

## BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL " VENTE-REPRÉSENTATION "

**E1 : Épreuve SCIENTIFIQUE ET TECHNIQUE**  
**Sous-Épreuve : A1 : Organisation et gestion de l'activité commerciale**  
**UNITÉ : U 11**

*Durée : 3 heures**Coefficient : 3*

## BARÈME

<b>1<sup>ère</sup> Partie : Analyser le marché</b>	<b>15 points</b>
1.1 Note de synthèse (2 points par caractéristique)	10 points
1.2 Choix de la cible (1 point par élément en gras)	5 points
<b>2<sup>ème</sup> Partie : Participer à un salon professionnel</b>	<b>30 points</b>
2.1 Demande de réservation	8 points
2.2 Publipostage	11 points
(fond 5 points, structure 2,5 points, forme 3,5 points)	
2.3 Coût du publipostage	5 points
(0,5 point par élément + 1 point pour les arrondis)	
2.4 Tableau de bord	6 points
(0,5 point par calcul + 1 point par commentaire)	
<b>3<sup>ème</sup> Partie : Organiser sa tournée</b>	<b>15 points</b>
3.1 Traitement des objections (2 points par réponse )	4 points
3.2 Plan de tournée (cf corrigé)	11 points
<b>Total</b>	<b>60 points</b>

<b>CORRIGÉ</b>
----------------

**Première partie : Analyser le marché****15 points****1.1 Note de synthèse à destination du chef des ventes**

Le 4 avril 2003

Objet : Marché des sociétés de nettoyage industriel

<b>Caractéristiques du marché des sociétés de nettoyage industriel</b>
--

**I- Répartition des entreprises selon leur chiffre d'affaires**

- 49,60 % d'entreprises de moins de 76 k€
- 41,80 % d'entreprises de 76 à 760 k€
- 7,70 % d'entreprises de 760 à 7 600 k€
- 0,90 % d'entreprises de plus de 7 600 k€

**II- Poids des grandes entreprises dans le chiffre d'affaires total du secteur**

- 64 % du chiffre d'affaires de la profession réalisé par des entreprises de plus de 100 salariés.

**III- Répartition du marché sur le territoire national**

- Ile de France (28 % des entreprises et 38 % des salariés)
- Sud est (18 % des entreprises et 10 % des salariés)
- Centre Sud Ouest (14 % des entreprises et 12 % des salariés)
- Rhône Alpes (14 % des entreprises et 10 % des salariés)

**IV- Clients des sociétés de nettoyage industriel**

- Secteur tertiaire
- Collectivités publiques
- Agro-alimentaire
- Établissement scolaires
- Bâtiments administratifs et privés
- Industries
- Logements
- Lignes de production des industries traditionnelles (automobile) et de pointe (constructeurs informatique, nucléaire), hôpitaux, hôtels, collectivités locales, particuliers...
- Établissements scolaires
- Bâtiments administratifs et privés

## V- Tendances récentes de l'évolution du marché

La profession a enregistré pendant longtemps une croissance soutenue de 10 % par an avec un rythme d'embauches le plus élevé de tous les secteurs d'activité.

Un des rares secteurs de services aux entreprises qui a continué de se développer à un rythme soutenu malgré la crise.

- 1993 : Ralentissement de la progression
- 1995 : L'activité régresse en valeur de 2 %
- 2000 : Croissance record de plus de 7,5 %
- 2001 : Perspectives excellentes
- 2002 : Progressions encore supérieures à 5 %

### 1.2 Choix du chef des ventes de prospecter en priorité les sociétés de nettoyage

- **Tendance actuelle des entreprises à externaliser de plus en plus leurs services de nettoyage (le taux d'auto-nettoyage est descendu à 48 % en 1996 et à terme les professionnels tablent sur un taux voisin de 25 %).**  
En effet, les spécialistes font en principe une utilisation plus rationnelle de l'eau et de l'énergie, procèdent à une maintenance du matériel plus professionnelle, disposent d'équipements et de produits à des coûts plus bas : à qualité égale, **l'auto-nettoyage coûte environ 20 % plus cher que la sous-traitance.**
- **Renforcement de la législation sur l'hygiène et les retombées de la vague verte** (le secteur se structure, se professionnalise, se concentre et se diversifie).

