béton Le MONOMUR est recommandé pour satisfaire aux nouveaux critères de maisons à très basse énergie, dites " maisons passives". | X | | | | | | Plaquette Terreal Site www.terrealstructure.com |
| Affaiblissement acoustique | Le nouveau MONOMUR dispose d'une structure intelligente offrant une insonorisation haut de gamme Une isolation phonique efficace qui assure calme et confort. | | | | X | | | Plaquette Terreal Site www.terrealstructure.com |
| Résistance au feu | Classé matériau incombustible, elle ne peut générer aucune émanation toxique. | X | | | | | | Plaquette Terreal Site www.terrealstructure.com |

8 x 0.5**8 x 0.5****2 points**

VOS CONCLUSIONS SUR LA SITUATION DE TERREAL FACE AUX EVOLUTIONS DU MARCHE

2 points par bonne réponse

- ✓ Terreal a un pari à relever compte tenu de sa position forte sur le marché de la terre cuite.
- ✓ Son savoir-faire lui permettra de rivaliser avec ses concurrents.
- ✓ Leader sur le marché de la tuile, le groupe peut intensifier son travail sur la commercialisation du produit monomur.
- ✓ L'année 2012 est une année charnière qui lui permettra de poser des jalons et de s'assurer d'une bonne couverture du marché.
- ✓ Il est nécessaire d'intensifier la prospection auprès des prescripteurs, d'assurer une formation auprès des entrepreneurs.

MISSIONS I - I.I. Éléments développés de la note structurée

1/2

| | |
|---|---------------------|
| <p>La position de Terreal face aux enjeux de ce nouveau marché :</p> <p>La position du groupe et sa stratégie commerciale Le groupe Terreal est le numéro 1 mondial des tuiles. Il est né de la fusion de trois tuiliers-briquetiers français centenaires. Ce qui lui confère un savoir-faire exceptionnel. Il est engagé et a anticipé les évolutions actuelles du secteur de la construction, à savoir :</p> <ul style="list-style-type: none">✓ Les lois Grenelle de l'environnement✓ La nouvelle réglementation thermique : RT 2012 <p>Sa recherche se porte sur l'enveloppe du bâtiment en termes de :</p> <ul style="list-style-type: none">✓ Etanchéité à l'eau✓ Isolation thermique✓ Imperméabilité à l'air✓ Résistance mécanique de la structure✓ Résistance au feu, au vent et aux séismes <p>Les garanties de qualité des produits : marquage CE, marquage NF 60 % du temps de travail des commerciaux est consacré aux visites chez les couvreurs et les constructeurs de maisons individuelles.</p> | <p>4 pts</p> |
| <p>La principale problématique à laquelle sont confrontés les ménages et l'entreprise :</p> <p>Les besoins du marché <i>Du point de vue des consommateurs :</i> 45 % des bâtiments en Europe sont considérés comme humide 88 % des Français recherchent des matériaux de construction de qualité 60 % des Français privilégient une performance thermique optimale 74 % des Français sont prêts à payer plus cher pour une maison respectant l'environnement</p> <p><i>Du point de vue des entreprises :</i> L'obligation pour les entreprises de se mettre aux nouvelles normes 88 % des entreprises interrogées affirment que la brique est un produit d'avenir Le marché de la brique a connu une progression de + 70 % de 1998 à 2004 en volume et de 50 % en termes de part de marché.</p> <p>Les raisons qui en sont à l'origine : Les nouvelles exigences du marché Le BBC doit répondre aux exigences énergétiques du label français Effinergie. Cela revient à diviser par trois ou quatre les consommations actuelles. Le niveau maximum requis pour la certification : de 40 kWhép/m² à 65 kWhép/m² La RT 2005 imposait un chauffage inférieur à 80 kWh/an/m²... De quoi bouleverser le marché ?</p> <p>Les nouveaux matériaux devront maîtriser au mieux les flux énergétiques.</p> <p>Toutes les maisons construites à partir de 2012 devront répondre à des normes strictes d'isolation, de consommation d'énergie. L'objectif sera : 50 kWhép/m² pour le chauffage, la climatisation éventuelle, la ventilation, l'eau chaude sanitaire, l'éclairage et les aérations.</p> <p>Un double enjeu pour la norme RT 2012 :</p> <ul style="list-style-type: none">✓ La réduction de la consommation d'énergie primaire de 150 milliards kw/h entre 2013 et 2020✓ La réduction des émissions de CO² | <p>7 pts</p> |

| | |
|--|--|
| | |
|--|--|

Les réponses apportées par la maison BBC et la brique Monomur :

Les avantages de la construction BBC

Le surcoût de construction (exemple de simulation pour une résidence principale famille de 4 personnes : + 12 500 € à l'achat) largement compensé par les économies d'énergies et facilement finançable sans compter une valeur à la revente de + 12 % :

