

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL
METIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE

OPTION B
Prospection client et valorisation de l'offre commerciale

Session 2022

E2

ÉPREUVE TECHNOLOGIQUE
Analyse et résolution de situations professionnelles
ÉLÉMENTS DE CORRIGÉ

Le dossier comporte 11 pages numérotées 1/11 à 11/11.

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

Les candidats répondent uniquement sur les copies remises par le centre d'examen.

L'usage du dictionnaire n'est pas autorisé.

L'usage de calculatrice avec mode examen actif est autorisé.

L'usage de calculatrice sans mémoire « type collège » est autorisé.

N.B. : 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 MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
OPTION B Prospection clientèle et valorisation de l'offre commerciale		
E2 Analyse et résolution des situations professionnelles		
Durée : 3 heures	Coefficient : 4	SESSION 2022
CORRIGÉ	C2206-MCVB-2 1	Page 1 sur 12

[vire- volte]

« L'envie de créer des parfums naturels m'est venue peu de temps après la naissance de mon premier enfant, lorsque je me suis rendu compte que mon bébé était très souvent en contact avec ma peau, près de la zone où je me parfumais. J'ai alors souhaité ne plus porter de parfums aux molécules chimiques et synthétiques. Mon désir de trouver des parfums naturels, sensoriels et féminins est devenu de plus en plus grand. J'ai cherché en vain. C'est alors qu'il m'est venu l'idée de créer ma propre marque de parfum pour permettre aux femmes de ne plus avoir à choisir entre naturalité et plaisir. C'est ainsi que Virevolte est né. » - Julie DEBOMER, fondatrice de Virevolte



Virevolte a été créée en 2019 par Julie Debomer. Cette entreprise fabrique et commercialise depuis septembre 2020, une gamme de parfums composés de produits naturels. La gamme est fabriquée en France et se décline en 4 eaux de parfums vendus en flacons de 50ml, 8ml ou en coffret découverte (4 x 8 ml). Les parfums sont certifiés.

Virevolte est installé rue Berbisey à Dijon (21), dans un showroom où sont présentés les produits. L'entreprise a débuté la vente de ses parfums auprès des particuliers sur un site Internet marchand : www.parfumsvirevolte.com.

Pour assurer son développement, Virevolte doit répondre à une problématique importante : une marque méconnue ne peut pas se limiter à une simple distribution sur Internet, car le critère d'achat numéro un d'un parfum est son odeur.

C'est pourquoi, Julie Debomer, la responsable de l'entreprise, a décidé de mettre en place une distribution sélective via des revendeurs ayant une sensibilité aux produits naturels et écoresponsables.

C'est dans ce contexte que vous venez d'être recruté en tant que commercial, pour renforcer l'équipe de Virevolte composée de 4 personnes.

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
OPTION B Prospection clientèle et valorisation de l'offre commerciale		
E2 Analyse et résolution des situations professionnelles		
Durée : 3 heures	Coefficient : 4	SESSION 2022
CORRIGÉ	C2206-MCVB-2 1	Page 2 sur 12

MISSION 1 : PARTICIPER AUX ACTIONS DE PROSPECTION

Avant de vous mettre en contact avec la clientèle potentielle, Julie Debomer vous charge de réaliser une étude de marché concernant les cosmétiques bio et naturels. Cette activité vous permettra de mieux appréhender les spécificités de ce marché pour ensuite participer aux missions de prospection.

Activité 1 : analyser le marché



Pour vous permettre d'analyser l'environnement de l'entreprise, Julie Debomer vous remet un dossier documentaire. Elle vous demande d'étudier le marché des cosmétiques naturels et bio puis d'identifier les atouts de Virevolte sur ce marché.

⇒ À partir des ressources n°1 à 5 et de vos compétences réaliser les activités 1.1 à 1.3

1.1 Relever deux forces et deux faiblesses du marché des cosmétiques bio et naturels.

Corrigé (Ressource n°2)

Accepter toute réponse cohérente

Forces	Faiblesses
Les consommateurs se tournent vers des modes de consommation et produits plus responsables, comme les produits biologiques et naturels. Cela concerne aussi également les produits de beauté.	Le prix trop élevé pour 60 % des consommatrices
Forte augmentation de la demande, quasi doublement des Françaises achetant des produits cosmétiques bio et naturel entre 2010 et 2018 (de 33 à 60 %)	Manque de garantie et doute sur l'efficacité des produits naturels
Des acheteuses de toutes les tranches d'âge en France.	

