

**BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL**  
**MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE**

**OPTION B**  
**Prospection clientèle et valorisation de l'offre commerciale**

**Session 2025**

**Durée : 3 heures – Coefficient : 4**

<p><b>E2</b></p> <p><b>ÉPREUVE TECHNOLOGIQUE</b></p> <p><b>Analyse et résolution de situations professionnelles</b></p>
---

**Le dossier comporte 19 pages numérotées 1/20 à 20/20.**

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

<b>Les candidats répondent uniquement sur les copies remises par le centre d'examen.</b>
--

**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 : 03h00	Coefficient : 4	SESSION 2025
SUJET	25-BCP-MCVB-U2-PO1	Page 1/20

# HAPPY GIFTS

## SOMMAIRE

HAPPY GIFTS .....	2
SOMMAIRE.....	2
<b>Contexte professionnel.....</b>	<b>3</b>
MISSION 1 : Assurer l'activité commerciale quotidienne au sein de l'entreprise Happy Gifts ..	4
DOSSIER RESSOURCES MISSION 1 .....	5
<b>Ressource n° 1 : Les objets publicitaires connectés .....</b>	<b>5</b>
<b>Ressource n° 2 : Essor des objets connectés .....</b>	<b>6</b>
<b>Ressource n° 3 : Les consignes de Morena Boucher pour promouvoir la carte de visite connectée .....</b>	<b>6</b>
<b>Ressource n° 4 : Quelques commentaires recueillis lors de la réunion du club d'entrepreneurs .....</b>	<b>8</b>
<b>Ressource n° 5 : Caractéristiques du réseau social LinkedIn.....</b>	<b>9</b>
<b>Ressource n° 6 : Techniques de prospection sur le réseau social LinkedIn.....</b>	<b>10</b>
<b>Ressource n° 7 : Les taux de réponse moyens aux InMail sur LinkedIn .....</b>	<b>10</b>
<b>Ressource n° 8 : Conseils de Morena Boucher pour la conception d'InMails sur LinkedIn.....</b>	<b>11</b>
<b>Ressource n° 9 : Indicateurs de performance des InMails publiés par Happy Gifts sur LinkedIn.....</b>	<b>12</b>
MISSION 2 : Organiser la participation au salon professionnel Heavent Paris 2025 et en analyser les résultats .....	13
DOSSIER RESSOURCES MISSION 2 .....	14
<b>Ressource n° 11 : Les valeurs d'Happy Gifts .....</b>	<b>14</b>
<b>Ressource n° 12 : Salon Heavent Paris 2025 .....</b>	<b>15</b>
<b>Ressource n° 13 : Recommandations de Morena Boucher pour la sélection des invités .....</b>	<b>15</b>
<b>Ressource n° 14 : Extrait du fichier client d'Happy Gifts 2025 .....</b>	<b>16</b>
<b>Ressource n° 15 : Le photomaton digital pour animer le stand Happy Gifts .....</b>	<b>17</b>
<b>Ressource n° 16 : Extrait de la base de données prospects du salon Heavent Paris 2025 .....</b>	<b>18</b>
<b>Ressource n° 17 : Tableau de bord de la participation au salon Heavent Paris 2025 ..</b>	<b>18</b>
<b>Ressource n° 18 : Consignes pour l'analyse du tableau de bord .....</b>	<b>19</b>
<b>Ressource n° 19 : Coûts de la participation au salon Heavent Paris 2025 .....</b>	<b>19</b>
<b>Ressource n° 20 : Avantages de participer à un salon professionnel .....</b>	<b>20</b>

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 : 03h00	Coefficient : 4	SESSION 2025
SUJET	25-BCP-MCVB-U2-PO1	Page 2/20



## Contexte professionnel

Fondée en 2010 par Morena Boucher et implantée à Tremblay-en-France en Seine Saint Denis (93), l'entreprise Happy Gifts est spécialisée dans la vente d'objets publicitaires. Happy Gifts bénéficie d'une forte réputation sur ce marché très prisé des entreprises. Celui-ci représente en effet 1,2 milliards d'euros de chiffre d'affaires en 2024 et emploie environ 13 000 personnes sur le territoire français.

À une époque où les consommateurs ont tendance à se méfier de la publicité, les objets publicitaires sont devenus indispensables pour une majorité de sociétés. Ces objets sont souvent ultra personnalisables et permettent d'atteindre de nombreux objectifs en termes de communication développer la notoriété et/ou le lien affectif et émotionnel avec la marque notamment.

L'entreprise Happy Gifts s'efforce donc de proposer une gamme de produits très diversifiée, capable de répondre aux attentes diverses de professionnels exigeants. Des produits innovants, utiles au quotidien, si possible éthiques et fabriqués dans des conditions acceptables et attachants pour marquer les esprits !

