

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL

SPÉCIALITÉ COMMERCE

Session 2018

E2

ÉPREUVE TECHNOLOGIQUE PRÉPARATION ET SUIVI DE L'ACTIVITÉ DE L'UNITÉ COMMERCIALE

Le dossier comporte 19 pages numérotées 1/19 à 19/19.

Assurez-vous que le dossier qui vous est remis est complet.

Les candidats répondent sur les documents fournis dans le sujet et sur leur copie.

Les annexes sont à rendre à la fin de l'épreuve agrafées dans la copie anonymée.

L'usage de tout modèle de calculatrice, avec ou sans mode examen, est autorisée.

L'usage du dictionnaire est interdit.

NB : Les informations fournies dans ce sujet sont inspirées d'un cas réel dans lequel des données ont été modifiées pour des raisons de confidentialité.

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL COMMERCE		
E2 - ÉPREUVE TECHNOLOGIQUE – PRÉPARATION ET SUIVI DE L'ACTIVITÉ DE L'UNITÉ COMMERCIALE		
SUJET	COEF. : 4	DUREE : 3 heures
Repère : AP 1806-CO 2	SESSION : 2018	PAGE 1 / 19



Pour des enfants à la mode - 0/14 ans

Juillet 1995, Chantal et Pierre Mestre fondent la société Orchestra avec pour objectif la création d'une marque de vêtements pour enfants et d'un concept de distribution unique.

En 2006, le concept évolue et migre vers la périphérie des villes : ces "Grands Orchestra" permettent de proposer à la fois plus de choix de produits mais également plus de services.

En 2009, face à la montée en puissance des promotions incessantes, Orchestra décide de révolutionner le mode de consommation en proposant un système d'avantages permanents pour ses clients : le Club Orchestra.



En adhérant au Club via une cotisation annuelle de 30 €, les membres bénéficient des prix Club, soit - 50% sur TOUTES les collections.

Vous venez d'être embauché(e) en tant que vendeur(se) dans le magasin de Saint-Dizier (en Haute-Marne) qui a quitté le centre-ville l'année dernière pour s'installer dans la zone commerciale du Chêne Saint-Amand en périphérie.

Avec ce nouvel emplacement, le magasin a pu toucher une nouvelle clientèle qui fréquentait peu le centre-ville.

Aujourd'hui, le 6 juin 2018, un an après l'ouverture du nouveau magasin, votre responsable, madame Angélique Caillou souhaite analyser l'impact de ce déménagement sur ses résultats et mieux connaître les attentes de sa clientèle.

PARTIE 1 : L'analyse de l'impact du déménagement sur les résultats

PARTIE 2 : La contribution à la satisfaction de la clientèle

PARTIE 3 : La mesure de la rentabilité du rayon « Cosmétiques »

PARTIE 4 : La participation à la gestion et à l'attractivité du magasin

Liste des documents

Document 1	Avis des consommateurs	Pages 8-9
Document 2	Extrait des questionnaires « Votre avis nous intéresse »	Page 10
Document 3	Ventes de cosmétiques en mai 2018	Page 11
Document 4	Implantation du rayon « Cosmétiques »	Page 12
Document 5	Ventes pendant la campagne de communication « Les petits ambassadeurs » Avril / Mai 2018	Page 12

Liste des annexes


Annexe 1	Comparatif des résultats avant et après le déménagement	Page 13
Annexe 2	Comparatif des résultats par rapport aux objectifs fixés	Page 14
Annexe 3	Ratios commerciaux du rayon cosmétiques pour le mois de mai	Page 15
Annexe 3 bis	Détails des calculs de la première ligne du Parfum Mademoiselle Orchestra	Page 16
Annexe 4	Analyse du rayon « Cosmétiques »	Page 17
Annexe 5	Comparaison des ventes de la famille 1-4 ans du magasin de Saint-Dizier et de la région du Grand Est	Page 18
Annexe 6	Comparaison des parts des ventes réalisées par famille de la gamme 1-4 ans en 2017 et 2018 au sein du magasin de Saint-Dizier	Page 19

PARTIE 1 L'analyse de l'impact du déménagement sur les résultats


Le changement d'implantation du magasin dans la zone commerciale du Chêne Saint-Amand a nécessité des investissements importants. Pour les rentabiliser, madame Caillou s'est fixée des objectifs de vente ambitieux. Un an après le déménagement, madame Caillou veut faire un premier bilan des résultats du magasin et savoir si cette stratégie d'implantation en périphérie de la ville est judicieuse.

