

BACCALAURÉAT 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 : 15 pages numérotées de 1 à 15

Page 1	:	Page de garde.
Pages 2 à 6	:	Énoncé du sujet.
Page 7	:	Récapitulatif des documents et annexes.
Pages 8 à 11	:	Documents.
Pages 12 à 15	:	Annexes.

Les annexes dûment remplies sont à joindre à votre copie.

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL	SESSION 2004	0406-VE ST 11
SPÉCIALITÉ : VENTE (PROSPECTION - NÉGOCIATION - SUIVI DE CLIENTÈLE)		
ÉPREUVE E1 : Sous-épreuve E11	Durée : 3 heures	Coefficient : 3
PRÉPARATION ET SUIVI DE L'ACTIVITÉ COMMERCIALE	Page 1 / 15	SUJET

SUJET

➤ Les quatre parties qui composent le sujet sont indépendantes, elles sont relatives à des entreprises et à des contextes différents :

PARTIE .I. Le parc zoologique de Pont-Scorff (14 points)

L'exploitation des sources documentaires de l'entreprise.

PARTIE .II. Le Groupe PEUGEOT (19 points)

Le calcul de la rémunération du vendeur.

PARTIE .III. Le parc à loups de St Martin Vésubie (17 points)

La communication avec la clientèle.

PARTIE .IV. L'entreprise « QUESTION DE POTS » (10 points)

L'analyse de son activité.

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL	SESSION 2004	0406-VE ST 11
SPÉCIALITÉ : VENTE (PROSPECTION - NÉGOCIATION - SUIVI DE CLIENTÈLE)		
ÉPREUVE E1 : Sous-épreuve E11	Durée : 3 heures	Coefficient : 3
PRÉPARATION ET SUIVI DE L'ACTIVITÉ COMMERCIALE	Page 2 / 15	SUJET

PARTIE .I. Le parc zoologique de Pont-Scorff
L'EXPLOITATION DES SOURCES DOCUMENTAIRES
DE L'ENTREPRISE

Vous venez d'être recruté(e) en qualité de commercial(e) par le directeur du parc zoologique de Pont-Scorff, Monsieur LE HERITTE.

La clientèle du parc zoologique est constituée de particuliers et de groupes de personnes ou de professionnels.

Monsieur LE HERITTE vous remet une documentation sur le parc zoologique composée d'une présentation du parc, d'une copie de la page d'accueil du site Internet et des tarifs de la billetterie (*documents 1 à 3*).

TRAVAIL À FAIRE

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

I.1. Dégagez *sur votre copie*, sous la forme d'une note structurée d'une vingtaine de lignes maximum, les principales caractéristiques et les principaux avantages de l'offre commerciale proposée par le parc zoologique de Pont-Scorff. Cette note devra vous aider à présenter le parc zoologique à votre clientèle.

I.2. Identifiez *sur l'annexe I à compléter et à rendre avec la copie*, quatre catégories de clients potentiels appartenant à la clientèle « groupes de personnes », différentes de celles mentionnées dans les documents et susceptibles d'être prospectées par le parc zoologique.

I.3. Monsieur LE HERITTE vous communique également les chiffres d'affaires des sept dernières années du parc zoologique (*annexe II*).

Calculez et commentez *sur l'annexe II à compléter et à rendre avec la copie*, les taux d'évolution des chiffres d'affaires du parc zoologique pour les trois dernières années et pour l'ensemble de la période.

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL	SESSION 2004	0406-VE ST 11
SPÉCIALITÉ : VENTE (PROSPECTION - NÉGOCIATION - SUIVI DE CLIENTÈLE)		
ÉPREUVE E1 : Sous-épreuve E11	Durée : 3 heures	Coefficient : 3
PRÉPARATION ET SUIVI DE L'ACTIVITÉ COMMERCIALE	Page 3 / 15	SUJET

PARTIE .II. Le Groupe PEUGEOT

LE CALCUL DE LA RÉMUNÉRATION DU VENDEUR

Le Groupe PEUGEOT dispose d'un système de rémunération particulier pour ses vendeurs en véhicules neufs (VN). Vous en prenez connaissance (*Document 4*).

