

BACCALAUREAT PROFESSIONNEL

VENTE

Prospection - Négociation - Suivi de clientèle

ÉPREUVE E1 :
SCIENTIFIQUE ET TECHNIQUE
SOUS ÉPREUVE E11 :
PRÉPARATION ET SUIVI DE L'ACTIVITÉ COMMERCIALE

LE SUJET COMPORTE 20 pages numérotées de 1 à 20 :

- Page 1** : Page de garde
- Pages 2 à 6** : Énoncé du sujet
- Pages 7** : Récapitulatif des documents et annexes
- Pages 8 à 13** : Documents
- Pages 14 à 20** : Annexes à remettre avec la copie

Les annexes dûment remplies sont à joindre à votre copie.

Toutes les calculatrices de poche, y compris les calculatrices programmables, alphanumériques ou à écran graphique, à condition que leur fonctionnement soit autonome et qu'il ne soit pas fait usage d'imprimante, sont autorisées.

Les échanges de machines entre candidats, la consultation des notices fournies par les constructeurs ainsi que les échanges d'informations par l'intermédiaire des fonctions de transmission des calculatrices sont interdits (circulaire n°99-186 du 16 novembre 1999).

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL	SESSION 2011	1106-VE ST 11
SPÉCIALITÉ : VENTE (Prospection – Négociation – Suivi de clientèle)		
ÉPREUVE E1 : Sous-épreuve E 11	Durée : 3 heures	Coefficient : 3
PRÉPARATION ET SUIVI DE L'ACTIVITÉ COMMERCIALE	Page 1/20	SUJET

SUJET

Les trois parties qui composent le sujet sont indépendantes. Elles sont relatives à des entreprises et à des contextes différents :

PARTIE .I.

**LA SOCIÉTÉ COULEURS DE TOLLENS
DISTRIBUTEUR DE PEINTURE ET PRODUITS DE DECORATION**

30 points

- Participation à une manifestation commerciale

PARTIE .II.

**LA SOCIÉTÉ SAVY
FABRICANT D'OUTILS POUR LA PEINTURE ET LA DECORATION**

20 points

- Détermination d'un prix d'acceptabilité

PARTIE .III.

**LA SOCIÉTÉ K PAR K
DISTRIBUTEUR DE FENÊTRES, VOLETS ET PORTES**

10 points

- Participation à une action de prospection téléphonique

TOTAL DE L'ÉPREUVE :

60 points

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL VENTE	SESSION 2011	1106-VE ST 11
SUJET PRÉPARATION ET SUIVI DE L'ACTIVITÉ COMMERCIALE		
ÉPREUVE E1 : Sous-épreuve E 11	Page 2/20	

PARTIE .I.

LA SOCIÉTÉ COULEURS DE TOLLENS

Participation à une manifestation commerciale

Vous venez d'être embauché au sein du groupe Tollens, et plus précisément chez l'un de leurs distributeurs indépendants, COULEURS DE TOLLENS, implanté à Soissons (02200), Rue Marcel Paul, dans la Zac de Chevreux (☎ 03 23 75 38 00 📠 03 23 75 38 09).

En tant que 3^{ème} acteur en France pour la fabrication et la distribution de peinture et produits de décoration, le Groupe Tollens participera cette année encore au salon BATIMAT, le rendez-vous incontournable des acteurs français et internationaux du bâtiment, qui se tient tous les deux ans.

En 2011, **BATIMAT se tiendra du 7 au 12 Novembre 2011 à Paris, porte de Versailles.** Véritable tremplin pour les industriels qui souhaitent lancer leurs innovations technologiques, BATIMAT est un accélérateur majeur de la diffusion des nouveautés.

Votre responsable d'agence, M. Sébastien Ponel, vous informe que l'agence de Soissons a été sélectionnée par le Groupe Tollens pour présenter un nouveau produit, la machine Aqua Cleanor (cf. document 1). Cette demande nécessite que votre agence participe financièrement à certains frais (emplacement, communication...). M. Ponel, espère que cette participation permettra à l'agence de développer ses contacts. La cible privilégiée à cette occasion par votre agence, est une clientèle de professionnels soucieuse de trouver une solution aux nouvelles réglementations en vigueur.

M. Ponel vous confie le dossier à étudier et vous demande de participer à l'organisation, à la communication et au déroulement de cette manifestation.

TRAVAIL À FAIRE

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

Calculez **sur l'annexe .I, à compléter et à remettre avec la copie**, le coût de revient de la participation de votre agence de Soissons à ce salon.

I.2. À partir des documents 1 et 4, des résultats de l'annexe .I. et de vos connaissances :

a/ Calculez **sur l'annexe .II, à compléter et à remettre avec la copie**, le résultat envisageable par votre agence sur ce salon.

b/ Indiquez **sur votre copie**, si cette opération est rentable pour votre agence. Justifiez votre réponse.

c/ Indiquez **sur votre copie**, un objectif (autre que la rentabilité financière), à prendre en compte par votre agence pour envisager de participer à ce salon.