Travail à faire :

1.1 Comparer les données du nouveau point de vente avec celles de l'ancien point de vente.


 Compléter l'**annexe 1** (à rendre avec la copie).

1.2 Mesurer l'écart en valeur par rapport aux objectifs fixés et calculer les taux de réalisation du magasin.

 Compléter l'**annexe 2** (à rendre avec la copie).

À partir des **annexes 1 et 2** :

1.3 Analyser les résultats obtenus et indiquer si le déménagement a été judicieux en illustrant votre réponse.

 Répondre sur **la copie**.

PARTIE 2 La contribution à la satisfaction de la clientèle

Les résultats de 2017 étant encourageants, madame Caillou veille à entretenir la satisfaction de sa clientèle. Pour cela, elle s'intéresse aux commentaires laissés sur les sites Internet tels que celui de 60 millions de consommateurs et sur la page Facebook du magasin Orchestra de Saint-Dizier.

Travail à faire :


À partir du **document 1** :

- 2.1 Repérer quatre éléments de satisfaction de la clientèle.
- 2.2 Repérer trois éléments d'insatisfaction et proposer une solution pour chacun d'entre eux.

 Répondre sur **la copie**.

Pour donner suite aux réclamations des clientes, madame Caillou souhaite mettre en place un système d'achat sur Internet avec retrait en magasin sous 3 heures (e-réservation).

- 2.3 Citer deux avantages et deux contraintes pour le magasin de la mise en place de ce système de retrait.

 Répondre sur **la copie**.


Madame Caillou a mis en œuvre une enquête de satisfaction en magasin intitulée « Votre avis nous intéresse ». Elle vous demande d'étudier les questionnaires complétés par les clients.

À partir du **document 2** :

- 2.4 Identifier une raison possible de mécontentement et proposer une solution pouvant satisfaire le client pour chaque questionnaire. Présenter les réponses sous forme structurée.

 Répondre sur **la copie**.

- 2.5 Proposer un autre outil pour mesurer la satisfaction de la clientèle en justifiant votre choix.

 Répondre sur **la copie**.

PARTIE 3 La mesure de la rentabilité du rayon « Cosmétique »



Orchestra vous présente sa gamme de
produits de soin et de beauté
FABRIQUÉS EN FRANCE
pour être tout beau tout propre ☺
Bien fait pour nous!



Le déménagement de ce nouveau magasin a permis d'accorder plus de place à l'univers cosmétiques pour enfant.

Madame Caillou souhaite optimiser son implantation et vous demande d'étudier les ventes des produits cosmétiques.


Travail à faire :

À partir du **document 3** :

3.1 Calculer les ratios commerciaux pour le mois de mai 2018 et justifier vos calculs.

 Compléter **les annexes 3 et 3 bis (à rendre avec la copie)**.

3.2 Repérer les 2 produits les plus rentables. Justifier.


 Répondre sur **la copie**.

À partir du **document 4** :


Pour donner suite aux résultats obtenus, vous devez analyser l'implantation actuelle du rayon.
Pour cela :

3.3 Calculer :

- ▶ les indices de sensibilité des trois sous-familles du rayon cosmétiques ;
- ▶ le nouveau linéaire théorique.

 Compléter **l'annexe 4 (à rendre avec la copie)**.

3.4 Présenter et justifier les modifications que vous souhaitez apporter au linéaire.

 Répondre sur **la copie**.

PARTIE 4 La participation à la gestion et à l'attractivité du magasin


Orchestra vient de lancer une nouvelle collection « Les petits ambassadeurs » sur toute la région du Grand-Est le 1^{er} avril 2018. Celle-ci porte sur la gamme 1-4 ans.

Madame Caillou souhaite analyser l'impact de cette nouvelle collection sur les ventes de son magasin pour les mois d'avril et mai 2018.


Travail à faire :

À partir du **document 5** :

- 4.1** Calculer les résultats des ventes de la gamme 1- 4 ans de votre magasin par rapport à ceux de la région Grand-Est pour les mois d'avril et mai 2017 et 2018.