- ✓ Le PTZ
- ✓ Le prêt PAS
- ✓ Les déductions fiscales : crédit d'impôt développement durable, crédit d'impôt sur les intérêts d'emprunt
- ✓ Le coût du financement (moins 19 282 €)
- ✓ Les économies sur les consommations d'énergie (moins 15 150 €)

Terreal s'engage dans le BBC :

- ✓ Habiter une maison économe en énergie
- ✓ Bénéficier d'une qualité de construction certifiée
- ✓ Vivre dans un environnement confortable, tempéré en hiver comme en été
- ✓ Respecter l'environnement (rejet de CO2 nécessaire au chauffage divisé par 4)
- ✓ Habiter dans un environnement sain grâce à une excellente qualité de l'air renouvelé
- ✓ Valoriser son patrimoine en cas de revente
- ✓ ... et grâce aux aides financières et à des solutions optimisées, sans surcoût significatif

5 pts

La réponse : la brique Monomur

Définition : brique en terre cuite, originelle, traditionnelle, couleur chaleureuse, solidité sans dureté, masse sans lourdeur.

Le plus pour les professionnels : ergonomie de pose, polyvalence, qualité d'isolation, neutralité chimique, écologie de ses réserves illimitées.

Les plus de la brique :

- ✓ Inertie thermique : confort hiver comme été
- ✓ Régulation hygrométrique
- ✓ Pas de point froid donc pas de risques de moisissures
- ✓ Matériau incombustible (pas de fumée toxique en cas d'incendie)
- ✓ Durable dans le temps (durée de vie de 150 ans)

Les contraintes et les limites de la maison BBC et de la brique Monomur :

Le moins :

- ✓ Demande un très bon savoir-faire par l'entrepreneur

La réponse de Terreal : les formations proposées par l'entreprise.

Qualité rédactionnelle : structure, soin, expression écrite...

4 pts

Grille de notation MISSIONS I - I.I. Note structurée

| | |
|-------------------|----------------------|
| N° COPIE : | CORRECTEURS : |
|-------------------|----------------------|

| Items à apprécier | Niveau d'atteinte | | | |
|---|--------------------------|--------------------|---------------|-------------|
| | Pas du tout | Très partiellement | Partiellement | Totalemment |
| - La note est structurée : | | | | |
| - La note présente les points suivants : | | | | |
| 1. La position de Terreal face aux enjeux de ce nouveau marché | | | | |
| <p>Le groupe Terreal est le numéro 1 mondial des tuiles. Il est né de la fusion de trois tuiliers-briquetiers français centenaires. Ce qui lui confère un savoir-faire exceptionnel.</p> <p>Il est engagé et a anticipé les évolutions actuelles du secteur de la construction, à savoir :</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Les lois Grenelle de l'environnement ✓ La nouvelle réglementation thermique : RT 2012 <p>Sa recherche se porte sur l'enveloppe du bâtiment en termes de :</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Etanchéité à l'eau ✓ Isolation thermique ✓ Imperméabilité à l'air ✓ Résistance mécanique de la structure ✓ Résistance au feu, au vent et aux séismes <p>Les garanties de qualité des produits : marquage CE, marquage NF</p> <p>60 % du temps de travail des commerciaux est consacré aux visites chez les couvreurs et les constructeurs de maisons individuelles.</p> | | | | |
| 2. La principale problématique à laquelle sont confrontés les ménages et l'entreprise | | | | |
| <p>Les besoins du marché</p> <p><i>Du point de vue des consommateurs :</i></p> <p>45 % des bâtiments en Europe sont considérés comme humide</p> <p>88 % des Français recherchent des matériaux de construction de qualité</p> <p>60 % des Français privilégient une performance thermique optimale</p> <p>74 % des Français sont prêts à payer plus cher pour une maison respectant l'environnement</p> <p><i>Du point de vue des entreprises :</i></p> <p>L'obligation pour les entreprises de se mettre aux nouvelles normes</p> <p>88 % des entreprises interrogées affirment que la brique est un produit d'avenir</p> <p>Le marché de la brique a connu une progression de + 70 % de</p> | | | | |