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL VENTE	SESSION 2011	1106-VE ST 11
SUJET PRÉPARATION ET SUIVI DE L'ACTIVITÉ COMMERCIALE		
ÉPREUVE E1 : Sous-épreuve E 11	Page 3/20	

PARTIE .I. (suite)
LA SOCIÉTÉ COULEURS DE TOLLENS
Participation à une manifestation commerciale

TRAVAIL À FAIRE

- I.3. **À partir des documents 1 et 5, des informations ci-dessus et de vos connaissances :**
Rédigez *sur l'annexe .III, à compléter et à remettre avec la copie*, la lettre de publipostage accompagnée de son coupon-réponse, à envoyer à vos clients, pour leur annoncer votre participation à ce salon.
À cette occasion, une remise exceptionnelle de 200 € HT sera accordée sur les produits de la gamme Aqua Cleanor sur présentation de ce courrier. De plus, un cocktail de clôture du salon sera offert aux visiteurs le samedi 12 Novembre à 12h.
- I.4. **À partir des documents 5 et 6, et de vos connaissances :**
Planifiez votre communication à l'attention de vos clients *sur l'annexe .IV, à compléter et à remettre avec la copie*, en indiquant précisément la semaine d'envoi de votre publipostage et la semaine de relance téléphonique.
- I.5. **À partir du document 1, et de vos connaissances :**
Rédigez *sur l'annexe .V, à compléter et à remettre avec la copie*, trois arguments majeurs sur les produits Aqua Cleanor à développer lors du salon.
Vous indiquerez le mobile d'achat SONCAS correspondant à chacun des arguments.

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL VENTE	SESSION 2011	
SUJET PRÉPARATION ET SUIVI DE L'ACTIVITÉ COMMERCIALE		1106-VE ST 11
ÉPREUVE E1 : Sous-épreuve E 11	Page 4/20	

PARTIE .II.

LA SOCIÉTÉ SAVY

Détermination d'un prix d'acceptabilité

Vous êtes commercial au sein de la société Savy qui est implantée en France depuis 1836. Avec plus de 150 ans d'expérience, la société a développé son savoir-faire et son expertise pour concevoir, fabriquer et commercialiser des gammes complètes de matériel d'application de peinture. L'ambition de la société : apporter aux particuliers et aux peintres des produits qui concilient le confort d'utilisation et la garantie de résultats.

Toujours à l'écoute du marché, la société Savy fait évoluer régulièrement ses gammes de produits. La dernière innovation en date, « **un pinceau plat sans perte de poil** ». Fabriqué avec des fibres perfect (adaptées à toutes les peintures et vernis, d'une résistance supérieure à l'usure et de nettoyage facile, leurs caractéristiques permettent un travail précis, rapide et soigné), ce pinceau est cinq fois plus résistant à l'usure qu'un pinceau classique.

Le responsable de la société, M. Doxe, vous confie un dossier à étudier à la veille du lancement de ce nouveau produit. Ce produit original pourrait être proposé à ses clients professionnels. Avant le lancement, votre responsable a décidé de réaliser une enquête portant sur le prix d'acceptabilité auprès de 400 entreprises.

TRAVAIL À FAIRE

À partir des informations ci-dessus et de vos connaissances :

- II.1. Déterminez **sur l'annexe .VI, à compléter et à remettre avec la copie**, le prix d'acceptabilité du lot de pinceaux plats.
- II.2. Indiquez **sur l'annexe .VI, à compléter et à remettre avec la copie**, le prix de vente d'un lot de pinceaux plats permettant d'obtenir le maximum de consommateurs potentiels selon cette méthode. Justifiez votre réponse.
- II.3. Déterminez **sur l'annexe .VI, à compléter et à remettre avec la copie**, le prix de vente qui engendrerait le meilleur chiffre d'affaires (en fonction des réponses obtenues au prix d'acceptabilité).
- II.4. Indiquez **sur l'annexe .VI, à compléter et à remettre avec la copie**, le prix de vente retenu d'un lot de pinceaux plats à conseiller à votre responsable, si on tient compte du chiffre d'affaires. Justifiez votre réponse.
- II.5. Indiquez **sur l'annexe .VI, à compléter et à remettre avec la copie**, deux limites de la méthode de recherche d'un prix d'acceptabilité pour déterminer un prix de vente.

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL VENTE	SESSION 2011	1106-VE ST 11
SUJET PRÉPARATION ET SUIVI DE L'ACTIVITÉ COMMERCIALE		
ÉPREUVE E1 : Sous-épreuve E 11	Page 5/20	

PARTIE .III.

LA SOCIÉTÉ K PAR K

Participation à une action de prospection téléphonique

Vous venez d'être recruté(e) en qualité de commercial(e) au sein de l'agence K par K de Soissons (02200), dans le département de l'Aisne.

L'enseigne K par K, spécialisée dans la rénovation de menuiseries, est présente dans toute la France avec ses 180 magasins intégrés. Ce sont plus de 800 personnes (commerciaux et techniciens) qui accompagnent les clients particuliers de A à Z. Chaque année, plus de 160 000 menuiseries sont installées pour un chiffre d'affaires annuel de plus de 200 millions d'euros.

Dans le cadre du développement de votre agence, vous êtes chargé(e) de mettre en place une action de prospection téléphonique auprès des particuliers de la ville de CUFFIES (02880).

En effet, une pose de fenêtres isolantes vient d'être réalisée chez un nouveau client, M. Andrade, habitant 6 rue des Aridons à Cuffies.