 Compléter **l'annexe 5 (à rendre avec la copie)**.


- 4.2** Analyser et commenter les ventes de la gamme 1-4 ans du magasin de Saint-Dizier par rapport à celles de la région Grand-Est.

 Répondre sur **la copie**.

- 4.3** Calculer :

- la part de ventes réalisées par la famille Pantalons-leggings en 2018 et celle réalisée par la famille Polos-chemises en 2017 ;


- les écarts entre les parts de vente réalisées par chaque famille entre le 2017 et 2018.

 Compléter **l'annexe 6 (à rendre avec la copie)**.

- 4.4** Analyser la répartition du chiffre d'affaires de la gamme 1-4 ans par sexe et par famille.

 Répondre **et justifier les réponses sur la copie**.

- 4.5** Distinguer les familles de produits de la gamme 1-4 ans pour lesquelles le lancement de la nouvelle collection « Les petits ambassadeurs » a eu un impact positif de celles pour lesquelles l'impact a été négatif.

 Répondre sur **la copie**.

Document 1 :

Avis des consommateurs Orchestra / Site Internet de 60 millions de consommateurs



Carte avantage Orchestra!

[RÉPONDRE](#)

Re: Carte avantage Orchestra!

[CITER](#)

par [JODICE](#) » 18 Mai 2017, 12:18

Très déçue de la carte CLUB Orchestra que je n'ai pas réussi à utiliser pour faire mes achats sur Internet suite à un problème technique. Je me suis rendue au magasin de Saint Dizier pour expliquer mon problème et la vendeuse m'a dit que cela ne concernait pas le magasin !

Une fois sur place, j'ai voulu acheter une robe taille 4 ans pour ma fille que j'avais vu sur Internet et l'article que je voulais n'était pas disponible. Bref, j'ai perdu patience et je suis allée voir ailleurs !

Re: Carte avantage Orchestra!

par [AnnaM](#) » 07 Janvier 2017, 14:07

Bonjour,

Bonjour,

Domage que je ne puisse faire mes achats sur Internet et retirer mon colis en magasin gratuitement dans la journée comme le font d'autres magasins !


Document 1 (suite) :

Avis des consommateurs Orchestra sur la page Facebook du magasin

facebook [Inscription](#)

Adresse e-mail ou mobile Mot de passe [Connexion](#)

Informations de compte détaillées




Orchestra - Saint Dizier

- Accueil
- Publications
- Avis**
- Photos
- Communauté
- Vidéos
- Événements
- À propos

[Créer une Page](#)




4,9 ★ 4,9 étoiles sur 5
19 avis



5 étoiles 18
4 étoiles 1
3 étoiles
2 étoiles
1 étoile


 **Angelique Collignon** a donné son avis sur Orchestra - Saint Dizier - 5+


12 avril · 🌐


au top et une superbe collection été comme toujours .des vendeuses extra souriantes et a l'écoute et une responsable vraiment super .

 J'aime  Commenter  Partager

  2


 Orchestra - Saint Dizier Merci Angelique Collignon c'est très gentil !! Nous sommes ravie de vous accueillir à chaque fois que vous venez 😊😄




J'aime · Répondre ·  1 · 12 avril, 17:11


 **Lucie Parmentier** a donné son avis sur Orchestra - Saint Dizier - 5+ ...

4 mars · 🌐

J'adore pour mon fils! Accueil sympa, prix attractifs. Personnel disponible quand on a besoin




 1 1 commentaire


 J'aime  Commenter  Partager


 **Cecile Evrard Guillou** a donné son avis sur Orchestra - Saint Dizier - 5+ ...

11 mars · 🌐

Et j adore depuis 6 ans déjà! Magasin agréable, jolies collections et aire de jeu parfaite pr occuper les enfants !

 J'aime  Commenter  Partager

 1

 Orchestra - Saint Dizier Merci beaucoup pour vos compliments et votre fidélité 😊😄

J'aime · Répondre · 12 mars, 01:13

Document 2 :

Extrait des questionnaires Orchestra « Votre avis nous intéresse »

Date : 21 Avril 2018 Fiche n°28	Nom du client : Mme Dubois Courriel ou téléphone portable : a-dubois@gmail.com
Je préfère acheter des produits en coton biologique car souvent ma fille de 3 ans fait des allergies. J'ai trouvé dans vos rayons des tee-shirts mais pas de sweat-shirts. Pourquoi ?	