TRAVAIL À FAIRE

À partir du *document 4* et de vos connaissances :

II.1. Déterminez *sur l'annexe III à compléter et à rendre avec la copie*, la rémunération mensuelle totale de Monsieur ALAUME, vendeur en véhicules neufs du Groupe Peugeot, en fonction des ventes qu'il a réalisées sur la période du mois de mai 2004. Pour cela :

- a) Mettez à jour les résultats de ses ventes en effectuant les calculs nécessaires et déterminez s'il bénéficie de la prime « booster » A, B ou C pour la vente des modèles Peugeot 807, 607 et 406.
- b) Calculez le montant de :
- Ses commissions sur les ventes de véhicules neufs ;
 - Ses primes sur contrat (révision et maintenance) et sur financement (Axess, P Perspective) ;
 - Ses primes « booster » (A, B et C) ;
 - Sa prime sur objectif mensuel de commandes ;
 - Sa rémunération mensuelle totale.

II.2. Indiquez *sur votre copie*, trois avantages pour l'entreprise d'appliquer ce système de rémunération.

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL	SESSION 2004	0406-VE ST 11
SPÉCIALITÉ : VENTE (PROSPECTION - NÉGOCIATION - SUIVI DE CLIENTÈLE)		
ÉPREUVE E1 : Sous-épreuve E11	Durée : 3 heures	Coefficient : 3
PRÉPARATION ET SUIVI DE L'ACTIVITÉ COMMERCIALE	Page 4 / 15	SUJET

PARTIE .III. Le parc à loups de Saint Martin Vésubie

LA COMMUNICATION AVEC LA CLIENTÈLE

Vous venez d'être recruté(e) par Monsieur **CARLIER**, directeur du parc à Loups de Saint Martin Vésubie situé dans le Parc National du Mercantour, dans les Alpes Maritimes.

Il vous informe qu'il participera au Salon de la Montagne au Parc des Expositions à Paris du 31 octobre au 2 novembre 2004 et vous charge d'inviter sa clientèle professionnelle (comités d'entreprises, centres de vacances et de loisirs, établissements scolaires...) à cette manifestation. Monsieur **CARLIER** souhaite que cette invitation soit insérée dans un courrier électronique. Chaque client qui visitera son stand se verra offrir deux entrées gratuites pour le Parc à Loups valables pour la saison 2005.

TRAVAIL À FAIRE

À partir de l'énoncé ci-dessus et de vos connaissances :

- III.1.** Rédigez *sur l'annexe IV, partie 1, à compléter et à rendre avec la copie*, le carton d'invitation que vous adresserez à cette clientèle.
- III.2.** Concevez *sur l'annexe IV, partie 2, à compléter et à rendre avec la copie*, le coupon-réponse permettant au Parc à Loups d'évaluer le nombre de visites qu'il recevra sur son stand.
- III.3.** Vous devez procéder à l'envoi par courrier électronique (courriel ou e-mail) du carton d'invitation et du coupon-réponse à votre clientèle professionnelle. Répondez *sur votre copie* aux questions suivantes :
- a) Indiquez de quelle information vous devez disposer sur chaque client pour procéder à cet envoi. Précisez la forme sous laquelle elle se présente.
 - b) Nommez la technique utilisée pour cet envoi.
 - c) Exposez la procédure à suivre lors de l'envoi de ce courrier électronique.
- III.4.** Dégagez *sur votre copie*, quatre avantages pour le Parc à Loups d'utiliser ce mode d'envoi du carton d'invitation et du coupon réponse.

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL	SESSION 2004	0406-VE ST 11
SPÉCIALITÉ : VENTE (PROSPECTION - NÉGOCIATION - SUIVI DE CLIENTÈLE)		
ÉPREUVE E1 : Sous-épreuve E11	Durée : 3 heures	Coefficient : 3
PRÉPARATION ET SUIVI DE L'ACTIVITÉ COMMERCIALE	Page 5 / 15	SUJET

PARTIE .IV. L'entreprise « QUESTIONS DE POTS »

L'ANALYSE DE SON ACTIVITÉ

Vous venez d'être recruté(e) comme attaché(e) commercial(e) dans l'entreprise « QUESTIONS DE POTS » qui fabrique et commercialise des porte-outils de jardin multifonctions. Ce produit est innovant et le marché est à développer auprès :

- des consommateurs - particuliers,
- des distributeurs - revendeurs de type GMS (Grandes et moyennes surfaces).