| | | | | |
|---|--|--|--|--|
| <p>1998 à 2004 en volume et de 50 % en termes de part de marché.</p> <p>Les nouvelles exigences du marché</p> <p>Le BBC doit répondre aux exigences énergétiques du label français Effinergie. Cela revient à diviser par trois ou quatre les consommations actuelles.</p> <p>Le niveau maximum requis pour la certification : de 40 kWhép/m² à 65 kWhép/m²</p> <p>La RT 2005 imposait un chauffage inférieur à 80 kWh/an/m²... De quoi bouleverser le marché ?</p> <p>Les nouveaux matériaux devront maîtriser au mieux les flux énergétiques.</p> <p>Toutes les maisons construites à partir de 2012 devront répondre à des normes strictes d'isolation, de consommation d'énergie. L'objectif sera : 50 kWhép/m² pour le chauffage, la climatisation éventuelle, la ventilation, l'eau chaude sanitaire, l'éclairage et les aérations.</p> <p>Un double enjeu pour la norme RT 2012 :</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ La réduction de la consommation d'énergie primaire de 150 milliards kw/h entre 2013 et 2020 ✓ La réduction des émissions de CO² | | | | |
| | | | | |
| <p>Les raisons qui en sont à l'origine :</p> | | | | |
| <p>Les nouvelles exigences du marché</p> <p>Le BBC doit répondre aux exigences énergétiques du label français Effinergie. Cela revient à diviser par trois ou quatre les consommations actuelles.</p> <p>Le niveau maximum requis pour la certification : de 40 kWhép/m² à 65 kWhép/m²</p> <p>La RT 2005 imposait un chauffage inférieur à 80 kWh/an/m²... De quoi bouleverser le marché ?</p> <p>Les nouveaux matériaux devront maîtriser au mieux les flux énergétiques.</p> <p>Toutes les maisons construites à partir de 2012 devront répondre à des normes strictes d'isolation, de consommation d'énergie. L'objectif sera : 50 kWhép/m² pour le chauffage, la climatisation éventuelle, la ventilation, l'eau chaude sanitaire, l'éclairage et les aérations.</p> <p>Un double enjeu pour la norme RT 2012 :</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ La réduction de la consommation d'énergie primaire de 150 milliards kw/h entre 2013 et 2020 ✓ La réduction des émissions de CO² | | | | |
| | | | | |
| <p>3. Les réponses apportées par la maison BBC et la brique Monomur</p> | | | | |
| <p>Les avantages de la construction BBC</p> <p>Le surcoût de construction (exemple de simulation pour une résidence principale famille de 4 personnes : + 12 500 € à l'achat) largement compensé par les économies d'énergies et</p> | | | | |

| | | | | |
|---|---------------------------------|--|--|--|
| <p>facilement finançable sans compter une valeur à la revente de + 12 % :</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Le PTZ ✓ Le prêt PAS ✓ Les déductions fiscales : crédit d'impôt développement durable, crédit d'impôt sur les intérêts d'emprunt ✓ Le coût du financement (moins 19 282 €) ✓ Les économies sur les consommations d'énergie (moins 15 150 €) <p>Terreal s'engage dans le BBC :</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Habiter une maison économe en énergie ✓ Bénéficier d'une qualité de construction certifiée ✓ Vivre dans un environnement confortable, tempéré en hiver comme en été ✓ Respecter l'environnement (rejet de CO2 nécessaire au chauffage divisé par 4) ✓ Habiter dans un environnement sain grâce à une excellente qualité de l'air renouvelé ✓ Valoriser son patrimoine en cas de revente ✓ ... et grâce aux aides financières et à des solutions optimisées, sans surcoût significatif <p>La réponse : la brique Monomur</p> <p>Définition : brique en terre cuite, originelle, traditionnelle, couleur chaleureuse, solidité sans dureté, masse sans lourdeur.</p> <p>Le plus pour les professionnels : ergonomie de pose, polyvalence, qualité d'isolation, neutralité chimique, écologie de ses réserves illimitées.</p> <p>Les plus de la brique :</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Inertie thermique : confort hiver comme été ✓ Régulation hygrométrique ✓ Pas de point froid donc pas de risques de moisissures ✓ Matériau incombustible (pas de fumée toxique en cas d'incendie) ✓ Durable dans le temps (durée de vie de 150 ans) | | | | |
| | | | | |
| <p>Ses contraintes et ses limites</p> | | | | |
| <p>Les contraintes et les limites de la maison BBC et de la brique Monomur :</p> <p>Le moins :</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Demande un très bon savoir-faire par l'entrepreneur <p>La réponse de Terreal : les formations proposées par l'entreprise.</p> | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| <p>• Expression écrite :</p> | | | | |
| <p>Observations :</p> | <p>NOTE : / 20</p> | | | |

