

BACCALAUREAT PROFESSIONNEL

VENTE

Prospection - Négociation - Suivi de clientèle

ÉPREUVE E1 : SCIENTIFIQUE ET TECHNIQUE

SOUS ÉPREUVE E11 : PRÉPARATION ET SUIVI DE L'ACTIVITÉ COMMERCIALE

LE CORRIGÉ COMPORTE : 10 pages numérotées de 1 à 10

Page 1	:	Page de garde.
Page 2	:	Barème.
Pages 3 à 4	:	Textes.
Pages 5 à 10	:	Corrigé des ANNEXES I à VI

EXAMEN : BACCALAUREAT PROFESSIONNEL	SESSION 2006	VEST 11 I
SPÉCIALITÉ : VENTE (PROSPECTION – NEGOCIATION – SUIVI DE CLIENTELE)		
ÉPREUVE E1 : Sous-épreuve : E11	Durée : 3 heures	Coefficient : 3
PREPARATION ET SUIVI DE L'ACTIVITE COMMERCIALE	Page 1/10	CORRIGÉ

BARÈME

PARTIE .I. La société « AZUR PLAISANCE » 25 points

La préparation d'une opération de prospection par courriel

I.1. Les deux messages adressés par courriel 8 Points

ANNEXE .I. 4 points

ANNEXE .II. 4 points

I.2. La rentabilité prévisionnelle de l'opération 15 Points

a) ANNEXE .III. 10 points

b) ANNEXE .IV. 5 points

I.3. Deux points forts et deux points faibles de l'opération 2 Points

PARTIE .II. La société « INVESTDIRECT » 15 points

La construction d'un argumentaire de vente

II.1. Une forte demande locative susceptible de rentabiliser l'investissement 3 Points

II.2. Deux arguments de vente structurés par profil 12 Points

ANNEXE .V. 12 points

PARTIE .III. L'entreprise « BUGEY TP » 20 points

La gestion de la fidélisation de la clientèle

III.1. Les quatre principaux avantages de la méthode de notation 6 Points

III.2. Les notes globales obtenues par la méthode de notation de la clientèle 8 Points

ANNEXE .VI.1 8 points

III.3. Le classement des trois clients à récompenser 6 Points

ANNEXE .VI.2 6 points

ANNEXE .VI. Total : 14 Points

TOTAL: 60 points

EXAMEN : BACCALAUREAT PROFESSIONNEL	SESSION 2006	VEST 11 I
SPÉCIALITÉ : VENTE (PROSPECTION – NEGOCIATION – SUIVI DE CLIENTELE)		
ÉPREUVE E1 : Sous-épreuve : E11	Durée : 3 heures	Coefficient : 3
PREPARATION ET SUIVI DE L'ACTIVITE COMMERCIALE	Page 2/10	CORRIGÉ

PARTIE .I. La société « AZUR PLAISANCE »
La préparation d'une opération de prospection par courriel

25 points

I.1. Les deux messages adressés par courriel 8 Points

- Cf. ANNEXE .I.** 4 points
Cf. ANNEXE .II. 4 points

I.2. La rentabilité prévisionnelle de l'opération 15 Points

- a) Cf. ANNEXE .III.** 10 points
b) Cf. ANNEXE .IV. 5 points

I.3. Deux points forts et deux points faibles de l'opération 2 Points

Corrigé indicatif : ½ pt par réponse exacte - 2 réponses par item maximum

Points FORTS 1 pt	Points FAIBLES 1 pt
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ciblage précis des prospects et adapté à l'opération. ▪ Technique de prospection par courriel économique ▪ Fichier récupéré exploitable : rubriques adaptées ▪ ... 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Un seul courriel aurait pu être suffisant... ▪ Choix restreint : l'opération porte sur un seul voilier. ▪ Ne touche que les prospects disposant d'une adresse électronique : un potentiel inexploité ▪ ...