1.2 Apprécier le développement possible de Virevolte sur le marché des cosmétiques bio et naturels, sous la forme d'une courte note destinée à Julie Debomer

Corrigé (Ressources n° 1 et 2)

Valoriser le respect de la présentation sous la forme d'une note

Accepter toute réponse cohérente

De : commercial XXX

A : Julie Debomer

Objet : Positionnement de Virevolte sur le marché des cosmétiques naturels bio

Le marché des cosmétiques naturels et bio connaît une croissance importante. En France en 2018, il représentait 757 millions d'euros. La demande a presque doublé en 8 ans et les consommateurs se tournent de plus en plus vers des produits plus responsables et respectueux de l'environnement. Le principal frein à l'achat reste le prix des produits naturels et bio.

Virevolte présente un positionnement prometteur qui répond aux tendances du marché des cosmétiques naturels et bio. En effet les parfums Virevolte sont conçus dans une démarche d'éco-conception. Fabriqués en France, leur composition est naturelle (à 99,99%, dont 81% d'ingrédients issus de l'agriculture biologique) et respectent une formule Vegan. Les flacons sont entièrement recyclables. De plus Virevolte est certifiée Cosmos Natural et bénéficie du label Slow Cosmétique.

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE

OPTION B Prospection clientèle et valorisation de l'offre commerciale

E2 Analyse et résolution des situations professionnelles

Durée : 3 heures

Coefficient : 4

SESSION 2022

CORRIGÉ

C2206-MCVB-2 1

Page 3 sur 12

1.3 Présenter trois avantages d'une distribution omnicanale pour l'entreprise Virevolte.

Corrigé (Ressources 3 à 5)

Accepter toute réponse cohérente

En choisissant une distribution omnicanale (internet + magasins), l'entreprise permet au client de bénéficier des avantages d'internet et des magasins physiques.

Avantages d'internet :

Comparer les prix

Se renseigner sur les produits

Prix plus attractifs / promotion

Avantages des magasins physiques :

85 % du CA est en magasin / 71% des Français achètent en magasin

Voir et tester les produits

Être conseiller

Bénéficier de services

La distribution omnicanale est donc indispensable pour VireVolte. Sa présence sur Internet lui permet de se faire connaître du plus grand nombre et sa présence en magasin physique lui permet de faire bénéficier ses clients des conseils des revendeurs.

Activité 2 : mener une démarche de prospection auprès d'une cible de professionnels

vire-
volte

Julie Debomer souhaite développer son réseau de revendeurs en dehors des grands circuits de distribution (chaines de parfumerie et grandes surfaces) et de la ville de Dijon. Pour cela, elle décide de proposer ses produits aux revendeurs (les commerçants) par l'intermédiaire d'une « marketplace », la plateforme Ankorstore qui pour elle, simplifie la gestion des commandes faites auprès de son entreprise.

Pour convaincre les revendeurs de référencer ses parfums et d'utiliser pour cela la plateforme Ankorstore, Julie vous demande de mener une opération de prospection téléphonique. Elle vous remet un fichier prospects constitué de commerçants qui ont déjà fait l'objet d'un premier contact.

⇒ À partir des ressources n°6 et 7 et de vos compétences réaliser les activités 2.1 à 2.3

2.1 Indiquer 4 intérêts pour Virevolte de vendre ses produits par l'intermédiaire de la plateforme Ankorstore.

Corrigé (Ressource 6)

Accepter toute réponse cohérente (4 réponses)

d'augmenter sa visibilité pour toucher plus de clients

de diminuer ses impayés et d'améliorer sa rentabilité

d'offrir à ses clients un délai de paiement et ainsi améliorer sa position commerciale

de profiter d'un paiement à réception de la commande ce qui permet d'améliorer sa trésorerie

d'offrir les frais de port à ses clients et d'être plus compétitive

de recruter plus facilement des revendeurs grâce au bon d'achat offert ce qui offre un argument supplémentaire

d'augmenter son CA en touchant un plus grand nombre de client.

de bénéficier d'une commission à 0% sur les commandes des revendeurs ramenés par VireVolte sur la plateforme ce qui permet d'améliorer sa rentabilité.