CORRIGE Deuxième mission

Préparation de l'activité du vendeur

| <p>II.1 A partir du fichier client (Document 4), déterminez les critères à prendre en compte pour équilibrer la charge de travail des commerciaux sur le secteur n°1.</p> | <p>Barème</p> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|---|--------------------------------------|-----------|---------|------|-------|-------|------|------|-------|-------|------|------|-------|--|---|---|-------|--------|----|--|
| <p>Les critères à prendre en compte sont le lieu d'implantation du client et le volume d'affaire. 1 point</p> <p>Le 1^{er} critère permet de distinguer deux types de clients : les acheteurs réguliers qui construisent régulièrement et ceux qui sont moins fidèles à l'entreprise. 1 point</p> <p>Le 2^{ème} critère permet à partir de la méthode ABC de mettre en évidence le potentiel des clients :</p> <ul style="list-style-type: none"> • 8 clients importants génèrent 80 % du volume d'affaires = A (20%) • 12 clients moyens génèrent 15 % du volume d'affaires = B (30%) • 20 petits clients génèrent 5 % du volume d'affaires = C (50%) <p>1 point</p> | <p>3 points</p> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <p>II.2 Analysez le fichier client puis déterminez la répartition entre les deux commerciaux du secteur n°1 en reportant vos résultats sur les annexes .II. et .III.</p> <p>Annexe .II. Annexe .III.</p> | <p>1 point méthode 20 points</p> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <p>II.3 En prenant en compte vos résultats obtenus, évaluez les ventes prévisionnelles pour l'année $n+1$ par la méthode des moindres carrés (document 3)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Schéma des ventes à réaliser <div data-bbox="280 1303 1139 1675" style="text-align: center;"> <table border="1" style="margin: auto;"> <caption>Ventes en milliers de m²</caption> <thead> <tr> <th>Année</th> <th>Ventes (milliers de m²)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>2006</td><td>4198</td></tr> <tr><td>2007</td><td>4371</td></tr> <tr><td>2008</td><td>4741</td></tr> <tr><td>2009</td><td>4920</td></tr> <tr><td>2010</td><td>5803</td></tr> <tr><td>2011</td><td>5898</td></tr> </tbody> </table> </div> | Année | Ventes (milliers de m ²) | 2006 | 4198 | 2007 | 4371 | 2008 | 4741 | 2009 | 4920 | 2010 | 5803 | 2011 | 5898 | <p>13 points Schéma 1 point</p> | | | | | | |
| Année | Ventes (milliers de m ²) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2006 | 4198 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2007 | 4371 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2008 | 4741 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2009 | 4920 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2010 | 5803 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2011 | 5898 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Calculs <p>Méthode des moindres carrés</p> <table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <thead> <tr> <th>X_i</th> <th>Y_i</th> <th>$X_i Y_i$</th> <th>X_i^2</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>4 198</td> <td>4 198</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>4 371</td> <td>8 742</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>4 741</td> <td>14 223</td> <td>9</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>4 920</td> <td>19 680</td> <td>16</td> </tr> </tbody> </table> | X_i | Y_i | $X_i Y_i$ | X_i^2 | 1 | 4 198 | 4 198 | 1 | 2 | 4 371 | 8 742 | 4 | 3 | 4 741 | 14 223 | 9 | 4 | 4 920 | 19 680 | 16 | |
| X_i | Y_i | $X_i Y_i$ | X_i^2 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | 4 198 | 4 198 | 1 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2 | 4 371 | 8 742 | 4 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3 | 4 741 | 14 223 | 9 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4 | 4 920 | 19 680 | 16 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

| | | | | | |
|---|---------------|----------------|-----------|--|-----------------|
| 5 | 5 803 | 29 015 | 25 | | |
| 6 | 5898 | 35 388 | 36 | | |
| 21 | 29 931 | 111 246 | 91 | | |
| 1 | 1 | 1 | 1 | | 4 points |
| <p>Moyenne $X_i = 21 : 6 = 3,5$</p> <p>Moyenne $Y_i = 29\ 931 : 6 = 4\ 988,5$</p> <p>$a = (111\ 246 - 104\ 758,5) : (91 - 73,5) = 370,71$ 2 points</p> <p>$b = 4\ 988,5 - (370,71 * 3,5) = 3\ 691,02$ 2 points</p> <p>$Y = 370,71X + 3\ 691,02$ 1 point</p> <p>$Y_7 = 370,71 * 7 + 3691,02$ 1 point</p> <p>= 6 285,99 soit 6 286 milliers de m² 2 points</p> | | | | | 8 points |
| <p>II.4 Votre répartition étant élaborée, en déduire les ventes prévisionnelles de chacun des deux commerciaux.</p> <p>La répartition du portefeuille clients retenue précédemment permet d'attribuer à M. Lassaigne 51,19% du volume d'affaires (991 768 : 1 937 609) 1 point et 48,81% au nouveau commercial (945 841 / 1 937 609) 1 point</p> <p>On peut estimer les ventes de M. Lassaigne à $6\ 286 * 0,5119$ soit 3 217 000 m² vendus 1 point et du nouveau recruté $6\ 286 * 0,4881$ soit 3 068 000 m² vendus.</p> <p>1 point</p> | | | | | 4 points |
| <p>II.5 Déterminez les objectifs commerciaux pour chaque commercial et proposez des solutions à mettre en œuvre pour atteindre la moyenne annuelle des autres commerciaux de l'entreprise.</p> <p>La moyenne annuelle des commerciaux étant de 4 260 000 m², on peut estimer que M. Lassaigne et le nouveau commercial doivent atteindre cette moyenne annuelle et pour cela faire des efforts de prospection.</p> | | | | | 2 points |