Accepter toute réponse cohérente

PARTIE .II. La société « INVESTDIRECT »
La construction d'un argumentaire de vente

16 points

II.1. Une forte demande locative susceptible de rentabiliser l'investissement 4 Points

Les logements meublés de la résidence de tourisme classée « Le Clos Dia », correspondent à une forte demande locative susceptible de rentabiliser l'investissement des futurs acquéreurs d'un appartement dans cette résidence. Car ils répondent aux quatre critères qualitatifs fondamentaux d'une résidence de tourisme « classée » à fort potentiel locatif :

<ul style="list-style-type: none"> ▪ La qualité du site et de son environnement ½ pt 	<p><u>La résidence le « clos Dia » est située dans un cadre privilégié et préservé (arrière pays varois), à proximité de hauts lieux du tourisme (Cannes, Nice, st Tropez, Monaco) avec de grandes facilités d'accès (Autoroute A8). ½ pt</u></p>
<ul style="list-style-type: none"> ▪ La qualité de l'architecture, de la construction et des espaces verts ½ pt 	<p><u>Des prestations immobilières de haut de gamme : des appartements en villas provençales de construction traditionnelle avec terrasse abritée, jardin privatif clôturé et arboré, des parties communes avec espaces verts aménagés, voirie et chemins piétons éclairés... ½ pt</u></p>
<ul style="list-style-type: none"> ▪ La qualité des aménagements intérieurs et du mobilier ½ pt 	<p><u>Des appartements agréables à vivre et fonctionnels, avec tout le mobilier et les équipements nécessaires au confort des locataires : literie, canapé, cuisine équipé, parabole collective... ½ pt</u></p>
<ul style="list-style-type: none"> ▪ La qualité des services et des équipements de loisirs ½ pt 	<p><u>La résidence le « clos Dia » offre toutes les commodités propres au service hôtelier et toutes les activités propres à la Côtes d'Azur : accueil, linge de maison, nettoyage régulier, laverie, piscine, golf, base nautique, plage, festivités locales... ½ pt</u></p>

II.2. Deux arguments de vente structurés par profil 12 Points

- Cf. ANNEXE .V.** 12 points

PARTIE .III. L'entreprise « BUGEY TP »
La gestion de la fidélisation de la clientèle

20 points

III.1. Note structurée : les quatre principaux avantages de la méthode **6 Points**

Critères de forme : **2 pts**

Qualité de la présentation, structurée, 10 lignes maximum, qualité rédactionnelle

Le contenu de la note : **4 pts**

Quatre principaux avantages justifiés *1 pt par avantage*

- Repose sur des critères fondamentaux en termes de suivi de la clientèle : fréquence d'achat, récurrence et montant moyen des achats.
- Permet de classer, segmenter la clientèle en clients performants et clients moins performants pour mieux cibler et adapter les opérations de relance ou de suivi de clientèle.
- Permet une analyse multi-critères pertinente de la clientèle et de récompenser les clients plus performants pour l'entreprise.
- Relativement simple à mettre en place et peut être réalisée informatiquement.

Accepter toute réponse cohérente sous réserve qu'elle corresponde à un avantage significatif

III.2. Les notes globales obtenues par la méthode de notation de la clientèle **8 Points**

Cf. ANNEXE .VI.1 8 points

III.3. Le classement des trois clients à récompenser **6 Points**

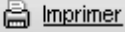
Cf. ANNEXE .VI.2 6 points

ANNEXE .VI. Total : 14 Points

**LA RÉDACTION DU MESSAGE DU PREMIER COURRIEL DE L'OPÉRATION DE PROSPECTION
« AZUR PLAISANCE » SARL**

✉ **Écrire un message**

< Boîte de réception

Envoyer Enregistrer dans Brouillons Annuler 

A : Adresse électronique du prospect

Cc : **cci** [Accéder à Mes Contacts](#)

Objet : Le nouveau voilier de vos rêves **1 pt pour l'ensemble des informations : destinataire, objet, signature...**

📎 Pièce(s) jointe(s) : 📎 -

Monsieur X,

***Vous envisagez de devenir propriétaire d'un voilier neuf !
Vous en rêviez depuis longtemps... Désormais c'est possible***

Personnalisation et accroche : 1 pt

*Grâce à notre expérience de plus de 20 ans dans le nautisme, la société « AZUR PLAISANCE », idéalement située à Nice et à St-Tropez, dispose d'une équipe de conseillers capable de vous guider et de vous proposer les solutions les mieux adaptées à vos besoins et à vos ambitions en matière de nautisme. **Nous pourrons ensemble élaborer le projet de vos rêves...***

Nous sommes concessionnaire « ETAP Yachting », fabricant belge de bateaux de renom, qui propose une large gamme de voiliers sûrs, confortables et insubmersibles, aux qualités marines reconnues. Mais nous pouvons aussi mettre à votre disposition un large choix de voiliers des marques les plus réputées...