Après quelques semaines de prospection intensive, votre responsable, Monsieur ARRECGROS, souhaite faire le point sur votre travail et évaluer vos performances. Pour faciliter cette évaluation, il vous remet vos résultats d'activité et vos objectifs pour en faire l'analyse (*Annexe V*).

TRAVAIL À FAIRE

À partir de l'énoncé ci-dessus et de vos connaissances :

IV.1. Calculez *sur l'annexe V à compléter et à rendre avec la copie*, vos ratios de prospection réalisés sur la période.

IV.2. À partir des résultats de vos ratios de prospection (*Annexe V*) :

Présentez *sur votre copie*, une analyse de votre activité dans laquelle vous dégagerez :

- les points forts et les points faibles de votre activité,
- un bilan de votre activité,
- des propositions d'amélioration.

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL	SESSION 2004	0406-VE ST 11
SPÉCIALITÉ : VENTE (PROSPECTION - NÉGOCIATION - SUIVI DE CLIENTÈLE)		
ÉPREUVE E1 : Sous-épreuve E11	Durée : 3 heures	Coefficient : 3
PRÉPARATION ET SUIVI DE L'ACTIVITÉ COMMERCIALE	Page 6 / 15	SUJET

**PAGE RÉCAPITULATIVE DES DOCUMENTS
et
DES ANNEXES à compléter et à rendre avec la copie**

DOCUMENT .1. (1 page) Présentation du parc zoologique de Pont-Scorff
Page 8

DOCUMENT .2. (1 page) Page d'accueil du site Internet du parc zoologique de Pont-Scorff
Page 9

DOCUMENT .3. (1 page) Tarifs de la billetterie du parc zoologique de Pont-Scorff
Page 10

DOCUMENT .4. (1 page) Informations sur le système de rémunération des vendeurs VN
Page 11

ANNEXE .I. (1/2 page) La clientèle potentielle du parc zoologique de Pont-Scorff
Page 12

ANNEXE .II. (1/2 page) Évolution du chiffre d'affaires du parc zoologique de Pont-Scorff
Page 12

ANNEXE .III. (1 page) Grille de rémunération mensuelle - Vendeurs en véhicules neufs
Page 13

ANNEXE .IV. (1 page) **Partie .1.** Carton d'invitation / **Partie .2.** Coupon réponse
Page 14

ANNEXE .V. (1 page) Résultats d'activité et ratios de prospection
Page 15

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL		SESSION 2004	0406-VE ST 11
SPÉCIALITÉ : VENTE (PROSPECTION - NÉGOCIATION - SUIVI DE CLIENTÈLE)			
ÉPREUVE E1 : Sous-épreuve E11		Durée : 3 heures	Coefficient : 3
PRÉPARATION ET SUIVI DE L'ACTIVITÉ COMMERCIALE		Page 7 / 15	SUJET

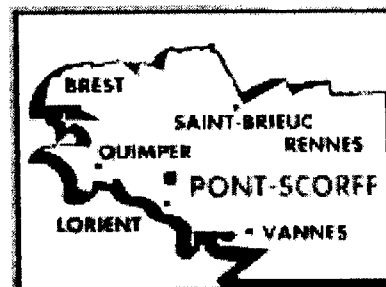
Présentation du parc zoologique de Pont-Scorff

✓ HISTORIQUE :



C'est en 1973 que Maguy et Pierre THOMAS ont l'idée de créer, près de LORIENT, un établissement zoologique. De 1973 jusqu'au début des années 80, le parc zoologique de Pont-Scorff ne reste qu'un modeste établissement sans moyens financiers importants. Il commence à se développer vraiment en 1985 avec une belle présentation de carnivores et un spectacle à la fois attractif et pédagogique. Il est visité par près de 80 000 personnes en 1986.