Vous profitez donc de cette « vitrine » pour prospecter de nouveaux clients dans ce quartier pavillonnaire. Votre prospection visera plus particulièrement les particuliers, propriétaires d'une maison individuelle qui n'a pas fait l'objet d'un permis de construire ou de permis modificatif dans les vingt dernières années.

La préparation de cette prospection vous amènera à sélectionner la cible de prospection et à élaborer un plan d'appel téléphonique.

TRAVAIL À FAIRE

III.1. À partir des informations ci-dessus et du document 7 :

Sélectionnez *sur l'annexe .VII, à compléter et à remettre avec la copie*, les particuliers à contacter dans le cadre de cette action de prospection. À cet effet, vous disposez d'un extrait du fichier prospects (mis à jour en décembre 2010).

Vous indiquerez, par une croix dans la colonne « CIBLE », les particuliers sélectionnés pour cette opération de prospection.

III.2. À partir des informations ci-dessus et de vos connaissances :

Présentez *sur l'annexe VIII, à compléter et à remettre avec la copie*, le plan d'appel téléphonique vous permettant d'obtenir un rendez-vous avec un prospect sélectionné préalablement dans l'annexe VII.

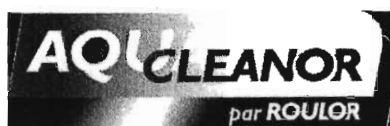
BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL VENTE	SESSION 2011	
SUJET PRÉPARATION ET SUIVI DE L'ACTIVITÉ COMMERCIALE		1106-VE ST 11
ÉPREUVE E1 : Sous-épreuve E 11	Page 6/20	

PAGE RECAPITULATIVE DES DOCUMENTS
et
DES ANNEXES à compléter et à remettre avec la copie

DOCUMENT .1. (1 page)	Présentation de la machine Aqua Cleanor	<i>Page 8</i>
DOCUMENT .2. (1 page)	Éléments envisagés par l'agence pour participer au salon Batimat	<i>Page 9</i>
DOCUMENT .3. (1 page)	Extrait des tarifs applicables pour le salon Batimat de 2011	<i>Page 10</i>
DOCUMENT .4. (1 page)	Batimat en quelques chiffres Extrait d'interview d'une exposante Le groupe Tollens et les résultats envisagés de la participation au salon Batimat	<i>Page 11</i>
DOCUMENT .5. (1/2 page)	Conseils pour envoyer un mailing ciblé à vos clients	<i>Page 12</i>
DOCUMENT .6. (1/2 page)	Extrait du calendrier 2011 (semaines 39 à 52)	<i>Page 12</i>
DOCUMENT .7. (1 page)	Plan de la ville de Cuffies (02880)	<i>Page 13</i>

ANNEXE .I. (1 page)	Coût de revient de la participation au salon Batimat de 2011 de pour l'agence Couleurs de Tollens	<i>Page 14</i>
ANNEXE .II. (1 page)	Résultat de la participation de l'agence au salon	<i>Page 15</i>
ANNEXE .III. 1 page)	Lettre de publipostage et coupon-réponse	<i>Page 16</i>
ANNEXE .IV. (1/2 page)	Planification de la communication à l'attention des clients	<i>Page 17</i>
ANNEXE .V. (1/2 page)	Arguments sur les produits de la gamme Aqua Cleanor	<i>Page 17</i>
ANNEXE .VI. (1 page)	Prix d'acceptabilité	<i>Page 18</i>
ANNEXE .VII. (1 page)	Sélection des particuliers à contacter à l'aide du fichier prospects	<i>Page 19</i>
ANNEXE .VIII. (1 page)	Plan d'appel téléphonique	<i>Page 20</i>

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL VENTE		SESSION 2011	1106-VE ST 11
SUJET PRÉPARATION ET SUIVI DE L'ACTIVITÉ COMMERCIALE			
ÉPREUVE E1 : Sous-épreuve E 11		Page 7/20	



Machine pour le nettoyage à l'eau des rouleaux

Cabine de traitement conçue pour le nettoyage à l'eau des outils pollués par les peintures, les colles et les enduits acryliques.

Conçue pour le nettoyage à l'eau des rouleaux, brosses et outils ayant servis à l'application de peintures, colles et enduits acryliques, la solution Aqua Cleanor de ROULOR®, répond aux directives gouvernementales réglementant la mise en décharge des outils pollués par les peintures et le rejet d'eau souillée.

Deux versions pour deux usages :

Aqua Cleanor est une cabine de traitement conçue pour le nettoyage à l'eau des outils pollués par les peintures, les colles et les enduits acryliques.

- En 2008, la première version de la machine **Aqua Cleanor** a été proposée avec un réservoir de 80 litres. Cette version peut se transporter sur les chantiers pour un nettoyage des outils sur place.
- Aujourd'hui, **Aqua Cleanor** est disponible avec un double poste de travail et un réservoir de 160 litres. La version Aqua Cleanor 160 litres est destinée à un usage plus sédentaire. Elle peut être installée dans une surface de vente spécialisée pour une mise à la disposition des clients peintres, décorateurs ou encore, être utilisée en poste fixe chez un professionnel.