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
OPTION B Prospection clientèle et valorisation de l'offre commerciale		
E2 Analyse et résolution des situations professionnelles		
Durée : 3 heures	Coefficient : 4	SESSION 2022
CORRIGÉ	C2206-MCVB-2 1	Page 4 sur 12

2.2 Sélectionner, dans le fichier prospects, les commerçants qui pourraient devenir distributeurs de la marque Virevolte et qui feront l'objet de la prochaine opération de prospection. Vous justifierez votre choix.

Corrigé (Ressource 7)

Les commerçants qui ne sont pas encore sur la plateforme (réponse idéale)	Commerçants qu'il ne faut pas trouver sur la copie
<ul style="list-style-type: none"> - L'amandier - Bio fleur de soleil - Nuance bio 	<ul style="list-style-type: none"> - Mona lisa (parce qu'il est de DIJON) - Moulin Maurice (parce qu'il est de DIJON) - Monsieur Basil (Textile) : hors cible - Mondo Bio (pas besoin de prospection il est déjà d'accord)
Commerçants qui sont sur la plateforme et qui pourraient être prospectés (avec des justifications très précises)	
<ul style="list-style-type: none"> - Moso - Murielle Haxpahe - My Bene feels 	

2.3 Rédiger un plan d'appel téléphonique structuré dans l'objectif d'inciter le commerçant à commander les produits Virevolte sur Ankorstore.

Corrigé (Ressource 6)

Valoriser le respect de la présentation structurée du plan d'appel

Accepter toute réponse cohérente, notamment selon les choix faits sur la question 2.2

Contact	Bonjour je suis XX de l'équipe Virevolte. Je souhaiterais m'entretenir avec M.XXX ou le responsable du magasin
Raison de l'appel	Nous sommes une jeune entreprise (Dijonnaise) et nous fabriquons des parfums naturels et bio. Virevolte est en plein développement et nous cherchons des revendeurs. R1 : Nous sommes présents sur la plateforme Ankorstore. Connaissez-vous Ankorstore ? R2 : Vous êtes présent sur la plateforme Ankorstore, c'est pourquoi nous vous contactons
Objectif	Ankorstore est une plateforme de mise en relation entre les marques comme nous et les boutiques comme vous. Concrètement Ankorstore offre des délais de paiement, la gratuité des frais de port pour les boutiques et surtout nous donne la possibilité de vous offrir un bon d'achat de 200€ dès 300€ de commande. Nous voulions vous contacter aujourd'hui, pour vous proposer de faire une première commande test sans prendre trop de risque financier. Et/ou Comme vous le savez, Ankorstore est une plateforme de mise en relation entre les marques et les boutiques. Vous connaissez les avantages de cette plateforme et nous venons vous proposer d'élargir votre gamme avec nos produits bio.naturels.

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
OPTION B Prospection clientèle et valorisation de l'offre commerciale		
E2 Analyse et résolution des situations professionnelles		
Durée : 3 heures	Coefficient : 4	SESSION 2022
CORRIGÉ	C2206-MCVB-2 1	Page 5 sur 12

<p>Conclusion et congé</p>	<p>Je vous remercie, vous n'avez plus qu'à vous inscrire sur Ankorstore et vous pourrez bénéficier de l'offre.</p> <p>Je vous remercie, vous n'avez plus qu'à commander.</p> <p>Au revoir M XXX</p>
---------------------------------------	---

<p>BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE</p>		
<p>OPTION B Prospection clientèle et valorisation de l'offre commerciale</p>		
<p>E2 Analyse et résolution des situations professionnelles</p>		
<p>Durée : 3 heures</p>	<p>Coefficient : 4</p>	<p>SESSION 2022</p>
<p>CORRIGÉ</p>	<p>C2206-MCVB-2 1</p>	<p>Page 6 sur 12</p>

Cette année, Julie Debomer a l'intention de participer à plusieurs salons professionnels. Elle a retenu notamment le salon des produits biologiques, diététiques et écologiques Natexpo, qui se tiendra à Paris du 23 au 25 octobre 2022. Elle espère que cette participation permettra à Virevolte de développer ses contacts et d'accroître la notoriété de l'entreprise.