Gravement endommagé par l'ouragan d'octobre 1987, l'avenir du zoo est compromis. Mais 1988 est l'année du renouveau ; le nombre de visiteurs augmente de près de 60 %. En 1990, emporté par le succès, le Zoo de Pont-Scorff double sa superficie. L'entreprise familiale se transforme en SARL et prend un nouvel essor. Le zoo se développe alors d'année en année. De nombreuses installations sont en cours d'aménagement ou en rénovation et cet espace zoologique s'implique de plus en plus dans les programmes européens d'élevage.



✓ FICHE SIGNALÉTIQUE :

Activité :	Gestion du Patrimoine Naturel
Effectif en 2003 :	38 employés
Gérant :	Pierre THOMAS
Directeur :	Alain LE HERITTE
Biologiste :	Xavier VAILLANT
Chef animalier :	Pierre-Yves PATY
Capacité du zoo :	700 animaux appartenant à 120 espèces.
Infrastructure et services :	Cabines téléphoniques, nursery, infirmerie, accès handicapés, espaces restauration (restaurant, snack, pizzeria, sandwicherie, bars, glaces...). Accès interdit aux animaux domestiques (chiens, chats...).
Tarifs :	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tout Public : Adulte : 12 € / Enfant (de 3 à 11 ans) : 7 € ▪ Comités d'entreprise, Comités d'œuvres sociales et Amicales : Adulte : 10 € / Enfant (de 3 à 11 ans) : 6 €
Moyens de paiement :	Cartes bancaires, chèques, chèques vacances, espèces.
Prestations :	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Visite guidée. ▪ Spectacles et animations. ▪ Formule avec restauration. ▪ Journée détente. ▪ Journée complète enfant.

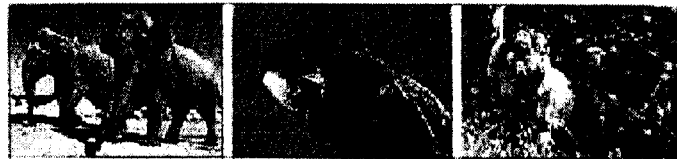
Page d'accueil du site Internet du parc zoologique de Pont-Scorff

Zoo de Pont-Scorff

Zoo de Pont-Scorff Zoo au Pont-Scorff

Autrefois chassés, décimés et exploités afin de satisfaire la curiosité du public, beaucoup d'espèces d'animaux sauvages sont entrées dans un processus irréversible qui les a amené au bord de l'extinction.

Afin de pallier à ce désastre écologique, plusieurs centaines de parcs zoologiques à travers le monde œuvrent pour la survie des animaux sauvages.



Voir les animaux du zoo

C'est depuis longtemps l'objectif du Zoo de Pont-Scorff qui a mis en place des programmes d'élevages très élaborés, notamment pour les éléphants qui sont au nombre de 5 dans le parc, ce qui est très rare pour un zoo.



Voir les animaux du zoo

Avec ses 700 animaux provenant du monde entier, le Zoo vous propose 5 heures de visite et 3 spectacles !

2003 - les 30 ans du zoo

Le Zoo de Pont-Scorff a un autre objectif qui lui tient à cœur :

l'insertion sociale et professionnelle.

Dans ce cadre, le Zoo accueille un groupe de jeunes de 18 à 25 ans qui participent tous les jours à la vie du parc et des animaux par le biais d'ateliers.

Ouverture

Le Zoo est ouvert tous les jours, toute l'année.

Avril-Mai-Septembre : de 9 h 30 à 18 h

Juin-Juillet-Août : de 9 h 30 à 19 h

Autres mois : 9 h 30 à 17 h.

Les spectacles débutent à Pâques jusqu'à fin septembre.



Voir les animaux du zoo

Restauration

De mars à septembre, le Zoo vous offre la possibilité de vous restaurer sur place : restauration classique ou rapide, pizzeria, crêperie...

Tarifs

Le Zoo propose des tarifs spéciaux pour les groupes ainsi que des formules avec déjeuner, goûter, visite guidée, etc... Pour connaître les tarifs individuels ou en groupe, contactez-nous au 02 97 32 60 86.

Pour ses 30 ans, le parc organise 30 journées d'animations supplémentaires.

Pour connaître toutes les animations, connectez-vous à l'agenda de Pont-Scorff.