Détermination du prix psychologique

II.6 Complétez le tableau d'analyse de l'enquête de satisfaction (**annexe IV**).

| PV U HT | Q1 | % | % cumulé s (1) | Q2 | % | % cumulé s (2) | % acheteurs potentiels (100- [(1) + (2)]) |
|---------------|------|------|-------------------------|------|-----|-------------------------|---|
| 2,4 | 10 | 1 | 1 | 450 | 45 | 100 | -1 |
| 2,5 | 80 | 8 | 9 | 310 | 31 | 55 | 36 |
| 2,6 | 125 | 12,5 | 21,5 | 110 | 11 | 24 | 54,5 |
| 2,7 | 215 | 21,5 | 43 | 65 | 6,5 | 13 | 44 |
| 2,8 | 380 | 38 | 81 | 30 | 3 | 6,5 | 12,5 |
| 2,9 | 140 | 14 | 95 | 20 | 2 | 3,5 | 1,5 |
| 3 | 50 | 5 | 100 | 15 | 1,5 | 1,5 | -1,5 |
| | 1000 | 100 | | 1000 | 100 | | |

2 points
par ligne
juste
2 x 7 =
14
points

II.7 Analysez les résultats obtenus et déterminez le prix d'acceptabilité.

Le prix qui assure le plus grand nombre d'acheteurs potentiels (54,5%) est de 2,6 € **2 points** soit un potentiel client équivalent à 545. **1 point**

3 points

Corrigé Annexe .II.

Méthode retenue : ABC Répartition par surfaces vendues plus adaptée qu'une répartition géographique

| Commercia I | Clients | Département | Surfaces vendues en m ² | |
|----------------|--|-------------|--|----------------|
| Lassaigne | <ul style="list-style-type: none"> Taupenas Lambruny SARL Magnard Caire | 17 | 326 868 | |
| | | 16 | 205 305 | |
| | | 79 | 99 99 | |
| | | 86 | 175 398 | |
| | Total | | | 806 670 |
| | <ul style="list-style-type: none"> Ravenel SARL Rénovia Devautour Tastet Nailo Robin | 17 | 27 024 | |
| | | 16 | 6 752 | |
| | | 16 | 15 359 | |
| | | 79 | 73 988 | |
| | | 86 | 7 723 | |
| | | 33 | 20 633 | |
| | Total | | | 151 479 |
| | <ul style="list-style-type: none"> Bourbon Nelias Dupont Verguin Laumont Larivière Chatelot Bluteau Belair Dalan | 17 | 1 151 | |
| | | 17 | 2 890 | |
| | | 17 | 3 359 | |
| | | 16 | 3 263 | |
| | | 16 | 4 967 | |
| | | 16 | 2 681 | |
| | | 79 | 3 074 | |
| | | 86 | 5 061 | |
| | | 33 | 2 400 | |
| | | 33 | 4 773 | |
| Total | | | 33 619 | |

0.5 par
ligne juste

20 x 0.5
= 10
points

Corrigé Annexe .III.

| Commercia I | Clients | Département | Surfaces vendues en m ² | |
|--------------------|--|-------------|--|----------------|
| Nouveau recruté | <ul style="list-style-type: none"> Mermet Goutard Giraud Tuilières | 17 | 273 791 | |
| | | 16 | 122 048 | |
| | | 79 | 236 301 | |
| | | 86 | 138 440 | |
| | Total | | | 770 580 |
| | <ul style="list-style-type: none"> Laborde Pinto Pirès Martin Viviers Renov Immo Button | 17 | 14 892 | |
| | | 16 | 29 645 | |
| | | 16 | 33 207 | |
| | | 79 | 23 927 | |
| | | 86 | 28 107 | |
| | | 33 | 10 235 | |
| | Total | | | 140 013 |
| | <ul style="list-style-type: none"> Petit Bouxin Bourdais Gomès Moreau Lemaître Champaloux SARL Senexa Musset Nexon | 17 | 2 685 | |
| | | 17 | 2 876 | |
| | | 17 | 4 400 | |
| | | 16 | 2 997 | |
| | | 86 | 4 485 | |
| | | 16 | 4 677 | |
| | | 79 | 5 124 | |
| | | 86 | 4 512 | |
| 33 | | 1 140 | | |
| 33 | | 2 352 | | |
| Total | | | 35 248 | |