Les cibles privilégiées à cette occasion, par votre entreprise, seront les commerces de détail spécialisés en produits biologiques, écologiques, végans, éco-responsables susceptibles de commercialiser les produits Virevolte.

Activité 1 – préparer la participation au salon Natexpo

vire
volte

Julie Debomer vous annonce que vous serez présent(e) avec l'équipe sur le salon. Elle vous explique que participer à un salon professionnel ne signifie pas seulement réserver un espace et être présent les jours d'exposition. Pour que cet investissement soit rentable, il est important de tout préparer à l'avance. Elle vous confie le dossier et vous associe au travail de préparation de cette manifestation.

⇒ **À partir des ressources n°8 à 10 et de vos compétences, réaliser les activités 1.1 à 1.3**

1.1 Relever quatre avantages et trouver deux limites pour VireVolte de participer au salon Natexpo.

Corrigé (Ressources 8 et 9)

Accepter toute réponse cohérente

Avantages

- 90% des visiteurs (édition 2021) sont satisfaits de leur visite au salon (diversité des produits, nouveautés, recherche de fournisseurs)
- veille concurrentielle : possibilité pour Virevolte de s'informer sur la concurrence
- prendre des nouveaux contacts (le stand de Virevolte se trouve dans le « Village Cosmétiques » :)
- échanger avec les prospects pour comprendre leurs attentes et leurs besoins.
- vendre et développer sa clientèle (en 2021 92% des visiteurs ont atteint leurs objectifs de recherche de nouveaux fournisseurs)
- développer la notoriété de l'entreprise (Virevolte crée en 2019, a besoin de visibilité : présence de nombreux professionnels, de la presse)

Limites

- coût du salon
- contraintes d'organisation (3 jours à Paris pour une entreprise de Dijon)
- salon réservé uniquement aux professionnels
- contexte sanitaire incertain
- temps nécessaire pour l'organisation
- **seulement 20% de distributeurs spécialisés bio**

Il semble toutefois important pour Virevolte de participer au salon afin de se faire connaître malgré l'investissement que cela représente.

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
OPTION B Prospection clientèle et valorisation de l'offre commerciale		
E2 Analyse et résolution des situations professionnelles		
Durée : 3 heures	Coefficient : 4	SESSION 2022
CORRIGÉ	C2206-MCVB-2 1	Page 7 sur 12

- 1.2 Élaborer la fiche contact qui vous servira, sur le salon, à collecter des informations commerciales exploitables sur les revendeurs potentiels.

Corrigé

Valoriser la présentation de la fiche contact

Accepter toute réponse cohérente

Coordonnées du prospect :	
- Nom de l'entreprise	
- Activité :	
- Nom du responsable / Nom du contact / Fonction du contact	
- Adresse / code postal / ville	
- téléphone - mail	
Résumé du contact :	très intéressé, intéressé, pas intéressé
Suite à donner :	A recontacter ? : Si oui, date de la relance Relance <input type="checkbox"/> tél., <input type="checkbox"/> mail, <input type="checkbox"/> courrier, <input type="checkbox"/> visite) Actions prévues

 La participation au salon professionnel permet à l'entreprise d'entrer en contact direct avec des prospects. Julie Debomer vous charge d'annoncer la présence de Virevolte au salon Natexpo sur les réseaux sociaux de l'entreprise, Facebook, LinkedIn et Instagram.

- 1.3 Rédiger la publication qui informe de votre présence au salon, et incite vos prospects à s'inscrire sur le site internet de Natexpo pour obtenir une entrée gratuite au salon.

Corrigé (Ressources 8, 9 et 10)

Les 5 éléments suivants sont obligatoires :

Date / emplacement du stand / Présentation Natexpo / accroche sur Virevolte / entrée gratuite sur inscription

Accepter toute réponse cohérente

Exemple de rédaction :

Virevolte vous attend au Salon Natexpo #Natexpo2022 du 23 au 25 octobre 2022 à Paris Villepinte Hall 6, stand 39

Natexpo, c'est Le salon des produits biologiques, et écologiques, réservé aux professionnels. 1 200 exposants dont Virevolte seront présents.

Virevolte #virevolte est impatient de vous rencontrer et de vous faire découvrir sa gamme de parfums ; 99.9% d'origine naturelle, fabriquée en France et certifiée Cosmos Natural.