Date : 26 Avril 2018 Fiche n°29	Nom du client : Mme Yvan Courriel ou téléphone portable : b.yvan@yahoo.fr
Je suis vraiment mécontente car j'ai dû attendre plus de 20 minutes en caisse tellement il y avait de monde !	

Date : 03 Mai 2018 Fiche n°30	Nom du client : Mme Paul Courriel ou téléphone portable : gpaul@gmail.com
Au rayon des chaussures, j'ai cherché le prix d'une jolie paire de baskets mais en vain. Aucune vendeuse n'était disponible, elles étaient toutes occupées à conseiller... sauf pour moi !	

Date : 15 Mai 2018 Fiche n°31	Nom du client : Mme Fournier Courriel ou téléphone portable : 07.55.54.48.28
Je cherchais une ceinture pour mon fils. C'est seulement au bout de 20 minutes que j'ai enfin trouvé les ceintures... au bout du rayon des chaussures !	

Document 3 :**Ventes de cosmétiques en mai 2018**


Produits	Prix d'achat HT (€)	Prix de vente TTC (€)	Quantités vendues avec la carte Orchestra	Quantités vendues sans la carte Orchestra
Le bain				
Billes de bain	4,00	9,95	32	5
Galets de bain	2,00	4,95	48	2
Sels de bain	2,80	6,95	27	1
Le maquillage				
Vernis à ongles	4,00	9,95	54	14
Baumes à lèvres	3,80	9,90	72	26
Brillants à lèvres	3,80	9,85	113	35
Le parfum				
Mademoiselle Orchestra	6,20	14,95	5	1
French Canaille	5,80	14,90	9	0
Petit Ange	6,00	14,85	12	4

NB : Taux de TVA : 20 %

Document 4 :

Implantation du rayon « Cosmétiques »

Le bain	Le Maquillage		Le Parfum	
Billes de bain	Brillants à lèvres	Brillants à lèvres	Petit Ange	Petit Ange
Sels de bain	Baumes à lèvres	Baumes à lèvres	Mademoiselle Orchestra	Mademoiselle Orchestra
Galets de bain	Vernis à ongles	Vernis à ongles	French Canaille	French Canaille


Linéaire au sol : 2 m

Document 5 :

**Ventes pendant la campagne de communication
« Les petits ambassadeurs » Avril / Mai 2018**

Ventes Avril/Mai 2018 – Famille 1/4 ans (extrait)

Ventes Grand-Est :	Avril : 160 794 €	Mai : 168 816 €
Ventes Magasin Saint-Dizier :	Avril : 42 161 €	Mai : 47 509 €

ANNEXE 1 (à rendre avec la copie)

Comparatif des résultats avant et après le déménagement

	Ancienne adresse	Nouvelle adresse	Taux d'évolution (*) en %
Surface de vente en m ²	280	500	
Nombre de références	24 000	39 500	
Chiffre d'affaires en €	750 000	1 258 000	
Rendement au m ² en €	2 678,57	2 516	
Nombre de clients	17 885	27 944	
Panier moyen en €			
Détail des calculs pour la nouvelle adresse			
Panier moyen en € :			
Taux d'évolution du CA :			
Taux d'évolution du panier moyen :			

(*) Arrondir à deux chiffres après la virgule

ANNEXE 2 (à rendre avec la copie)**Comparatif des résultats par rapport aux objectifs fixés**

	Réalisations	Objectifs	Écart en valeur en € (*)	Taux de réalisation (*) en %
Chiffre d'affaires en €	1 258 000	1 012 500		
Rendement au m² en €	2516	2100		
Nombre de passages en caisse	27 944	25 000		
Panier moyen en €		40		

(*) Arrondir à deux chiffres après la virgule

Détail des calculs

Écart chiffre d'affaires en valeur :

Taux de réalisation du rendement :

Taux de réalisation du panier moyen :

ANNEXE 3 (à rendre avec la copie)**Ratios commerciaux du rayon « Cosmétiques » pour le mois de mai 2018**