Accès au Zoo : par la RN 165, sortie Quéven.
Tél. : 02 97 32 60 86 - Fax : 02 97 32 57 06

[Remonter en haut de la page](#)

Tarifs de la billetterie du parc zoologique de Pont-Scorff

➤ ENTRÉE DU PARC ZOOLOGIQUE :

• **TARIFS « TOUT PUBLIC »**

Adulte : **12 €** / Enfant (de 3 à 11 ans) : **7 €**

• **TARIFS « PRÉFÉRENTIELS »**

Comités d'entreprise, Comités d'œuvres sociales et Amicales

Adulte : **10 €** / Enfant (de 3 à 11 ans) : **6 €**

Ticket sans limite de validité

➤ LES FORMULES :

1. Formule avec restauration

FORFAIT ADULTE : Entrée + restauration **18 €**

Repas hors forfait : 10 €

FORFAIT ENFANT (de 3 à 11 ans) : Entrée + restauration **11 €**

Repas hors forfait : 5,40 €

2. Journée complète ENFANTS

9 H 30 Arrivée au Parc

10 H Visite guidée de la 1^{ère} partie du Parc

12 H Repas

14 H Visite guidée de la 2^{ème} partie du Parc avec les spectacles

17 H 30 Fin de la journée

FORFAIT tout compris **15 €**

3. Journée Détente ADULTES et GROUPES

9 H 30 Arrivée au Parc avec café de bienvenue

10 H Visite guidée de la 1^{ère} partie du Parc

11 H 30 Apéritif

12 H Déjeuner

14 H Visite guidée de la 2^{ème} partie du Parc avec les spectacles

17 H 30 Fin de la journée

FORFAIT tout compris **29 €**

Informations sur le système de rémunération des vendeurs en véhicules neufs (VN) - GROUPE PEUGEOT

Éléments de la rémunération du VENDEUR	MODALITÉS
1. Commission sur les ventes de véhicules neufs :	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 0,2 % du prix de vente net HT du véhicule commandé ou vendu.
2. Prime sur contrat : Prime accordée au vendeur sur les contrats de révision ou de maintenance réalisés auprès de ses clients.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Contrat de révision (R) : Prime de 31,00 € par contrat réalisé. ▪ Contrat de maintenance (M) : Prime de 61,00 € par contrat réalisé.
3. Prime sur financement : Prime accordée au vendeur sur les financements AXESS ou P Perspective réalisés auprès de ses clients.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Financement AXESS (A) : Prime de 31,00 € par financement réalisé. ▪ Financement P Perspective (P) : Prime de 61,00 € par financement réalisé.
4. Prime "Booster" : Prime accordée au vendeur sur la vente de certains véhicules définis par le chef de site.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Booster A : Prime de 100,00 € pour la vente d'un modèle Peugeot 807. ▪ Booster B : Prime de 75,00 € pour la vente d'un modèle Peugeot 607. ▪ Booster C : Prime de 50,00 € pour la vente d'un modèle Peugeot 406.
5. Prime sur objectif mensuel de commandes : Prime accordée au vendeur en fonction de son pourcentage de réalisation de l'objectif mensuel de commandes (nombre de véhicules commandés ou vendus dans le mois).	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Si objectif mensuel réalisé de 90 % à 99 % : Prime mensuelle de 77,00 €. ▪ Si objectif mensuel réalisé de 100 % à 109 % : Prime mensuelle de 250,00 €. ▪ Si objectif mensuel réalisé de 110 % à + : Prime mensuelle de 350,00 €.
6. Fixe mensuel :	665,00 €

ANNEXE .I. à compléter et à rendre avec la copie

LA CLIENTÈLE POTENTIELLE DU PARC ZOOLOGIQUE DE PONT-SCORFF

TYPES DE CLIENTÈLE		
	Particuliers et Individuels	Groupes de personnes et Professionnels
CATÉGORIES DE CLIENTS POTENTIELS	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Les enfants ▪ Les adultes ▪ Les familles 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Les comités d'entreprises * ▪ Les amicales * ▪ Les comités d'œuvres sociales * ▪ ▪ ▪ ▪

* Catégories de clients potentiels mentionnées dans les documents.