Rendez-vous sur @Natexpo (page vitrine) pour recevoir votre badge d'entrée gratuit

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
OPTION B Prospection clientèle et valorisation de l'offre commerciale		
E2 Analyse et résolution des situations professionnelles		
Durée : 3 heures	Coefficient : 4	SESSION 2022
CORRIGÉ	C2206-MCVB-2 1	Page 8 sur 12

Activité 2 – présenter et valoriser l’offre commerciale sur le salon Natexpo



L’animation de votre stand a un impact sur l’efficacité de votre communication lors d’un salon professionnel. Ce dernier représente une opportunité pour faire connaître votre entreprise et vos produits. Pour une présence efficace au milieu des exposants, Julie Debomer vous demande de réfléchir à l’attractivité de votre stand.

⇒ **À partir des ressources n°9, et n° 11 à 13 et de vos compétences, réaliser les activités 2.1 à 2.3**

2.1 Proposer les facteurs d’ambiance et la signalétique nécessaires pour l’aménagement de votre stand. Justifier les choix.

Corrigé (Ressources n°9, 11, 12 et 13)

Attendus : **on doit trouver prioritairement les éléments suivants :**

- Proposition de mobilier permettant d’accueillir le client (table, tabouret, chaises)
- Proposition de mobilier permettant la mise en avant des produits (comptoir ou vitrine ou présentoirs ou table de présentation ou étagère)
- Signalétique permettant l’identification de la marque, les engagements VireVolte et l’information sur les produits.
- **Enfin la décoration**

Accepter toute réponse cohérente

Facteurs d’ambiance	Justification
Mobilier : Tabourets/chaise (en bois métal) 1 table haute ou basse	Créer un espace « accueil » qui permet de s’installer avec le prospect pour prendre le temps de lui présenter les produits et l’offre commerciale
Mobilier : 1 comptoir vitrine ou présentoirs ou table de présentation ou étagère	Mettre en scène et présenter les 2 kits d’implantation (S et M) complets
Personnel (moins important) Tenue vestimentaire adaptée	Représenter la marque et ses valeurs
Décoration Couleur douces (blanc, beige, marron) Plantes naturelles Matières naturelles et douces Eclairage tamisé	La décoration doit mettre en avant les valeurs/ les engagements de Virevolte Communiquer sur le positionnement de l’entreprise (ambiance chaleureuse, naturelle)
Signalétique ILV - présentation vidéo (sur tablette ou écran)	Présenter la fabrication des parfums et les engagements Virevolte (fabriqué en France, Cosmos natural, formule vegan, 99,9 % naturel)
Signalétique ILV – brochure/flyer	Mettre à disposition un complément d’information sur les 4 parfums et leurs caractéristiques
Signalétique PLV engagement virevolte PLV Pyramide à sentir	Possibilité de faire tester les parfums Diffuser une odeur sur le stand

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
OPTION B Prospection clientèle et valorisation de l’offre commerciale		
E2 Analyse et résolution des situations professionnelles		
Durée : 3 heures	Coefficient : 4	SESSION 2022
CORRIGÉ	C2206-MCVB-2 1	Page 9 sur 12

2.2 Proposer deux animations afin d'attirer les revendeurs potentiels sur le stand.

Corrigé

accepter toute réponse cohérente

- proposer des démonstrations des produits ;
- offrir des goodies ;
- réaliser un jeu-concours ;
- organiser un cocktail, des rendez-vous d'affaires ;
- inviter une personnalité

2.3 Rédiger deux arguments qui vous permettront de présenter votre offre commerciale sur le salon.

Corrigé (Ressources n°13)

Accepter toute réponse cohérente

Valoriser au niveau expert la mobilisation implicite d'un SONCAS dans l'argument.