## Deuxième partie : Participer à un salon professionnel

8 points

## 2.1 Demande de réservation d'un stand - Annexe 1 - Corrigé

Prestations	Prix Unitaire €	Quantité	Total H.T. €	
<b>Frais de dossier obligatoire</b>	241	1	241	0,25
<b>Stand équipé intérieur</b>	450			
- 9 m <sup>2</sup>	520	1	520	0,50
- 12 m <sup>2</sup>				
<b>Stand nu intérieur</b>	340			
- 9 m <sup>2</sup>	420			
- 12 m <sup>2</sup>	620			
- 20 m <sup>2</sup>				
<b>Décoration florale par stand (forfait obligatoire)</b>	20	1	20	0,25
<b>Nettoyage quotidien du stand (forfait obligatoire)</b>	32	1	32	0,25
<b>Électricité :</b>				
- branchement 9 kW	226	1	226	0,50
- branchement 12 kW	348			
- branchement 15 kW	435			
<b>Installation sanitaire</b>				
- Eau, branchement + écoulement	243			
- Vidoir seul	71			
- Vidoir, branchement + écoulement compris	314			
- Évier double bac, branchement + écoulement compris	407	1	407	0,25
<b>Ligne téléphonique</b>	15	1	15	0,25
<b>Carte d'accès (badge exposant - forfait obligatoire)</b>	18	1	18	0,25
<b>Catalogue de présentation (forfait obligatoire)</b>	9	1	9	0,25
<b>Assurance obligatoire</b>				
- Par tranche de 1 540 € de matériel et marchandises exposés	26	3	78	1
<b>Invitations</b>				
- de 1 à 9 carnets, le carnet de 25	31			
- de 10 à 39 carnets, le carnet de 25	29	14	406	1
- de 40 à 79 carnets, le carnet de 25	27			
- plus de 80	25			
<b>Frais d'expédition des invitations (forfait)</b>	16	1	16	0,25
<b>TOTAL H.T. €</b>			1 988,00	0,5
<b>T.V.A. 19,6 %</b>			389,65	1
<b>TOTAL T.T.C. €</b>			2 377,65	0,5
<b>Montant de l'acompte : 50 % (Obligatoire pour que la demande de réservation soit retenue)</b>			1 188,83	0,5
<b>Solde à verser avant le 30 avril 2003</b>			1 188,82	0,5

## 2.2 Publipostage : Annexe 2 corrigé

« Coordonnées  
prospect »

Objet :

Villeneuve, le

Madame , Monsieur,

Notre société, spécialisée dans la fabrication de produits de nettoyage industriel, connaît actuellement un vif succès dans le département de l'Yonne et de la région parisienne.

Nous serons heureux de vous présenter notre offre étendue de produits IDOS lors du

**Salon International EUROPROPRE**  
**(salon de l'hygiène et de la propreté)**  
**du 9 au 18 mai 2003**  
**au Parc Expo de Mulhouse,**

et nous répondrons à vos attentes.

Vous trouverez ci-joint un carton d'invitation que vous pourrez compléter afin de participer au tirage au sort. *Vous serez sans doute l'heureux bénéficiaire d'un week-end dans un « Relais & Châteaux » du vignoble alsacien.*

Vous apprécierez la qualité et l'efficacité de nos produits grâce à des démonstrations.

Vous bénéficierez de **prix-salon, d'offres de lancement et de nombreux avantages.**

Dans l'attente, recevez, Madame, Monsieur, l'assurance de nos salutations distinguées.

Le responsable des ventes

Structure, présentation, soin	2,5 points
-------------------------------	------------

Forme :	Date
3,5 points	Objet
	Coordonnées des professionnels du nettoyage
	Civilités
	Introduction
	Formule de politesse

Fond : 5 points

Participation au salon : adresse, date
Carton d'invitation
Jeux
Produits
Nombreux avantages

troisième partie : Organiser sa tournée

3.1 Traitement des objections ( 2 points par réponse)

Annexe 3 corrigé : Proposition de correction  
(accepter toutes réponses cohérentes)

Objections	Réponses
« je n'ai pas de temps à vous accorder pour le moment. »	Souhaitez-vous que je vous rappelle en début d'après-midi ou en fin d'après-midi ?  Ou  Je comprends tout à fait, je vous propose de vous rencontrer soit le ... ou le ...
« J'ai déjà un fournisseur dont je suis entièrement satisfait. »	Oui, je comprends Monsieur x. Par ailleurs, HOGEFICO propose une gamme de produits et de prix étendue. Il serait intéressant pour vous d'en faire une comparaison.