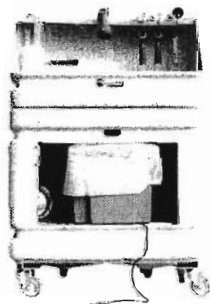
Une fois les outils débarrassés de leurs déchets, l'eau polluée est purifiée à l'aide de la poudre **Aquafloc 7** et de mélangeurs situés dans le fond de l'évier de travail. La solution **Aquafloc 7** traite les eaux résiduelles et agit durant une quinzaine de minutes. Une fois le temps de traitement écoulé, les mélangeurs s'arrêtent automatiquement.

L'eau traitée est alors déversée dans le bac de filtration situé sous l'évier de travail. L'ouverture de la bonde, actionnée par la poignée en façade, permet de laisser s'écouler l'eau traitée sans contact direct avec les mains.

L'eau traitée, versée dans le bac de filtrage, est ainsi libérée de ses boues. De nouveau claire, en s'écoulant du bac de filtrage, l'eau retourne dans le réservoir de la machine placé sous le bac de filtration.

Ce circuit fermé assure à la machine **Aqua Cleanor** un fonctionnement autonome.

SPECIFICATIONS	AQUA CLEANOR 80	AQUA CLEANOR 160
Volume utile des eaux claires	80 litres	160 litres
Volume utile des eaux usées	80 litres	160 litres
Hauteur	150 cm	150 cm
Largeur	90 cm	180 cm
Profondeur	80 cm	80 cm
Poids à vide	35 kg	95 kg
À partir de	3200 € HT Promotion salon : 3000 € HT	6200 € HT Promotion salon : 6000 € HT
Branchement électrique	230v/ 50HZ avec coupe circuit de 10 A	230v/ 50HZ avec coupe circuit de 10 A



Source : Internet JFB.com

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL VENTE		SESSION 2011
SUJET PRÉPARATION ET SUIVI DE L'ACTIVITÉ COMMERCIALE		1106-VE ST 11
ÉPREUVE E1 : Sous-épreuve E 11		Page 8/20

ÉLÉMENTS ENVISAGÉS PAR L'AGENCE POUR PARTICIPER AU SALON BATIMAT

(Les prix indiqués s'entendent HT)

Location d'un stand de 25 m ²	Dont 50 % seront pris en charge par le groupe Tollens et 50 % à la charge de l'agence de Soissons
Location de mobilier	Prise en charge par le groupe Tollens
Branchement d'électrique et d'eau	Pris en charge par l'agence de Soissons
Frais d'animation du stand (cocktail...)	Pris en charge par le groupe Tollens
Décoration du stand	Prise en charge par le groupe Tollens
Cartes d'invitation (200) pour les clients et prospects de l'agence	Prises en charge par l'agence de Soissons
E-invitations (100) pour les clients et prospects de l'agence	Prises en charge par l'agence de Soissons
Badge d'accès direct (200)	Pris en charge par l'agence de Soissons
1 bannière haute ou basse à installer sur le stand (dimension 5,96 x 2,36 m)	Dont 50 % seront pris en charge par le groupe Tollens et 50 % à la charge de l'agence de Soissons
Présence d'un commercial de l'agence de Soissons pendant toute la durée du salon	95 € par jour (seuls les jours de présence sur le stand seront comptabilisés)
Frais d'hébergement	75 € par nuit (petit déjeuner compris) Le commercial arrivera la veille de l'ouverture du salon (dans l'après-midi) et repartira le lendemain matin de la clôture du salon
Frais de restauration (midi et soir)	15 € par repas
2 machines seront présentes sur le salon afin de pouvoir effectuer des démonstrations ainsi que des brosses usagées	Prêtées par le groupe Tollens

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL VENTE	SESSION 2011	1106-VE ST 11
SUJET PRÉPARATION ET SUIVI DE L'ACTIVITÉ COMMERCIALE		
ÉPREUVE E1 : Sous-épreuve E 11	Page 9/20	

EXTRAIT DES TARIFS APPLICABLES POUR LE SALON BATIMAT DE 2011

(Les prix indiqués s'entendent HT)

POSTES	TARIFICATION
Mise à disposition d'un stand	350 € / m ² (surface minimum 12 m ²)
Mise à disposition de mobilier (table, chaise, panneaux d'affichage)	Forfait de 150 €
Branchement électrique	2 KW (branchement de base pour matériel informatique et spots).....15 € par jour ou 8 KW (indispensable pour tout branchement d'appareillage)..... 18 € par jour
Frais d'animation du stand (cocktail...)	Forfait pour le salon 1000 €
Décoration du stand	Forfait de 250 €
Cartes d'invitation	300 € par lot de 100 cartes
E-invitations	150 € par lot de 100 E-invitations
Badge d'accès direct	4,70 € le badge
Mise à disposition d'une arrivée d'eau sur le stand	10 € par jour
Bannière Haute ou Basse 5,96 x 4,8 m	Forfait de 5110 €
Bannière Haute ou Basse 5,96 x 2,36 m	Forfait de 3040 €

Source : Site internet Batimat 2011

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL VENTE	SESSION 2011	1106-VE ST 11
SUJET PRÉPARATION ET SUIVI DE L'ACTIVITÉ COMMERCIALE		
ÉPREUVE E1 : Sous-épreuve E 11	Page 10/20	

BATIMAT EN QUELQUES CHIFFRES...