Arguments	Motifs d'achat
Nous vous proposons 2 Kits d'implantation (S et M), 2 solutions adaptées à votre besoin et à la taille de votre boutique.	Confort
Les kits vous permettent de mettre en valeur les parfums et présenter la gamme de nos produits à vos clients, en effet outre les parfums, ils contiennent la PLV, les testeurs et les touches à sentir.	Sympathie
Les échantillons offerts permettent de convaincre vos clients, lorsque l'achat est fait pour un cadeau. La personne qui reçoit le cadeau teste l'échantillon et a l'opportunité de changer le parfum s'il ne lui convient pas.	Sécurité
Avec Virevolte, nous avons fait des choix en termes de naturalité et d'écoconception (99.9% d'ingrédients d'origine naturelle, 81% d'ingrédients d'origine biologique). A 75€ les 50ml (prix de vente conseillé) les parfums Virevolte reste malgré tout compétitifs par rapport aux grandes marques vendues entre 80€ et 100€ pour un 50ml en parfumerie.	Environnement Argent

Activité 3 – évaluer et analyser les résultats de l’opération

[vire
volte] Virevolte a participé au salon Natexpo et vous disposez des premières retombées de sa participation. Julie Debomer (j.Debomer@virevolte.com) vous demande maintenant d’assurer le suivi de cette opération.

⇒ **À partir des ressources n° 14 à 15 et de vos compétences, réaliser les activités 3.1 à 3.2**

3.1 Indiquer trois tâches à réaliser au retour du salon pour traiter et exploiter les contacts.

Corrigé (ressource n°15)

Accepter toute réponse cohérente

Enregistrement des informations collectées dans la base de données

Relance téléphonique / prise de rdv

Envoi d’e-mail (remerciements / de documentation)

Traitement des commandes

3.2 Déterminer la rentabilité de l’opération.

Cout du salon

Stand : 1 320,02 € HT

Budget goodies : 250€ HT

Frais de déplacement : 95,98€ HT

Frais d’hébergement : 42,05€ HT par nuit et par personne (3 personnes x 3 nuits x 42,05 = 378,45)

Frais de restauration : 117,10 € par personne x 3 = 351,30 € HT

Rémunération des trois commerciaux : 1539 €

Total = 3 934.75 €

Résultats du salon

CA réalisé : 4725,36 € HT

Marge réalisée : 4725,36 € x 50% = 2 362,68 € HT

Résultat net : 2 362,68 € HT – 3 934,75€ HT = -1 572.07 € HT

La marge réalisée ne permet pas de couvrir le coût de la participation au salon.

Accepter les calculs si le candidat a considéré qu’il y a trois commerciaux +1 (le candidat) (coût total 4178 euros, résultat – 1815,32)

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
OPTION B Prospection clientèle et valorisation de l'offre commerciale		
E2 Analyse et résolution des situations professionnelles		
Durée : 3 heures	Coefficient : 4	SESSION 2022
CORRIGÉ	C2206-MCVB-2 1	Page 11 sur 12

- 3.3 Rendre compte des résultats de la participation au salon dans un courriel destiné à Julie Debomer, en dégagant les points forts et les points faibles. Proposer un axe d'amélioration pour la participation au salon de l'année prochaine

Corrigé (Ressources n°14 et 15)

Valoriser le respect de la présentation sous la forme du mail

Accepter toute réponse cohérente

De

A : j.Debomer@virevolte.com

Objet : Compte rendu du salon Natexpo 2022

Madame Debomer

Suite à notre participation au salon Natexpo, j'ai analysé les points forts et les points faibles de l'opération :

- Points faibles :

Le salon n'est pas rentabilisé : la marge dégagée (2 362,68 € HT ne permet pas de couvrir le coût du salon 3145,75€ HT).

L'objectif de chiffre d'affaires n'a pas été complètement atteint : taux de réalisation 98,4 %)

Le Kit d'implantation M n'a pas du tout été vendu.

- Points forts :

Nous avons effectué 12 ventes (kits d'implantation S) dont 11 auprès de nouveaux revendeurs. Les 8 rendez-vous pris sur le stand peuvent à moyen terme se concrétiser et nous permettre de développer notre chiffre d'affaires.

De plus nous avons enregistré 64 contacts sur notre stand qu'il faudra relancer.

Pour l'année prochaine, il faut retravailler sur le Kit M (par exemple : Composition, prix, ciblage, mise en avant).

Cordialement

Xxxxx

Commercial Virevolte

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
OPTION B Prospection clientèle et valorisation de l'offre commerciale		
E2 Analyse et résolution des situations professionnelles		
Durée : 3 heures	Coefficient : 4	SESSION 2022
CORRIGÉ	C2206-MCVB-2 1	Page 12 sur 12