

CORRIGE

Ces éléments de correction n'ont qu'une valeur indicative. Ils ne peuvent en aucun cas engager la responsabilité des autorités académiques, chaque jury est souverain.

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL

VENTE

Prospection - Négociation - Suivi de clientèle

ÉPREUVE E1 SCIENTIFIQUE ET TECHNIQUE

SOUS-ÉPREUVE E11 :
PRÉPARATION ET SUIVI DE L'ACTIVITÉ COMMERCIALE

Le corrigé comporte 9 pages numérotées de 1 à 9 :

Page 1 sur 9 : Page de garde

Page 2 sur 9 : Barème

Pages 3 et 4 sur 9 : Texte

Pages 4 à 9 sur 9 : Annexes

CORRIGÉ

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL	SESSION 2008	0806-VE ST 11
SPECIALITE : VENTE (Prospection-Négociation-Suivi de Clientèle)		
EPREUVE E1 : Sous-épreuve : E11	Durée : 3 heures	Coefficient : 3
PREPARATION ET SUIVI DE L'ACTIVITE COMMERCIALE	Page 1/9	CORRIGÉ

BARÈME

PARTIE .I. 24 points

Le réseau « MAISONS D'EN FRANCE »

Préparer la prospection

- I.1 L'analyse du marché 10 points**
- I.2 Le profil type de l'acquéreur 5 points**
- I.3 Annexe 1 : Le plan de découverte 9 points**

PARTIE .II.

La société « AGORA » « Couleurs de Tollens »

16 points

Calculer une rémunération

- II.1 Annexe 2 : Le calcul de votre rémunération 11 points**
- II.2 Annexe 3 : L'analyse du système de rémunération 5 points**

PARTIE .III.

La société « FINANCE PLUS »

20 points

Analyser l'activité commerciale

- III.1 Annexe 4 : Le comparatif des performances 5 points**
- III.2 Annexe 5 : L'analyse de vos performances 7 points**
- III.3 Annexe 6 : Les indicateurs de performance 6 points**
- III.4 Annexe 7 : La proposition d'un indicateur 2 points**

TOTAL DE L'ÉPREUVE : 60 points

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL	SESSION 2008	0806-VE ST 11
SPECIALITE : VENTE (Prospection-Négociation-Suivi de Clientèle)		
ÉPREUVE E1 : Sous-épreuve : E11	Durée : 3 heures	Coefficient : 3
PRÉPARATION ET SUIVI DE L'ACTIVITÉ COMMERCIALE	Page 2/9	CORRIGÉ

PARTIE .I.
Le réseau « MAISONS D'EN FRANCE »
Préparer la prospection

24 points

I.1. L'analyse du marché de la construction de maisons individuelles en France. 10 points

L'évolution depuis ces dix dernières années du marché de la construction de maisons individuelles : 2 pts

- De 1997 à 2007 le marché a très fortement progressé au niveau du nombre de maisons individuelles construites (+ 44,27%).
- Une période de relative stabilité entre 2000 et 2003.
- Depuis 2005 cette croissance s'est affaiblie pour arriver en 2007 à une première baisse du marché 227 800 maisons construites contre 230 700 en 2006, soit - 1,26%.
- Fléchissement surtout constaté pour l'individuel groupé (- 2,84%), alors que l'individuel isolé se maintient (- 0,83%). À l'inverse le logement collectif continue sa progression (+ 3,50%) et rattrape peu à peu le niveau de construction de l'individuel isolé.
- Le niveau de construction atteint par les maisons individuelles reste malgré tout un des plus élevés de ces dernières années.

Son importance en 2007 : La maison individuelle leader de la construction neuve et le type d'habitation le plus représenté dans le parc des logements français. 2 pts

- 56,23% des logements neufs construits en France en 2007 sont des maisons individuelles soit plus d'un logement sur deux.
- Avec 44,41% de logements construits, les maisons individuelles isolées sont à la 1^{ère} place devant la construction des logements collectifs (43,77%) et les maisons individuelles groupées (11,82%).
- Près de 56,8% du parc actuel soit 18,31 millions de logements sont des maisons individuelles.