3.2 Plan de tournée - Annexe 6 proposition de corrigé

11 points

- 1- Tenir compte des contraintes :
  - Mardi rendez-vous chez Actol Services à 9 heures (1pt)
  - Mardi et mercredi, terminer sa tournée à l'ouest de Mulhouse (1pt + 1 pt)
  - Mercredi rendez-vous à 15 h 15 chez RÉGIO NET (1 pt)
  - Deux visites à effectuer le matin et quatre l'après-midi (1pt)
- 2- 0,5 point par ligne correcte soit  $12 \times 0,5 = 6$  points.

**ANNEXE 6 - Corrigé**

**Plan de tournée**

Jour	Ville	Nom de la rue	N° dans la rue	Dénomination du client	Heure d'arrivée prévue	Heure de départ prévue	Repère alpha-numérique
Mardi	Mulhouse	Rue Anna Schoen	21	Actol Services	9 h	10 h	G5
		Rue Anna Schoen	31	Europe Clean	10 h 15	11 h 15	G5
		Avenue Aristide Briand	35	Groupe Services Est	14 h	15 h	G6
		Rue Huguenin	31	Net Industrie	15 h 15	16 h 15	G7
		Avenue Clémenceau	1	Société Alsacienne de propreté	16 h 30	17 h 30	H8
		Avenue de Lutterbach	15	Net Sol Sud Alsace	17 h 45	18 h 45	E7
Mercredi	Mulhouse	Rue de Bâle	99	Tounet Service	9 h	10 h	J8
		Rue de Nordfeld	11	Technique Nettoyage	10 h 15	11 h 15	J7
		Rue d'Ilizach	3	Techniques Propreté	14 h	15 h	J6
		Rue Vauban	103	Régio Net	15 h 15	16 h 15	J5
		Avenue de Colmar	139	KLIN	16 h 30	17 h 30	H6
		Rue des oiseaux	3	Systèmes Mulhouse Services	17 h 45	18 h 45	F6

**2.3 Publipostage : Annexe 3 corrigé**

(0,5 point par élément en italique + 1 point pour les arrondis)

**5 points****Coût de l'opération de publipostage**

Éléments	Coût unitaire	Total	Part en % <sup>(*)</sup>
• Revenu du représentant 30 heures de travail	30 € l'heure	900,00	78,36
<b>sous total 1</b>		900,00	
Envoi du publipostage			
• impression de la lettre	0,40 €	140,00	
• enveloppe	0,05 €	17,50	
• affranchissement	0,26 €	91,00	
<b>sous total 2</b>		248,50	21,64
<b>Total général (1+2)</b>		<b>1 148,50</b>	<b>100</b>

(\*) Indiquez vos résultats avec deux décimales.

**2.4 Compte rendu d'activités : Annexe 4 corrigé**

(0,5 point pour les calculs + 1 point pour chaque commentaire)

**6 points**

Accepter toutes réponses cohérentes

**Tableau de bord du vendeur**

Ratios	Objectifs fixés pour ce salon en %	Résultats obtenus en % <sup>(*)</sup>	Commentaires <sup>(1)</sup>
$\frac{\text{Nombre de contacts au salon}}{\text{Nombre de courriers envoyés}} \times 100$	50	51,43	Publipostage bien ciblé donc efficace. Taux de réponses est satisfaisant et dépasse l'objectif fixé.
$\frac{\text{Nombre de rendez-vous fixés}}{\text{Nombre de contacts au salon}} \times 100$	20	20	Un contact sur cinq a donné lieu à un rendez-vous. L'objectif est atteint. Satisfaisant.
$\frac{\text{Nombre de commandes}}{\text{Nombre de contacts au salon}} \times 100$	15	6,11	Objectif non atteint. L'argumentaire peut être mal exploité. Le vendeur ne maîtrise pas son produit.
$\frac{\text{Affaires chaudes}}{\text{Nombre de contacts au salon}} \times 100$	30	10	Le nombre de personnes susceptibles d'acheter le produit lors du salon est faible. Le prix est peut être trop élevé, les produits ne se démarquent pas assez de la concurrence...

(\*) Indiquez vos résultats avec deux décimales

(1) Commentez les résultats obtenus lors du salon de Mulhouse en les comparant aux objectifs fixés.