ANNEXE .II. à compléter et à rendre avec la copie

EVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES DU PARC ZOOLOGIQUE DE PONT-SCORFF

Années	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2003 / 1997
Chiffre d'affaires en €	1 625 539	1 626 564	1 652 498	1 648 450	1 660 906	1 693 052	1 632 155	
Taux d'évolution en %								

▪ Indiquez le détail des calculs pour le taux d'évolution 2001 :

NB : Arrondissez vos résultats à deux chiffres après la virgule

✓ Commentaires :

GRILLE DE RÉMUNÉRATION MENSUELLE - VENDEURS EN VÉHICULES NEUFS (VN) - Groupe PEUGEOT

- MOIS : MAI 2004	- NOM DU VENDEUR VN : Monsieur ALAUME
--------------------------	----------------------------------------------

NB : Arrondissez les résultats de vos calculs à deux chiffres après la virgule

Nom des clients	Modèle commandé ou vendu	Prix de vente tarif HT en €	Remise accordée en %	Prix de vente net HT en €	Commission en €	Contrats réalisés		Financements réalisés		Boosters réalisés	Montant des PRIMES en €			TOTAL Commissions et Primes en €
						R*	M*	A*	P*		sur contrat	sur financement	Booster	
LETROT	206	13 020,00	6	12 238,80	24,48	1		1			31,00	31,00		86,48
DELMAS	406	23 110,00	10	20 799,00	41,60					C		50,00		91,60
TURPIN	206	15 170,00	5	14 411,50	28,82				1		61,00			89,82
DUPONT	206	17 170,00	7	15 968,10	31,94									31,94
DURAND	807	37 850,00	8						1					
MORIN	807	37 250,00	5											
BRAMI	807	37 250,00	5											
DELAS	206	24 130,00	5											
TOTAL MENSUEL														

--	--	--	--

Complétez les cases non grisées pour le total mensuel * : R : Révision / M : Maintenance / A : AXESS / P : P Perspective

- Prime sur objectif mensuel de commandes :

Nombre de commandes de véhicules réalisées par le vendeur dans le mois	Objectif mensuel de commandes fixé par le chef de site	Pourcentage de réalisation de l'objectif
	7 véhicules	
<i>Détail des calculs :</i>		<i>Résultat :</i>
- Rémunération mensuelle totale du vendeur :		Montant de la prime mensuelle sur objectif de commandes
<i>Détail des calculs :</i>		
		Résultat :

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

PARTIE .1. Carton d'invitation



PARC À LOUPS

PARTIE .2. Coupon réponse



PARC À LOUPS

RÉSULTATS D'ACTIVITÉ ET RATIOS DE PROSPECTION
Entreprise « QUESTION DE POTS »

✓ **Vos résultats d'activité sur la période :**

Nombre de visites de prospection effectuées	Chiffre d'affaires réalisé	Charges de prospection générées
150 visites	35 400 €	15 000 €

✓ **Vos objectifs de visites et de ratios de prospection sur la période :**

Nombre de visites de prospection à réaliser	Ratio de chiffre d'affaires à atteindre : Chiffre d'affaires moyen par visite de prospection	Ratio de charges à ne pas dépasser : Charges de prospection moyennes par visite de prospection
135 visites	300 € par visite	80 € par visite

✓ **Vos ratios de prospection réalisés sur la période (à calculer) :**

Ratio de réalisation des visites de prospection : Nbre de visites effectuées part rapport au Nbre de visites à réaliser	Ratio de chiffre d'affaires réalisé : Chiffre d'affaires moyen par visite de prospection	Ratio de charges réalisé : Charges de prospection moyennes par visite de prospection
<i>Résultats* :</i>	<i>Résultats :</i>	<i>Résultats :</i>
<i>Détail des calculs :</i>	<i>Détail des calculs :</i>	<i>Détail des calculs :</i>

* Arrondissez votre résultat à deux chiffres après la virgule

Modalités de remboursement des frais de prospection :

1. Frais d'hébergement et de restauration non remboursés.
2. Frais de carburant sur votre véhicule personnel entièrement remboursés.
3. Chaque visite est fixée par un appel téléphonique préalable : ces frais de téléphone sont intégralement remboursés.