Dès à présent et sans obligation de votre part, recevez notre offre promotionnelle « privilège » qui vous est personnellement réservée

Susciter l'intérêt : 1 pt

- J'accepte de recevoir votre offre promotionnelle « privilège »...
- Non, je ne souhaite pas recevoir d'offres de la part de votre société...


Cliquez ici pour VALIDER votre sélection et envoyer ce message

Si vous ne souhaitez plus recevoir nos offres commerciales, **cliquez ici**


Formulaire de réponse : 1 pt




***La Direction
Société « AZUR PLAISANCE »***

LA RÉDACTION DU MESSAGE DU DEUXIÈME COURRIEL DE L'OPÉRATION DE PROSPECTION
« AZUR PLAISANCE » SARL

 **Écrire un message**

< [Boîte de réception](#)

 [Imprimer](#)

A :		 Accéder à Mes Contacts
Cc :	cci	
Objet :		
 Pièce(s) jointe(s) :	 -	

Corrigé ANNEXE .III. 10 POINTS

LE CALCUL DES VENTES ET DES CHARGES PRÉVISIONNELLES DE L'OPÉRATION DE PROSPECTION - « AZUR PLAISANCE » SARL

1. Le calcul du nombre de ventes prévisionnelles de voiliers « ETAP 34s » de l'opération 3 pts

Données prévisionnelles obtenues à partir des NORMES constatées dans le secteur de la plaisance pour ce type d'opération	Détail des calculs	Résultats
▪ Nombre de plaisanciers en fichier		5 000
▪ Nombre de prospects sélectionnés pour l'envoi du 1 ^{er} courriel		1 000
▪ Nombre de retours du 1 ^{er} courriel : nombre de prospects ayant répondu positivement au 1 ^{er} courriel pour une demande d'informations	$1\ 000 \times 0,15$	150 ½ pt
▪ Nombre de retours du 2 ^{ème} courriel : nombre de prospects inscrits à la « mini croisière »	$150 \times 0,50$	75 ½ pt
▪ Nombre de prospects participant effectivement à la « mini croisière »	$75 \times 0,80$	60 ½ pt
▪ Nombre de ventes prévisionnelles de voiliers « ETAP 34s » réalisées à l'issue des « mini croisières »	$60 \times 0,25$	15 ½ pt
▪ Taux global de concrétisation : nombre de ventes prévisionnelles par rapport au nombre de prospects sélectionnés pour l'envoi du 1 ^{er} courriel	$(15 / 1\ 000) \times 100$	1,5% 1 pt

NB : Note divisée par deux si détail des calculs absent

2. Le calcul du CA HT prévisionnel et de la MB totale prévisionnelle de l'opération 3,5 pts

TARIF PROMOTIONNEL pratiqué dans le cadre de l'opération de prospection pour le voilier « ETAP 34s »			
PRIX DE VENTE TTC Promotionnel Unitaire	PRIX DE VENTE HT Promotionnel Unitaire	PRIX D'ACHAT HT Unitaire	MARGE BRUTE Unitaire
Détail des calculs : $112\ 775 \times 0,95$	Détail des calculs : $107\ 136,25 / 1,196$	66 005,43 €	Détail des calculs : $89\ 578,80 - 66\ 005,43$
Résultat : 107 136,25 € ½ pt	Résultat : 89 578,80 € ½ pt		Résultat : 23 573,37 € ½ p
CHIFFRE D'AFFAIRES HT prévisionnel de l'opération	Détail des calculs : $89\ 578,80 \times 15$	MARGE BRUTE TOTALE prévisionnelle de l'opération	Détail des calculs : $23\ 573,37 \times 15$
	Résultat : 1 343 682,00 € 1 pt		Résultat : 353 600,55 € 1 pt

NB : Note divisée par deux si détail des calculs absent

Arrondir vos résultats à 2 chiffres après la virgule

3. Le calcul du montant total prévisionnel des charges directes de mise en place de l'opération 3,5 pts

NATURES DES CHARGES	Détail des calculs	MONTANT TOTAL
▪ Frais de location du fichier des plaisanciers	$5\ 000 \times 0,30$	1 500,00 € ½ pt
▪ Coût d'envoi des courriels	$(1\ 000 + 150) \times 0,50$	575,00 € ½ pt
▪ Ticket d'entrée pour la location d'une licence ASP	Néant - report	610,00 €
▪ Coût des contacts téléphoniques	$75 \times 1,20$	90,00 € ½ pt
▪ Frais d'hébergement des prospects	60×120	7 200,00 € ½ pt
▪ Coût de la journée « mini croisière découverte »	$(60 / 2) \times 110$	3 300,00 € ½ pt
▪ Charges directes de personnel	$1\ 343\ 682,00 \times 0,13$	174 678,66 € ½ pt
CHARGES DIRECTES DE MISE EN PLACE DE L'OPÉRATION		187 953,66 € ½ pt