Univers	Produits	Prix de vente unitaire HT en € ⁽¹⁾	Marge unitaire en € ⁽¹⁾	Quantités vendues	Chiffre d'affaires HT en € ⁽¹⁾	Marge totale en € ⁽¹⁾	Taux de marque en % ⁽²⁾	Coefficient multiplicateur ⁽²⁾
Le bain	Billes de bain	8,20	4,00	5	41,00	20,00	48,780	2,488
	Galets de bain	4,13	2,13	2	8,26	4,26	51,574	2,475
	Sels de bain	5,79	2,99	1	5,79	2,99	51,641	2,481
Le maquillage	Vernis à ongles	8,29	4,29	14	116,06	60,06	51,749	2,488
	Baumes à lèvres	8,25	4,40	26	214,50	114,40	53,330	2,605
	Brillants à lèvres	8,21	4,41	35	287,35	154,35	53,715	2,592
Le parfum	Petit Ange	12,38	6,38	4	49,52	25,52	51,535	2,475
	French Canaille							
	Mademoiselle Orchestra							

(1) Arrondir à deux chiffres après la virgule

(2) Arrondir à trois chiffres après la virgule

ANNEXE 3 bis (à rendre avec la copie)**Détails des calculs pour la ligne Parfum/ Mademoiselle Orchestra/ Avec la carte**

Prix de vente unitaire HT en €	
Marge unitaire en €	
Chiffre d'affaires HT en €	
Marge totale en €	
Taux de marque	
Coefficient multiplicateur	

ANNEXE 4 (à rendre avec la copie)

Analyse du rayon « Cosmétiques »

Sous-famille	Chiffre d'affaires HT du mois de mai en € ⁽¹⁾	Part du chiffre d'affaires HT en % ⁽¹⁾	Linéaire développé en mld	Part du linéaire développé en % ⁽¹⁾	Indice de sensibilité ⁽¹⁾	Nouveau linéaire théorique en mld ⁽²⁾
Le bain	365,03					
Le maquillage	1613,60					
Le parfum	223,30					
Totaux						

(1) Arrondir à deux chiffres après la virgule(2) Arrondir à l'entier le plus proche**Détails des calculs de la sous-famille Bain :**

Part du CA HT en %	
Linéaire développé en mld	
Part du linéaire développé en %	
Indice de sensibilité	
Nouveau linéaire théorique en mld	

ANNEXE 5 (à rendre avec la copie)

Comparaison des ventes de la gamme 1-4 ans du magasin de Saint-Dizier et de la région Grand Est

	<i>Ventes de la gamme 1-4 ans</i>							
	<i>Avril 2017</i>	<i>Mai 2017</i>	<i>Total Avril/Mai 2017 en €</i>	<i>Avril 2018 en €</i>	<i>Mai 2018 en €</i>	<i>Total Avril/Mai 2018 en €</i>	<i>Part des ventes magasin Saint-Dizier /région en Avril/Mai 2017 en % ⁽¹⁾</i>	<i>Part des ventes du magasin Saint-Dizier / région en Avril/Mai 2018 en % ⁽¹⁾</i>
Ventes région Grand-Est	152 982	155 813						
Ventes magasin Saint-Dizier	38 717	37 856						

(1) Arrondir à deux chiffres après la virgule**Justificatif du calcul *Part des ventes magasin Saint-Dizier en Avril/Mai 2017***

<i>Part des ventes magasin Saint-Dizier /région en Avril/Mai 2017</i>	
--	--

ANNEXE 6 :**Comparaison des parts des ventes réalisées par famille de la gamme 1-4 ans en 2017 et 2018 au sein du magasin de Saint-Dizier**

Noms des familles 1 AN à 4 ANS		Part des familles d'articles en mai 2017	Part des familles d'articles en mai 2018	Écarts en points entre 2017 et 2018
FILLE	Robes	8,25 %	12,32 %	
	Tee-shirts	25,24 %	20,71 %	
	Pantalons, leggings	21,12 %		
	Accessoires	6,43 %	2,05 %	
GARÇON	Polos, chemises		2,20 %	
	Tee-shirts	21,59 %	26,61 %	
	Pantalons, jeans	5,72 %	9,85 %	
	Accessoires	4,53 %	1,61 %	
TOTAL		100 %	100 %	

Détail des calculs pour : Pantalons, leggings Fille

Part de la famille d'article en mai 2018 :
Écart :