- 380 168 visiteurs en 2009
- 16 % de visiteurs étrangers venus de 171 pays
- 2 382 exposants dont 44 % d'étrangers venus de 55 pays
- 94 % des visiteurs sont satisfaits de leur visite
- 9 exposants sur 10 étaient satisfaits de leur participation en 2009
- 633 contacts par exposant en moyenne dont 25 % de nouveaux contacts

Pour le salon se tenant en 2011, on envisage une progression de 2 % du nombre de visiteurs et de 1 % du nombre de contacts par exposant.

Source : Site internet Batimat

EXTRAIT D'INTERVIEW DE YASMINA BENKERRI DIRECTRICE MARKETING

« C'est ma quatrième participation à BATIMAT. En 2009, j'ai reçu sur mon stand 2000 personnes en 6 jours. Les visiteurs très qualifiés que j'ai rencontrés avaient des projets intéressants. BATIMAT me permet de rencontrer des prescripteurs et des négociants importants que je n'arrive pas à contacter autrement. D'autre part, ma présence me permet de voir ce que font mes concurrents ! »

Source : Site internet Batimat

**LE GROUPE TOLLENS
ET LES RÉSULTATS ENVISAGÉS DE SA PARTICIPATION A BATIMAT**

- En ce qui concerne le domaine de la vente de matériel : 10 % des contacts pris sur le salon s'avèrent fructueux et se transforment en commande dans les deux mois qui suivent le salon.
- Pour les nouveaux contacts, 1 sur 10 passe commande, tant au niveau de la peinture que du matériel.
- Compte tenu du prix promotionnel de l'Aqua Cleanor vendue sur le salon, la société envisage de vendre 1/3 d'Aqua Cleanor 160 ; et 2/3 d'Aqua Cleanor 80.
- On compte 156 points de vente Couleurs de Tollens sur le territoire national. L'agence de Soissons détient environ 3 % du chiffre d'affaires total réalisé par l'ensemble de ces points de vente. Cette répartition sera adoptée pour le chiffre d'affaires réalisé sur le salon. En effet, le Groupe Tollens admet de reverser ce pourcentage des ventes à l'agence ayant participé au salon pour compenser les frais.

BATIMAT
SALON INTERNATIONAL
DE LA CONSTRUCTION
2011
7 - 12 Nov.
PARIS PORTE DE VERSAILLES • FRANCE

www.batimat.com

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL VENTE	SESSION 2011	1106-VE ST 11
SUJET PRÉPARATION ET SUIVI DE L'ACTIVITÉ COMMERCIALE		
ÉPREUVE E1 : Sous-épreuve E 11	Page 11/20	

CONSEILS POUR ENVOYER UN MAILING CIBLÉ A VOS CLIENTS

Le premier objectif de votre mailing* sera de motiver le futur visiteur. Votre argumentation devra donc mettre en avant l'ensemble des avantages que le visiteur aura à venir au salon (découverte de nouveaux produits, remises exceptionnelles ...).

Attention ! Ne soyez pas trop explicite concernant les nouveautés que vous allez présenter car plus vous irez dans le détail, moins la motivation de découverte du visiteur sera grande.

Faire prendre date

L'objectif premier de votre mailing* étant de faire venir les destinataires au salon, il est donc primordial que ces derniers planifient leur venue.

Mettre en avant la notion de contact privilégié

Pour motiver votre client à venir vous rencontrer lors du salon, précisez dans votre courrier le nom d'une personne de votre société (voire de son équipe) qui l'accueillera sur le stand.

Motiver le visiteur à venir vous rencontrer

Si vous souhaitez motiver de façon efficace le visiteur afin qu'il vienne vous rencontrer sur votre stand, nous vous conseillons de lui offrir quelque chose : un cadeau, une remise, un cocktail... ou quelque chose en fonction de votre activité, feront parfaitement l'affaire.

Il conviendra de préciser dans votre courrier que pour bénéficier de votre offre, le visiteur devra présenter son invitation lors de sa visite sur votre stand et ceci afin de valoriser à nouveau cette dernière de par les avantages qu'elle va lui procurer.

Faire confirmer les acceptations

Afin de leur réserver votre meilleur accueil, demandez à vos clients de confirmer leur venue par le biais d'un courrier ou d'une télécopie.

Expédier votre mailing*

De façon idéale, vous devrez planifier vos envois pour qu'ils parviennent à leurs destinataires 4 semaines avant le premier jour du salon afin qu'ils puissent préparer leur venue.

Effectuer éventuellement une relance

Environ 15 jours avant le début du salon, vous pouvez aussi effectuer une relance téléphonique auprès de vos clients. Cette relance personnalisée vous permettra d'améliorer les résultats de votre mailing et donc d'augmenter les visites sur votre stand lors du salon.