NB : Note divisée par deux si détail des calculs absent

Arrondir vos résultats à 2 chiffres après la virgule

**LA DÉTERMINATION DU RÉSULTAT BRUT PRÉVISIONNEL
DE L'OPÉRATION DE PROSPECTION - « AZUR PLAISANCE » SARL**

3 Points

POSTES	MONTANT	% du CA HT ¹
▪ CHIFFRE D'AFFAIRES HT prévisionnel	1 343 682,00 €	100%
▪ MARGE BRUTE TOTALE prévisionnelle	353 600,55 € <small>½ pt</small>	26,32%
▪ TOTAL prévisionnel DES CHARGES DIRECTES DE MISE EN PLACE DE L'OPÉRATION	187 953,66 € <small>½ pt</small>	13,99%
▪ RÉSULTAT BRUT prévisionnel	165 646,89 € <small>1 pt</small>	12,33% <small>1 pt</small>

¹: Chiffre d'affaires HT

Arrondir vos résultats à 2 chiffres après la virgule

Indiquez ci-dessous le détail de vos calculs pour la ligne « RÉSULTAT BRUT prévisionnel »

▪ MONTANT :	$353\ 600,55 - 187\ 953,66 = 165\ 646,89\ €$
▪ % du CA HT :	$(165\ 646,89 / 1\ 343\ 682,00) \times 100 = 12,3278 = 12,33\%$

Ou $26,32 - 13,99 = 12,33$

NB : Note divisée par deux si détail des calculs absent

✓ Vos commentaires relatifs au RÉSULTAT BRUT prévisionnel de l'opération de prospection :

2 Points

- Le résultat brut prévisionnel est positif, il dégage donc une marge excédentaire. *½ pt*
- Les charges directes de l'opération sont couvertes, le seuil de rentabilité est dépassé. *½ p*
- L'objectif de résultat brut est atteint et même légèrement dépassé 12,33% pour un objectif de 12%. **On peut estimer en fonction de ces résultats prévisionnels que l'opération sera rentable et dégagera des profits.** *1 pt*

LA RÉALISATION D'UN ARGUMENTAIRE DE VENTE

2 pts par Argument structuré, adapté et pertinent

PROFILS		Caractéristiques	Avantages	Preuves
1. prospect qui souhaite réaliser un placement afin de percevoir un complément de revenus régulier rentable.	ARGUMENT 1	<i>Vous percevez un loyer annuel garanti, net de toutes charges, équivalent à 5% du montant HT de votre investissement ½ pt</i>	<i>Vous bénéficiez donc d'un placement avec une forte rentabilité garantie 1 pt</i>	<i>Pour un investissement minimum de 143 000 € vous percevez un revenu locatif annuel d'un montant de 7 150 € et cela pendant 12 ans ½ pt</i>
	ARGUMENT 2	<i>Vous pouvez déduire de l'imposition des revenus tirés de cette location les charges (frais de gestion, charges de copropriété, taxe foncière), les intérêts d'emprunts, les amortissements ½ pt</i>	<i>Vous réduirez ainsi le montant de vos impôts et augmentez la rentabilité de votre placement Vous bénéficiez donc de revenus défiscalisés 1 pt</i>	<i>En effet vous avez le statut de loueur en meublé qui vous autorise à effectuer ces déductions ½ pt</i>
2. prospect qui souhaite vendre son bien à terme pour réaliser une plus-value.	ARGUMENT 1	<i>Vous achetez votre logement en HT ½ pt</i>	<i>Vous pouvez donc le revendre à un particulier à sa valeur TTC et réaliser une plus value au moins égale à 19,6% du prix HT 1 pt</i>	<i>En effet vous avez le statut de loueur en meublé qui vous autorise à récupérer la TVA sur l'achat de votre logement ½ pt</i>
	ARGUMENT 2	<i>Votre logement se situe dans un haut lieu du tourisme, la Côte d'Azur, dans un cadre privilégié, à proximité de toutes les commodités ½ pt</i>	<i>Vous bénéficiez d'un logement avec une forte demande locative qui vous assure à terme une vente aisée de votre bien 1 pt</i>	<i>En effet, notre Résidence de tourisme classée se doit de respecter tous les critères qualitatifs pour s'assurer un fort potentiel locatif. Regardez nos plans ½ pt</i>
3. prospect qui souhaite financer l'acquisition d'un logement pour une utilisation personnelle future.	ARGUMENT 1	<i>Des appartements en villas provençales de construction traditionnelle avec terrasse abritée, jardin privatif clôturé et arboré, des parties communes avec espaces verts aménagés, voirie et chemins piétons éclairés ½ pt</i>	<i>Vous bénéficiez d'un logement agréable et très fonctionnel dans un cadre prestigieux avec des prestations immobilières de haut de gamme 1 pt</i>	<i>En effet, notre Résidence de tourisme classée se doit de respecter tous les critères qualitatifs pour s'assurer une forte demande locative. Regardez nos plans ½ pt</i>
	ARGUMENT 2	<i>La location de votre appartement en meublé est assurée, pour une durée de 12 ans, par la société d'exploitation hôtelière qui gère la résidence ½ pt</i>	<i>Vous êtes libéré de tout souci de gestion et vous percevez un revenu locatif qui vous permet de financer l'achat de votre logement 1 pt</i>	<i>Pas de recherche de locataire, d'impayé, d'entretien du logement. Vous le récupérez au bout de 12 ans quasiment financé, dans un état irréprochable pour votre utilisation personnelle ½ pt</i>