Les principaux freins à son développement 2 pts

- La progression des coûts d'accession qui affaiblie la solvabilité des ménages primo-accédants :
 - L'augmentation du prix des matériaux.
 - Le surcoût engendré par les nouvelles réglementations sur les normes de construction.
 - La hausse des taux d'intérêts.
 - L'envolée du prix des terrains dû au manque de disponibilités foncières.
- Les impacts négatifs sur l'environnement : l'étalement urbain, les coûts supplémentaires en matière d'infrastructures et de déplacements...

Les principaux éléments favorables à son développement 2 pts

- Le logement individuel reste le logement idéal des français enclins à plus de confort et d'espace.
- La forte évolution du coût de la location, du prix de l'ancien et du neuf en appartement urbain qui préserve toujours la compétitivité de la construction d'un logement individuel en péri-urbain ou en semi rural.
- Une offre abondante de crédits avec des durées moyennes qui s'allongent et des taux d'intérêt, quoiqu'en augmentation, qui demeurent modérés.
- Le néo-ruralisation des populations c'est-à-dire le déplacement des ménages en milieu rural.

La conséquence majeure sur la nature des propositions d'offres pour les futurs clients 1 pt

Adapter l'offre de maisons individuelles au budget des ménages pour préserver leur solvabilité : des maisons plus petites en zone rurale, moins dévoreuses de foncier et moins chères qui permettent aux primo-accédants d'en devenir propriétaires.

Forme : Structure cohérente / Orthographe / Syntaxe : 1 pt

EXAMEN : BACCALAUREAT PROFESSIONNEL	SESSION 2008	
SPÉCIALITÉ : VENTE (Prospection – Négociation – Suivi de clientèle)		0806-VE ST 11
ÉPREUVE E1 : Sous-épreuve E 11	Durée : 3 heures	Coefficient : 3
PREPARATION ET SUIVI DE L'ACTIVITE COMMERCIALE	Page 3/9	CORRIGÉ

I.2. Déterminez *sur votre copie*, le profil type de l'acquéreur de maisons individuelles isolées.

5 points $\frac{1}{2}$ pt par élément :

QUI ?

- C'est un couple avec 2 enfants (à 60%)
- De 30 à 39 ans (à 41%) ou de moins de 39 ans (à 61%)
- Employé, ouvrier ou cadre supérieur (à 58%)
- Disposant d'un revenu net mensuel entre 1 700 et 3 700 € (à 73%)
- Primo-accédant (à 60%)

QUOI ?

- Qui achète une maison individuelle isolée neuve de 5 pièces, d'une surface habitable de 115 m² pour 120 000 € TTC sur un terrain de 1 500 € pour 46 000 €
- En zone rurale (à 57%)

POURQUOI ?

- Pour en faire sa résidence principale (à 89%)

OÙ et COMMENT ?

- Construite par un constructeur (à 62%)
- En s'endettant à 28% de leurs revenus pour une durée de crédit de 20 ans.

I.3. **9 points**

ANNEXE I.

1,5 pt par rubrique : Au moins 2 informations par rubrique

LE PLAN DE DÉCOUVERTE

Rubriques	Informations à recueillir
Nature du besoin Destination Pourquoi (0,5 pt)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Maison destinée à l'habitation principale, secondaire ou à l'investissement locatif ▪ Propriétaire d'un terrain ou non ▪ Primo-accédant ou déjà propriétaire <p style="text-align: right;">(1 pt)</p>
Situation familiale Qui (0,5 pt)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Marié, en couple ou célibataire ▪ Nombre d'enfants, âge, sexe ▪ Autres personnes à charge ▪ Scolarité des enfants <p style="text-align: right;">(1 pt)</p>
Situation professionnelle Qui (0,5 pt)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Profession ▪ Secteur professionnel et société ▪ Lieu de travail <p style="text-align: right;">(1 pt)</p>
Habitation ou logement actuel Qui (0,5 pt)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ En appartement ou en maison individuelle ▪ Caractéristiques : surface, nombre de pièces, commodités et contraintes... ▪ Locataire (montant du loyer) ▪ Propriétaire (achat avec revente) <p style="text-align: right;">(1 pt)</p>
Situation financière Combien et Comment (0,5 pt)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Montant approximatif du revenu global du foyer ▪ Remboursement de crédits en cours ▪ Budget ou apport initial possibles (épargne logement, vente d'un bien immobilier,...) <p style="text-align: right;">(1 pt)</p>
Détails du projet Quoi, Où, Quand (0,5 pt)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Lieu d'implantation (urbain / rural / péri-urbain) ▪ Type de logement recherché (style, surface...) ▪ Commodités de proximité recherchées ▪ Délai ou échéance <p style="text-align: right;">(1 pt)</p>