(*mailing = publipostage)

Source : Internet <http://www.salons-France-ce.com>

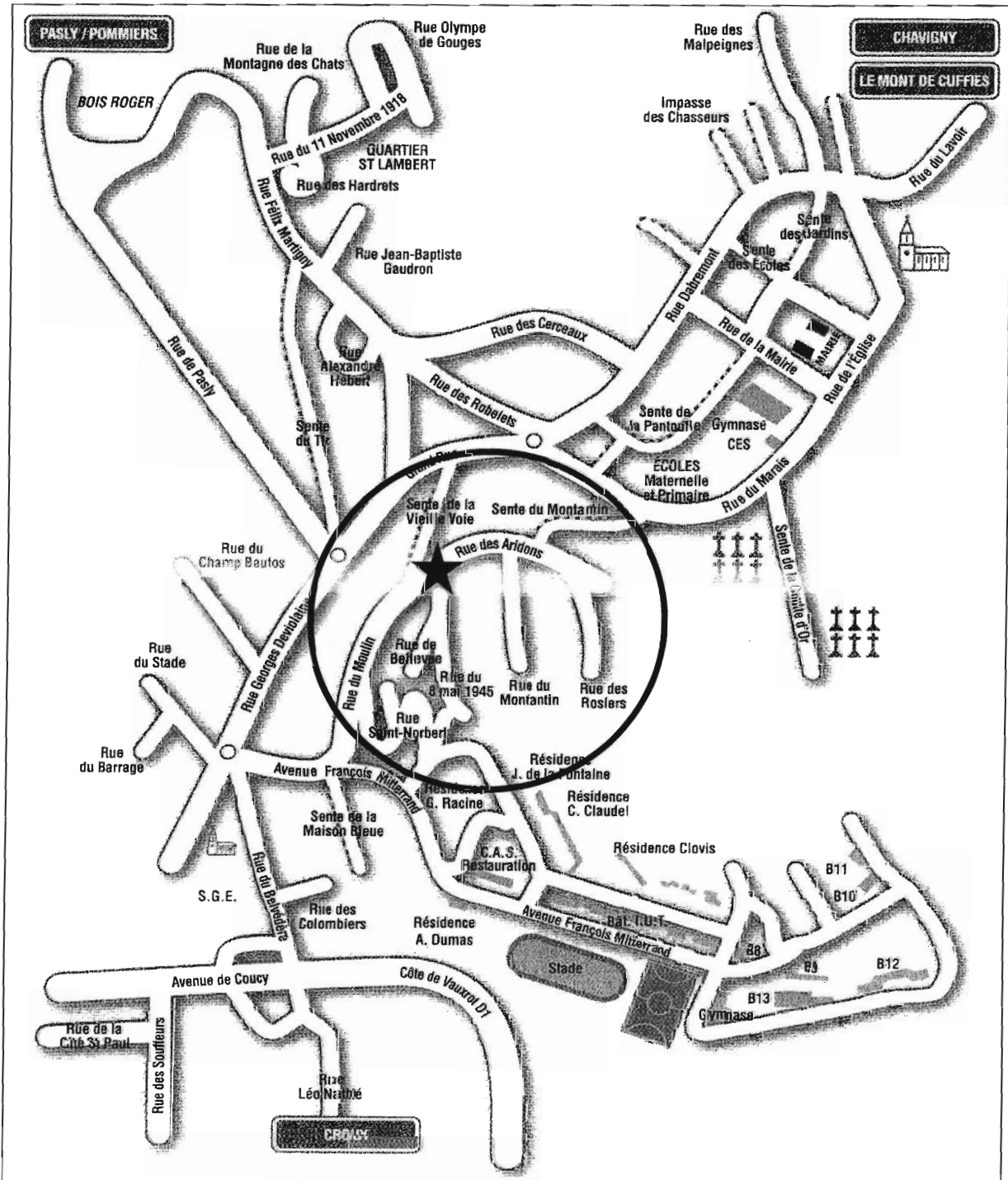
DOCUMENT 6

EXTRAIT DU CALENDRIER 2011 (semaines 39 à 52)

Octobre							Novembre							Décembre									
Lu	Ma	Me	Je	Ve	Sa	Di	Lu	Ma	Me	Je	Ve	Sa	Di	Lu	Ma	Me	Je	Ve	Sa	Di			
39					1	2	44	1	2	3	4	5	6	48		1	2	3	4				
40	3	4	5	6	7	8	9	45	7	8	9	10	11	12	13	49	5	6	7	8	9	10	11
41	10	11	12	13	14	15	16	46	14	15	16	17	18	19	20	50	12	13	14	15	16	17	18
42	17	18	19	20	21	22	23	47	21	22	23	24	25	26	27	51	19	20	21	22	23	24	25
43	24	25	26	27	28	29	30	48	28	29	30	52	26	27	28	29	30	31					
44	31																						

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL VENTE		SESSION 2011	1106-VE ST 11
SUJET PRÉPARATION ET SUIVI DE L'ACTIVITÉ COMMERCIALE			
ÉPREUVE E1 : Sous-épreuve E 11		Page 12/20	

PLAN DE LA VILLE DE CUFFIES (02880)



★ Pose client (mai 2011)

○ Zone de prospection

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL VENTE	SESSION 2011	1106-VE ST 11
SUJET PRÉPARATION ET SUIVI DE L'ACTIVITÉ COMMERCIALE		
ÉPREUVE E1 : Sous-épreuve E 11		
Page 13/20		