NB : Accepter tout argument structuré, adapté et pertinent

Corrigé ANNEXE .VI. 14 POINTS

LA DÉTERMINATION DE VOS RÉSULTATS DE L'OPÉRATION « À NOS CLIENTS »

1. La notation de vos clients en fichier par la méthode « Le scoring RFM » 8 Points

Notation effectuée le 05/06/2006 sur une période de 6 mois du 05/12/2005 au 05/06/2006

RÉF. CLIENT	SOLVABILITÉ	NOTATION DES CLIENTS			
		POINTS RÉCENCE	POINTS FRÉQUENCE	POINTS MONTANT	NOTE GLOBALE
543	OUI	4 ¼ pt	3 ¼ pt	8 ¼ pt	15
678	NON ¾ pt				
154	OUI	6 ¼ p	3 ¼ p	12 ¼ p	21
233	OUI	10 ¼ p	0 ¼ p	8 ¼ p	18
356	OUI	0 ¼ p	8 ¼ p	8 ¼ p	16
345	OUI	8 ¼ p	8 ¼ p	5 ¼ p	21
987	OUI	0 ¼ p	8 ¼ p	12 ¼ p	20
123	OUI	6 ¼ p	5 ¼ p	8 ¼ p	19
657	NON ¾ pt				
1546	OUI	8 ¼ p	5 ¼ p	8 ¼ p	21

¾ pt par ligne exacte => 7,5 pts

VOS REMARQUES :

Trois clients 154 / 345 / 1546 obtiennent la notation la plus élevée : 21 points ½ pt

2. Votre proposition de classement de vos clients à récompenser dans le cadre de l'opération « À NOS CLIENTS » 2 pts par ligne si justifications du classement cohérentes : 6 Points

NB : Accepter tout classement justifié de façon cohérente et commerciale

Corrigé INDICATIF - Exemple de critère pour départager les clients : Montant total des achats

Fréquence d'achat x Panier moyen = Montant total des achats

VOS TROIS CLIENTS PROPOSÉS POUR ÊTRE RÉCOMPENSÉS			VOS JUSTIFICATIONS EN CAS DE NOTES IDENTIQUES
1. LE CLIENT EXCELLENCE	Réf. : 345 Raison sociale : CHERRA	Note Globale : 21	Exemple : <i>Réalise le montant total des achats le plus élevé sur la période :</i> $12 \times 7\,460 = 89\,520 \text{ €}$ <i>2 pts</i>
2. LE CLIENT VIP	Réf. : 1546 Raison sociale : MELAN	Note Globale : 21	Exemple : <i>Réalise le montant total des achats le 2^{ème} plus élevé sur la période :</i> $10 \times 8\,400 = 84\,000 \text{ €}$ <i>2 pts</i>
3. LE CLIENT PRIVILÈGE	Réf. : 154 Raison sociale : GRENOT	Note Globale : 21	Exemple : <i>Réalise le montant total des achats le 3^{ème} plus élevé sur la période :</i> $6 \times 11\,500 = 69\,000 \text{ €}$ <i>2 pts</i>