Accepter toute demande d'information pertinente en relation avec l'objectif de la découverte

EXAMEN : BACCALAUREAT PROFESSIONNEL		SESSION 2008	0806-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 4/9	CORRIGÉ

PARTIE .II.
La société « AGORA » - « Couleurs de Tollens »
Calculer une rémunération

16 points

II.1. 11 points

ANNEXE 2 à compléter et à rendre avec la copie

Le calcul de votre rémunération pour le mois de MAI 2008

Faire figurer dans les cases concernées le détail des calculs et le résultat. (5,25 points)

PRIMES	Écarts entre Objectifs et réalisés	% de réalisation des Objectifs	Montant de la prime
<i>Variable 1</i> Prime sur objectif de marge nette mensuelle :	17 500 – 19 500 = – 2 000 € ¼ pt	$\frac{17\,500 \times 100}{19\,500} = 89,74\%$ (0,5 pt)	300 × 80/100 = 240 € (1 pt)
<i>Variable 2</i> Prime sur objectif de chiffre d'affaires mensuel sur Portefeuille client 2007 :	70 200 – 57 500 = + 12 700 € ¼ pt	$\frac{70\,200 \times 100}{57\,500} = 122,09\%$ (0,5 pt)	150 € (1 pt)
<i>Variable 3</i> Prime sur objectif de chiffre d'affaires mensuel Sur les nouveaux clients :	1 800 – 1 600 = + 200 € ¼ pt	$\frac{1\,800 \times 100}{1\,600} = 112,5\%$ (0,5 pt)	90 € (1 pt)

Calcul de la rémunération totale brute pour le mois de MAI 2008 (détaillez votre calcul) : (5,75 points)

Fixe : 2 000 €

Commission : $\frac{72\,000 \times 0,5}{100} = 360 \text{ €}$ (1pt)

Montant des primes : 240 + 150 + 90 = 480 € (1pt)

Montant commission et primes : 360 + 480 = 840 € (1pt)

Montant commission et primes versées en mai 2008 : 840 * 60/100 = 504 € (1,25 pt)

- Autre démarche pour les primes et les commissions :

Montant commission : 0,005 x 72 000 x 0,6 = 216 (1,25 pt)

Montant variable 1 : 240 x 0,6 = 144 (1 pt)

Montant variable 2 : 150 x 0,6 = 90 (1 pt)

Montant variable 3 : 90 x 0,6 = 54 (1 pt)

Total = 504

Montant commission et primes restant à percevoir de mars 2008 :

1 200 * 40/100 = 480 € (1pt)

Rémunération totale brute: 2 000 + 504 + 480 = 2 984 € (0,5pt)

EXAMEN : BACCALAUREAT PROFESSIONNEL		SESSION 2008	0806-VE ST 11
SPÉCIALITÉ : VENTE (Prospection – Négociation – Suivi de clientèle)			
ÉPREUVE E1 : Sous-épreuve E 11		Durée : 3 heures	Coefficient : 3
PREPARATION ET SUIVI DE L'ACTIVITE COMMERCIALE		Page 5/9	CORRIGÉ

II.2 5 points

L'analyse du système de rémunération

Éléments de la rémunération	Caractéristiques et conséquences sur l'activité du commercial
FIXE	<ul style="list-style-type: none"> - Rémunère les tâches courantes - Fixe élevé - Assure une sécurité de revenu - Montant en fonction de l'ancienneté - Stabilise la force de vente <p style="text-align: right;"><i>(1 pt)</i></p>
COMMISSION	<ul style="list-style-type: none"> - Pourcentage sur le CA si objectif atteint - Pousse le commercial à réaliser son objectif - Valorise le dépassement d'objectif : base de calcul sur la totalité réalisée. <p style="text-align: right;"><i>(1 pt)</i></p>
VARIABLE 1	<ul style="list-style-type: none"> - Prime sur la réalisation d'un objectif de marge - Incitation à ne pas faire de remise - Critère qualitatif <p style="text-align: right;"><i>(1 pt)</i></p>
VARIABLE 2	<ul style="list-style-type: none"> - Prime sur le suivi et la fidélisation des clients - Incite au maintien du portefeuille clients existants <p style="text-align: right;"><i>(1 pt)</i></p>
VARIABLE 3	<ul style="list-style-type: none"> - Prime sur la recherche de nouveaux clients - Incite à la prospection pour augmenter le portefeuille client <p style="text-align: right;"><i>(1 pt)</i></p>