**COÛT DE REVIENT DE LA PARTICIPATION AU SALON BATIMAT DE 2011 POUR L'AGENCE
COULEURS DE TOLLENS**

POSTES	DÉTAIL DES CALCULS OU JUSTIFICATION	RÉSULTATS
COÛT DU STAND		
Location du stand		
Location du mobilier		
Electricité		
Décoration du stand		
Eau		
SOUS-TOTAL A		
COÛT DE LA COMMUNICATION		
Cartes d'invitation		
E-invitations		
Badge d'accès direct		
Bannière publicitaire		
SOUS-TOTAL B		
COÛT DE L'ANIMATION		
Animation du stand (cocktail...)		
Prise en compte de la rémunération du commercial		
Frais d'hébergement		
Frais de restauration		
SOUS-TOTAL C		
COÛT DE REVIENT GLOBAL		

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL VENTE	SESSION 2011	1106-VE ST 11
SUJET PRÉPARATION ET SUIVI DE L'ACTIVITÉ COMMERCIALE		
ÉPREUVE E1 : Sous-épreuve E 11	Page 14/20	

RÉSULTAT DE LA PARTICIPATION DE L'AGENCE AU SALON

ÉLÉMENTS	DÉTAILS DES CALCULS	RÉSULTATS
DONNÉES GÉNÉRALES DU SALON		
Nombre de visiteurs envisagés en 2011		
Nombre de contacts envisagés par exposant en 2011		
Nombre de nouveaux contacts envisagés par exposant en 2011		
Nombre de clients connus parmi les contacts envisagés en 2011		
DONNÉES CONCERNANT LE GROUPE TOLLENS		
Nombre de ventes de matériel envisagées (concernant les clients)		
Nombre de ventes de matériel envisagées auprès des nouveaux contacts		
Nombre total de ventes envisagées		
Nombre de ventes d'Aqua Cleanor 80		
Nombre de ventes d'Aqua Cleanor 160		
Chiffre d'affaires total HT envisagé pour les ventes d'Aqua Cleanor sur le salon		
DONNÉES CONCERNANT L'AGENCE DE SOISSONS		
Montant de ce chiffre d'affaires attribué à l'agence de Soissons		
Coût de revient de la participation de l'agence au salon		
Résultat de la participation de l'agence au salon		

Arrondir l'ensemble des résultats à l'unité la plus proche

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL VENTE	SESSION 2011	1106-VE ST 11
SUJET PRÉPARATION ET SUIVI DE L'ACTIVITÉ COMMERCIALE		
ÉPREUVE E1 : Sous-épreuve E 11	Page 15/20	

ANNEXE .III. à compléter et à remettre avec la copie

LETTRE DE PUBLIPOSTAGE ET COUPON-RÉPONSE

Couleurs de
TOLLENS



BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL VENTE	SESSION 2011	1106-VE ST 11
SUJET PRÉPARATION ET SUIVI DE L'ACTIVITÉ COMMERCIALE		
ÉPREUVE E1 : Sous-épreuve E 11	Page 16/20	

ANNEXE .IV. à compléter et à remettre avec la copie

PLANIFICATION DE LA COMMUNICATION A L'ATTENTION DES CLIENTS

TÂCHES À RÉALISER	NUMÉRO DE LA SEMAINE
Envoi du publipostage	
Relance téléphonique	

ANNEXE .V. à compléter et à remettre avec la copie

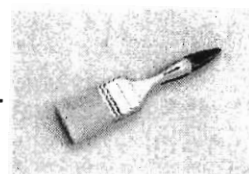
ARGUMENTS SUR LES PRODUITS DE LA GAMME AQUA CLEANOR

ARGUMENTS REDIGÉS	MOBILES D'ACHAT SONCAS

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL VENTE	SESSION 2011	1106-VE ST 11
SUJET PRÉPARATION ET SUIVI DE L'ACTIVITÉ COMMERCIALE		
ÉPREUVE E1 : Sous-épreuve E 11	Page 17/20	

PRIX D'ACCEPTABILITÉ

Produit : un lot de 3 pinceaux plats (Taille 40/50/60)



Les résultats figurant dans le tableau ci-dessous ont été obtenus après avoir posé les deux questions suivantes à un échantillon de 400 entreprises :

- 1/ Quel est le prix au-dessus duquel vous trouvez le produit trop cher ?**
2/ Quel est le prix en dessous duquel vous trouvez le produit de mauvaise qualité ?

II.1.

Prix de vente en €	Réponse question 1	Réponses exprimées en %	% cumulés croissants	Réponse question 2	Réponses exprimées en %	% cumulés décroissants	% de consommateurs potentiels
12	0			0			
14	10			45			
16	45			85			
18	80			125			
20	100			95			
22	90			45			
24	75			5			

II.2.

Prix de vente permettant d'obtenir le maximum de consommateurs potentiels :

Justification :

II.3.

Prix de vente	12 €	14 €	16 €	18 €	20 €	22 €	24 €
% de consommateurs potentiels							
Nombre de clients (par rapport à l'échantillon)							
Chiffre d'affaires envisageable							

II.4.