0.5 par
ligne juste

20 x 0.5
= 10
points

III.1 Annexe V : Ratios de prospection **6 points**

| Ratios | PROSPECTION TYPE | | |
|--------|------------------|------------|-----------|
| RPG | $5/85 = 0.058$ | 1.5 | soit 6 % |
| RRT | $35/85 = 0.41$ | 1.5 | soit 41 % |
| RPV | $10/32 = 0.31$ | 1.5 | soit 31 % |
| RC | $5/10 = 0.5$ | 1.5 | soit 50 % |

III.2. Ratios et commentaires **12 points**

| Ratios | PROSPECTION NOUVEAU COMMERCIAL | | |
|--------|--------------------------------|------------|-------------|
| RPG | $2/75 = 0.026$ | 1.5 | soit 2.66 % |
| RRT | $28/75 = 0.37$ | 1.5 | soit 37 % |
| RPV | $6/22 = 0.27$ | 1.5 | soit 27 % |
| RC | $2/6 = 0.33$ | 1.5 | soit 33 % |

Commentaire :

Tous les ratios sont inférieurs à ceux des vendeurs expérimentés, néanmoins RRT et RPV sont assez proches des premiers résultats. **2 points**

Points positifs : le nouveau vendeur est travailleur même s'il n'obtient pas les mêmes résultats que les commerciaux expérimentés. **2 points**

Points négatifs : il a des difficultés sur les conclusions des ventes, ce qui peut venir d'un manque de confiance en lui. **2 points**

III.3. Actions à mettre en œuvre **12 points**

Actions à mettre en œuvre : **4 réponses x 2 points = 8 points**

- ✓ Mieux qualifier le fichier : plus de contacts utilisables **2 points**
- ✓ Améliorer la préparation administrative du travail, davantage de rendez-vous devront être pris **2 points**
- ✓ L'argumentation est à développer ou à enrichir (outils d'aide à la vente du type argumentaire) **2 points**
- ✓ Mieux adapter les arguments : mobiles SONCAS et motivations **2 points**
- ✓ Développer des compétences sur la conclusion des ventes **2 points**

Solutions :

- ✓ Faire suivre une formation au nouveau commercial **2 points**
- ✓ Etre accompagné par un commercial expérimenté **2 points**

Annexe V : Coût global du salon **10 points**

| | | | |
|----------------------|-----------------------|-----------|-----------------------------|
| Publipostage | 500 x 0.86 € | 430.00 | 0.5 point |
| Stand | | 13 533.00 | 0.5 point |
| Aménagement du stand | $(124 + 22) \times 4$ | 576.00 | 0.5 point |
| Frais de personnel | 152 x 3 | 456.00 | 5 x 1 = 5 points |
| | 70 x 2 | 140.00 | |
| | 20 x 48 | 960.00 | |
| | 308 | 308.00 | |
| | 5 x 180 | 900.00 | |
| Frais de réception | | 658.00 | 0.5 point |
| Documentation | 500 x 1.07 | 535.00 | 0.5 point |
| | Total | 18 496.00 | 2.5 points |

Annexe VI : Inscription au salon**10 points**

Doivent être cochées les cases :

| | | | | | |
|------------|---------------|------------|---|-----------|-------------------|
| 1 | soit | 24 x 250 € | = | 6 000.00 | 0.5 point |
| 2 | type B | 1 x 500 | = | 600.00 | 0.5 point |
| 4 | | 24 x 222 | = | 5 328.00 | 0.5 point |
| 8 | pack standard | | = | 1 350.00 | 0.5 point |
| 9 | assurances | | = | 255.00 | 0.5 point |
| TOTAL HT | | | | 13 533.00 | 1 point |
| TVA 19.6 % | | | | 2 652.06 | 1.5 point |
| TOTAL TTC | | | | 16 185.46 | 2.5 points |

Dans le cadre "Indiquez vos préférences" :

noter les dimensions 6 x 4 **0.5 point**NON pas de structure existante **0.5 point**Voisinage proche d'Imerys **0.5 point**

Dans le cadre « votre secteur d'exposition » :

Enveloppe & procédés de construction **0.5 point**Systèmes constructifs agglomérés **0.5 point**

FICHE 1

INTRODUCTION AU STANDARD

Bonjour, Vincent Cailleau, Société Terreal, je souhaiterais parler à SVP

- Si accès prospect : fiche 3
- Si « c'est à quel sujet ? » : fiche 2

FICHE 2

BARRAGE : C'EST A QUEL SUJET ?

J'ai rencontré Monsieur Cances au salon ECOBAT... ou monsieur Cances est certainement intéressé par le nouveau matériau en conformité avec la RT 2012...