Au moins deux éléments d'analyse

Accepter toute réponse cohérente

EXAMEN : BACCALAUREAT PROFESSIONNEL	SESSION 2008	0806-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 6/9	CORRIGÉ

PARTIE .III.
La société « FINANCE PLUS »
Analyser l'activité commerciale
20 points

III.1. 5 points

ANNEXE 4 à compléter et à rendre avec la copie

Le tableau comparatif des performances de prospection

	Ratio	Formule de calcul	Meilleur commercial	Moyenne des commerciaux	VOUS
Prospection téléphonique	Ratio de prise de rendez-vous	$\frac{\text{Rendez - vous obtenu}}{\text{Contacts réalisés}}$ (0,5 pt)	0,12	0,08	$\frac{177}{(1\ 700 - 98)}$ = 0,11 (0,5 pt)
	Ratio de qualité des rendez-vous	$\frac{\text{Nombre de visites}}{\text{Nombre de rendez-vous}}$	$\frac{110}{118}$ = 0,93	$\frac{68}{77}$ = 0,88	$\frac{113}{177}$ = 0,64 (1 pt)*
Négociation commerciale	Ratio de 1 ^{ère} négociation	$\frac{\text{Nombre de ventes à la 1ère visite}}{\text{nombre de visites}}$	$\frac{33}{110}$ = 0,30	$\frac{18}{68}$ = 0,26	$\frac{32}{113}$ = 0,28 (1 pt)*
	Ratio de rétractations	$\frac{\text{Nombre de rétractations}}{\text{Nombre de ventes conclues (avant rétractations)}}$	$\frac{3}{(33 + 27)}$ = 0,05	$\frac{(3 + 1)}{(18 + 10)}$ = 0,14	$\frac{(10 + 1)}{(32 + 12)}$ = 0,25 (1 pt)*
	Ratio de performance commerciale	$\frac{\text{Nombre de ventes réelles}}{\text{Nombre de contacts réalisés}}$ (0,5 pt)	0,06	0,03	$\frac{(22 + 11)}{(1\ 700 - 98)}$ = 0,02 (0,5 pt)

NB : Arrondir les résultats à 2 chiffres après la virgule.

*** pour un même ratio :**

3 résultats exacts : 1 point
2 résultats exacts : 0,5 point
1 résultat exact : 0,25 point
3 erreurs : 0

EXAMEN : BACCALAUREAT PROFESSIONNEL	SESSION 2008	0806-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'ACTIVITE COMMERCIALE	Page 7/9	CORRIGÉ

III.2. 7 points

L'ANALYSE DE VOS PERFORMANCES DE PROSPECTION

Vos deux principaux points forts 2,5 pts**Réponse :**

- Le ratio de prise de rendez-vous est bon (0,11 → proche du meilleur commercial), je maîtrise le plan d'appel et les techniques de prise de rendez-vous par téléphone.
- Le ratio de 1^{ère} négociation est bon, je suis capable de faire signer un nombre significatif de contrats dès la 1^{ère} visite.

Barème : 1,25 point pour chaque point fort (0,5 choix du ratio + 0,75 commentaire).

Vos deux principaux points faibles 2,5 pts**Réponse :**

- Le ratio de rétractations est beaucoup trop élevé (0,25 pour moi contre 0,14 pour la moyenne de la force de vente et seulement 0,05 pour le meilleur commercial), c'est mon principal point faible.
- Le ratio de qualité des rendez-vous est insuffisant (0,64 pour moi contre 0,88 pour la moyenne de la force de vente et 0,93 pour le meilleur commercial) : trop de rendez-vous n'aboutissent pas à une visite (problème de qualification des rendez-vous, d'organisation des tournées commerciales ou de désistements de prospects).
- **NB :** Pour ce « deuxième point faible », on acceptera également le ratio de performance commerciale, bien qu'il s'agisse d'un ratio de synthèse. Commentaire : les performances du commercial sont globalement insuffisantes.