Prix de vente conseillé :

Justification :

II.5. Deux limites de cette méthode de détermination du prix de vente :

--	--

ANNEXE .VII. à compléter et à remettre avec la copie

SÉLECTION DES PARTICULIERS À CONTACTER À PARTIR DU FICHER PROSPECTS

NOM	CODE POSTAL	VILLE	VOIE	ANNÉE*	QUALITÉ	CIBLE
ABBOUD	02880	CUFFIES	10 rue de Bellevue	1979	Propriétaire	
ABIDI	02880	CROUY	22 rue du Stade	1987	Propriétaire	
ABRAHAM	02880	CUFFIES	17 rue de Pasly	1982	Locataire	
ACHAIN	02880	CUFFIES	25 rue du Moulin	1985	Propriétaire	
ACHOUR	02880	CUFFIES	13 rue du 11 Novembre 1918	1965	Locataire	
ADOLF	02880	CUFFIES	3 rue Saint-Norbert	1977	Locataire	
ADRIEN	02880	CROUY	8 rue du Général de Gaulle	1962	Locataire	
AGAMA	02880	CROUY	51 rue des Clémencins	1989	Propriétaire	
AGLIANI	02880	CUFFIES	1 rue du Moulin	1984	Propriétaire	
AGUILAR	02880	CUFFIES	31 rue du Marais	1980	Propriétaire	
AITALI	02880	CUFFIES	5 rue des Rosiers	1989	Propriétaire	
ALAIMO	02880	CUFFIES	25 rue Olympe de Gouges	2009	Propriétaire	
ALBA	02880	CUFFIES	2 rue du Montantin	1988	Propriétaire	
ALLARD	02880	CUFFIES	12 rue du 8 Mai 1945	1995	Propriétaire	
ALLIOT	02880	CROUY	59 rue du Général de Gaulle	1958	Propriétaire	
ALVES	02880	CUFFIES	86 rue du Moulin	1987	Locataire	
AMANDE	02880	CUFFIES	23 rue des Aridons	1992	Propriétaire	
AMBROSI	02880	CUFFIES	3 rue des Rosiers	1987	Propriétaire	
ANCEL	02880	CUFFIES	10 rue du Belvédère	1976	Propriétaire	
ANDRADE	02880	CUFFIES	6 rue des Aridons	1983	Propriétaire	
ANGLADE	02880	CUFFIES	1 rue du Stade	1980	Locataire	
ANTONELLI	02880	CROUY	58 rue du Moulin	1976	Propriétaire	
ANTY	02880	CUFFIES	7 rue du 8 Mai 1945	1990	Propriétaire	
AOUSTIN	02880	CROUY	23 rue Jean Jaurès	1969	Propriétaire	
AREM	02880	CUFFIES	5 rue des Hardrets	2001	Propriétaire	
AREZKI	02880	CUFFIES	22 rue de Bellevue	1981	Locataire	
ARNAUD	02880	CUFFIES	131 avenue F. Mitterand	1967	Locataire	
ARNOULD	02880	CUFFIES	4 sente des Jardins	1990	Propriétaire	
ARTINIAN	02880	CUFFIES	52 rue du Moulin	1986	Propriétaire	
ASSEMAT	02880	CROUY	9 rue du 8 Mai 1945	1968	Propriétaire	
ASSET	02880	CUFFIES	111 avenue de Coucy	2000	Locataire	
AUBET	02880	CUFFIES	18 rue Félix Martigny	2005	Locataire	
ATAL	02880	CUFFIES	17 rue Saint-Norbert	1977	Propriétaire	
ATILLA	02880	CUFFIES	5 rue des Cerceaux	1985	Propriétaire	
AUBERT	02880	CUFFIES	9 rue du Montantin	1987	Propriétaire	
AUDRAN	02880	CROUY	58 rue Jean Jaurès	1988	Propriétaire	
AUFFRET	02880	CUFFIES	1 sente du Montantin	2005	Propriétaire	
AUGUSTO	02880	CROUY	2 rue Victor Hugo	1971	Locataire	
AUPEIX	02880	CUFFIES	12 rue des Robelets	1984	Locataire	
AUTREAU	02880	CUFFIES	18 rue de Aridons	1983	Propriétaire	
AVANZI	02880	CUFFIES	1 résidence J.de La Fontaine	1989	Locataire	
AVRAM	02880	CROUY	97 rue Jean Jaurès	1975	Locataire	
AYDAR	02880	CROUY	3 rue de la Montagne	1978	Propriétaire	
AZEVEDO	02880	CUFFIES	2 sente de la Vieille Voie	1979	Propriétaire	
AZOUZZI	02880	CROUY	62 rue Henri Barbusse	1966	Locataire	
NOMBRE DE PROSPECTS SÉLECTIONNÉS A CONTACTER						

*ANNÉE : Année de dépôt de permis de construire ou de permis modificatif

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL VENTE	SESSION 2011	1106-VE ST 11
SUJET PRÉPARATION ET SUIVI DE L'ACTIVITÉ COMMERCIALE		
ÉPREUVE E1 : Sous-épreuve E 11	Page 19/20	

PLAN D'APPEL TÉLÉPHONIQUE SELON LA MÉTHODE C.R.O.C.

ÉTAPES	CONTENU Ce que je fais (verbes d'action)	ILLUSTRATION Ce que je dis au prospect « ... »
CONTACT		
RAISON		
OBJECTIF		
CONGÉ		