- Pouvez-vous me le passer ? Merci
- Si accès au prospect : fiche 3 **1.5 points**
- Dans le cas contraire : fiche 7

FICHE 3

PRISE DE CONTACT AVEC LE PROSPECT

Bonjour Monsieur Coirier....., XY commercial de la société Terreal, Terreal fait une campagne de communication et informe les maîtres d'ouvrage sur la brique Monomur (Raison de l'appel).....

- Si le prospect est intéressé : fiche 4 **1.5 points**
- En cas d'objection : fiche 5

FICHE 4

PROPOSITION DE RENDEZ-VOUS

Puis-je vous rencontrer cette semaine ou la semaine prochaine ?

- Rendez-vous accordé : fiche 8 **1 point**

FICHE 5

1^{ère} OBJECTION : ENVOYEZ MOI UNE DOCUMENTATION

Avec plaisir monsieur LALANNE, mais je ne saurais sélectionner ce qui s'adapte à vos projets, une entrevue permettrait de le déterminer...

- Si le prospect est intéressé : fiche 4
- Dans le cas contraire : fiche 6 **1.5 points**

2^{ème} OBJECTION : PAS DE BUDGET POUR L'INSTANT

Monsieur LALANNE, je comprends bien vos préoccupations financières, mais justement je serais peut-être en mesure de vous montrer des applications susceptibles de diminuer vos frais...

Voulez-vous que nous nous rencontrions..... ou

- Si le rendez-vous est obtenu : fiche 4
- En cas de refus : fiche 6 **1.5 points**

FICHE 6

PROPOSER UNE ALTERNATIVE, REMERCIER ET PRENDRE CONGE

Je comprends bien Monsieur Lalanne qu'aujourd'hui vos préoccupations soient d'un autre ordre, puis-je vous rappeler d'ici quelques semaines ? Préférez-vous le ou le ?
Vos coordonnées sont-elles

Au revoir Monsieur Lalanne et bonne journée

2 points

FIN

FICHE 7

PROPOSER UNE ALTERNATIVE, REMERCIER ET PRENDRE CONGE

Quand puis-je le rappeler, demain matin ou en fin de semaine ?
Reformuler, remercier, prendre congé

0.5 point

FIN

FICHE 8

REMERCIER ET PRENDRE CONGE

Je serai donc dans vos bureaux le mardi....., votre société se situe bien au
Je vous remercie.

Au revoir Monsieur Lalanne et bonne journée

0.5 point

FIN

CONCOURS GÉNÉRAL DES MÉTIERS spécialité VENTE - Épreuve écrite - Session 2012

| | | | |
|-----------------|--|-----------------------|--|
| N° COPIE | | N° CORRECTEURS | |
|-----------------|--|-----------------------|--|

PREMIÈRE MISSION

☒ L'étude du marché de la maison BBC en France et de la brique Monomur

| | |
|--|--------------------|
| I.1. Relevez <i>sur votre copie</i> , sous la forme d'une note structurée d'une trentaine de lignes maximum, les enjeux du marché de la brique Monomur. Pour cela, vous dégagerez dans cette note : <ul style="list-style-type: none"> ▪ La position de Terreal par rapport aux enjeux du marché. ▪ La principale problématique à laquelle sont confrontés d'une part les constructeurs et d'autre part les ménages souhaitant faire construire. ▪ Les atouts de la brique Monomur et les réponses que peut apporter le développement de la brique Monomur. ▪ Une limite ou une contrainte à prendre en compte | Note sur 20 |
| I.2. A l'aide des informations ainsi collectées pour la note, vous complétez l'argumentaire (annexe .I. à rendre avec la copie). | Note sur 10 |
| I.3. Dégagez sur cette même ANNEXE .I. à compléter et à rendre avec la copie, vos conclusions sur la situation de Terreal face aux évolutions du marché et les conseils que vous pourriez donner à l'entreprise pour s'assurer une réussite sur le marché. | Note sur 10 |
| TOTAL PREMIÈRE MISSION | / 40 |

DEUXIÈME MISSION

☒ Préparation de l'activité du commercial et calcul du prix psychologique

| | |
|--|--------------------|
| II.1. A partir du fichier client (document 3), déterminez les critères à prendre en compte pour équilibrer la charge de travail des commerciaux sur le secteur n°1. | Note sur 3 |
| II.2. Analysez le fichier client puis déterminez la répartition entre les deux commerciaux du secteur n°1 en reportant vos résultats sur les ANNEXES .II. et .III. | Note sur 21 |
| II.3. En prenant en compte vos résultats obtenus, évaluez les ventes prévisionnelles pour l'année $n+1$ par la méthode des moindres carrés (document 4) | Note sur 13 |
| II.4. Votre répartition étant élaborée, en déduire les ventes prévisionnelles de chacun des deux commerciaux. | Note sur 4 |
| II.5. Déterminez les objectifs commerciaux pour chaque commercial et proposez des solutions à mettre en œuvre pour atteindre la moyenne annuelle des autres commerciaux de l'entreprise. | Note sur 2 |
| II.6. et II.7. Complétez le tableau d'analyse de l'enquête de satisfaction (annexe .IV.). Analysez les résultats obtenus et déterminez le prix d'acceptabilité (à noter <i>sur votre copie</i>). | Note sur 17 |
| TOTAL DEUXIÈME MISSION | / 60 |