Barème : 1,25 point pour chaque point faible (0,5 choix du ratio + 0,75 commentaire). Le ratio de rétractations est exigé.

Actions à mettre en place 2 pts**Réponse :**

- Le chef des ventes peut me proposer une formation interne ou externe :
 - pour me permettre de mieux qualifier mes rendez-vous et mieux organiser mes visites.
 - pour limiter les rétractations (verrouiller la vente, privilégier la qualité de la relation commerciale et rassurer le client après la signature du contrat)
- Le chef des ventes peut me demander de travailler quelques temps en binôme avec un commercial confirmé afin de profiter de son expérience.
- Il peut également m'accompagner lui même lors de quelques visites.

Barème : Le pluriel apparaît dans la question : on attend donc au moins **deux réponses** convenables et suffisamment différenciées : **1 point pour chaque réponse soit 2 points maximum au total.** Chaque réponse devra comporter une action à mettre en place et ne devra pas se limiter à un constat, ni à une consigne (exemple : « le chef des ventes va me dire de faire diminuer les rétractations » n'est pas une réponse acceptable).

NB : Accepter toute proposition d'action cohérente avec les points faibles.

EXAMEN : BACCALAUREAT PROFESSIONNEL		SESSION 2008	0806-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 8/9	CORRIGÉ

III.3. 6 points

LES INDICATEURS DE PERFORMANCE

(L'indicateur + L'intérêt = 1 pt)

	INDICATEURS	INTERET
1	Nombre de visites effectuées	Atteste du dynamisme du commercial de ses qualités d'organisation. <i>(1 pt)</i>
2	% de propositions commerciales effectuées <i>(Rapport entre le nombre de visites et le nombre de propositions)</i>	Permet de déterminer les capacités à débusquer les bons prospects, à susciter chez eux l'intérêt, à créer un besoin, à se différencier des concurrents. <i>(1 pt)</i>
3	Taux de transformation <i>(Rapport entre le nombre de contacts signés et les propositions effectuées)</i>	Ce qui indique le plus clairement la force de conviction du commercial. Permet d'apprécier si le commercial fait ou non des propositions qui ne répondent pas aux attentes du client. Permet de démasquer les commerciaux qui « brassent du vent ». <i>(1 pt)</i>
4	Indice de tenue des formulaires de suivi de la relation client sur logiciel CRM	Traduit le travail accompli par les commerciaux en dehors de leur activité vente. Permet de se faire une idée de la qualité du reporting d'un collaborateur. <i>(1 pt)</i>
5	Taux d'ouverture de gamme (nombre de produits différents par commande)	Oblige le commercial à élargir son offre. Traduit chez le commercial une connaissance approfondie de tous les produits. <i>(1 pt)</i>
6	Taux de satisfaction de la clientèle	Dépend en partie du travail du commercial qui doit veiller en amont à ne pas « survendre » un produit ou une prestation. <i>(1 pt)</i>

ANNEXE 7 à compléter et à rendre avec la copie

III.4. 2 points

LA PROPOSITION D'UN INDICATEUR DE PERFORMANCE

2 points pour l'une des deux indicateurs et sa justification

INDICATEUR SUPPLÉMENTAIRE 1 pt	JUSTIFICATION 1 pt
Tenue de formulaire de suivi de la relation client. Qualité du reporting.	<i>Parce que cet indicateur apporte une information complémentaire et de nature différente (aspect qualitatif) par rapport à ceux déjà existants dans l'entreprise... en termes de mesure de la qualité du travail du commercial hors de son activité commerciale.</i>
Taux de satisfaction de la clientèle.	<i>Parce que cet indicateur apporte une information complémentaire et de nature différente (aspect qualitatif) par rapport à ceux déjà existants dans l'entreprise... en termes de mesure de la qualité de la relation clientèle.</i>

NB : Ne pas accepter d'autres indicateurs...

EXAMEN : BACCALAUREAT PROFESSIONNEL	SESSION 2008	0806-VE ST 11
SPÉCIALITÉ : VENTE (Prospection – Négociation – Suivi de clientèle)		
ÉPREUVE E1 : Sous-épreuve E 11	Durée : 3 heures	Coefficient : 3
PREPARATION ET SUIVI DE L'ACTIVITE COMMERCIALE	Page 9/9	CORRIGÉ