TOTAL M1 + M2 = / 100 Moyenne = / 20

TROISIÈME MISSION

☒ La mesure de l'efficacité des commerciaux

| | |
|--|--------------------|
| III.1. Déterminez sur l'ANNEXE .V. à compléter et à rendre avec la copie, les quatre ratios RPG, RRT, RPV, RC qui correspondent à l'entonnoir de prospection de référence. | Note sur 6 |
| III.2. Déterminez sur l'ANNEXE .V. : à compléter et à rendre avec la copie, les quatre ratios RPG, RRT, RPV, RC qui correspondent à l'entonnoir de prospection du nouveau commercial (document 6). Comparez et commentez ces résultats et ceux de l'entonnoir de prospection modèle (ANNEXE V). | Note sur 12 |
| III.3. À l'étude des différents documents. : Proposez trois actions (ANNEXE V) que vous soumettez à Monsieur Pellicer pour améliorer les résultats du nouveau vendeur. | Note sur 12 |
| TOTAL TROISIÈME MISSION | / 30 |

QUATRIÈME MISSION

☒ La participation au salon ECOBAT et l'amélioration de la prospection téléphonique

| | |
|--|--------------------|
| IV.1. La décision est prise d'être présent à Paris, vous vous êtes procuré un dossier d'inscription (ANNEXE .VI. à rendre avec la copie). Remplissez cette demande de participation en respectant les consignes données par Monsieur Pellicer dans une note de service (document 7.2.). | Note sur 10 |
| IV.2. La participation à un salon est un véritable investissement. Compte tenu des données financières en document 7.1., évaluez le coût global de cette manifestation en ANNEXE .V. | Note sur 10 |
| IV.3. A l'aide du document 8, remplissez les neuf fiches du guide d'entretien téléphonique (ANNEXE VII) devant être utilisées par les commerciaux. | Note sur 10 |
| TOTAL QUATRIÈME MISSION | / 30 |

TOTAL M3 + M4 = / 60 Moyenne = / 20

| | | |
|--------------------|-----------------------|--------------|
| TOTAL COPIE | Observations : | / 160 |
|--------------------|-----------------------|--------------|

Nom des correcteurs :

NOTE SUR 20

CONCOURS GÉNÉRAL DES MÉTIERS spécialité VENTE - Épreuve écrite - Session 2012 - GRILLE RÉCAPITULATIVE

| | | |
|-----------------------|--|-----------------------|
| N° CORRECTEURS | | Nom des correcteurs : |
|-----------------------|--|-----------------------|

| N° Copie | 1 ^{ère} MISSION | | | TOTAL M1 | 2 ^{ème} MISSION | | | | | | TOTAL M2 | TOTAL M1 et M2 | 3 ^{ème} MISSION | | | TOTAL M3 | 4 ^{ème} MISSION | | | TOTAL M4 | TOTAL M3 et M4 | TOTAL COPIE |
|----------|--------------------------|------------------|-----------------|----------|--------------------------|------|------|------|------|-----------|----------|----------------|--------------------------|--------------|---------------|----------|--------------------------|------------|-------------|----------|----------------|-------------|
| | I.1 Marché | I.2 Argumentaire | I.3 Conclusions | | II.1 | II.2 | II.3 | II.4 | II.5 | II.6 II.7 | | | III.1 ratios | III.2 ratios | III.3 actions | | IV.1 dossier | IV.2 coûts | IV.3 fiches | | | |
| | 20 | 10 | 10 | 40 | 3 | 21 | 13 | 4 | 2 | 17 | 60 | 100 | 6 | 12 | 12 | 30 | 10 | 10 | 10 | 30 | 60 | 160 |
| | | | | | | | | | | | | / 20 | | | | | | | | | / 20 | / 20 |
| | | | | | | | | | | | | / 20 | | | | | | | | | / 20 | / 20 |
| | | | | | | | | | | | | / 20 | | | | | | | | | / 20 | / 20 |
| | | | | | | | | | | | | / 20 | | | | | | | | | / 20 | / 20 |
| | | | | | | | | | | | | / 20 | | | | | | | | | / 20 | / 20 |
| | | | | | | | | | | | | / 20 | | | | | | | | | / 20 | / 20 |
| | | | | | | | | | | | | / 20 | | | | | | | | | / 20 | / 20 |
| | | | | | | | | | | | | / 20 | | | | | | | | | / 20 | / 20 |