Happy Gifts va plus loin, en cherchant par ailleurs à proposer les meilleures conditions tarifaires, en s'appuyant sur son bureau d'achat situé à Hong Kong en Chine, mais aussi sur une forte réactivité grâce à un réseau de partenaires en France assurant la personnalisation des produits dans des délais très courts.

## HAPPY GIFTS : LA MINE D'OR DES OBJETS PUBLICITAIRES



Vous êtes Louison Surlac. Vous avez été recrutée en tant que commerciale par Morena Boucher. Vos missions consistent à assurer l'activité de prospection quotidienne au travers des différents canaux sur lesquels l'entreprise est présente, mais aussi à participer à différentes actions commerciales, telles que la participation au salon Heavent Paris prévu en 2025.

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 : 03h00	Coefficient : 4	SESSION 2025
SUJET	25-BCP-MCVB-U2-PO1	Page 3/20

## MISSION 1 : assurer l'activité commerciale quotidienne au sein de l'entreprise Happy Gifts

Le secteur de l'objet publicitaire est marqué par une forte concurrence, qu'elle soit physique ou digitale. Happy Gifts intègre ce contexte commercial en menant une politique de présence et de stimulation des ventes autour des canaux existants : sur le terrain, dans le cadre de réseaux professionnels, mais aussi sur les réseaux sociaux.

### **Activité 1 : préparer les outils d'aide à la vente**

Morena Boucher a intégré un club d'entrepreneurs, qui regroupe des responsables d'entreprises de l'Île de France, afin de développer son réseau. Ainsi, elle y participe régulièrement pour assurer la visibilité de son entreprise auprès de contacts susceptibles soit d'être intéressés par ses services soit de la recommander auprès de prospects potentiels.

Un petit-déjeuner est organisé prochainement au sein du club d'entrepreneurs, autour du thème des outils digitaux. Une vingtaine d'entreprises de secteurs variés seront présentes. Morena Boucher vous charge de la représenter à cette occasion pour présenter le marché des objets publicitaires connectés. Elle vient de référencer dans son catalogue en complément des gammes d'objets publicitaires, un modèle innovant de carte de visite connectée qu'elle vous demande de promouvoir à cette occasion.

⇒ **À partir des ressources n°1 à 4 et de vos compétences, réaliser les activités 1.1 à 1.3.**

- 1.1 Analyser l'évolution du marché des objets publicitaires connectés, identifier les raisons de son succès et présenter ses principaux produits.
- 1.2 Construire trois arguments structurés pour valoriser la carte de visite digitale auprès des professionnels présents lors du petit-déjeuner.
- 1.3 Proposer des réponses aux objections relevées.

### **Activité 2 : prospecter sur le réseau social professionnel LinkedIn**

Les réseaux sociaux font partie intégrante de la stratégie commerciale de l'entreprise Happy Gifts. Afin de développer sa visibilité, une page Instagram est mise à jour régulièrement pour présenter les nouveautés et les actualités.

Morena Boucher souhaite aller plus loin en exploitant un autre réseau à des fins de prospection. Elle vous charge d'agir sur le réseau social LinkedIn pour faire connaître l'offre d'Happy Gifts et promouvoir plus spécifiquement le modèle de carte de visite connectée.

⇒ **À partir des ressources n°5 à 9 et de vos compétences, réaliser les activités 1.4 à 1.7.**

- 1.4 Relever deux éléments qui justifient l'intérêt d'agir sur le réseau social LinkedIn.
- 1.5 Proposer trois méthodes pour entrer en contact avec des prospects sur LinkedIn.
- 1.6 Rédiger le contenu du message InMail demandé par Morena Boucher afin de promouvoir la carte de visite connectée auprès de l'entreprise Fleeter.
- 1.7 Comparer, dans une note destinée à Morena Boucher, les résultats générés par les InMails publiés par Happy Gifts sur LinkedIn pour la période concernée. Proposer une solution pour améliorer la performance des InMails d'Happy Gifts sur ce réseau social.

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 : 03h00	Coefficient : 4	SESSION 2025
SUJET	25-BCP-MCVB-U2-PO1	Page 4/20

## Ressource n° 1 : les objets publicitaires connectés

Les objets connectés publicitaires, sont ces petits appareils du quotidien qui, du jour au lendemain, ont vu la possibilité de se connecter sans fil à notre smartphone, tablette ou PC.

Pourquoi l'objet connecté est-il le meilleur *goodie*\* *high-tech* du moment ?

Un cadeau publicitaire doit répondre à plusieurs critères pour être un bon *goodie*. Il doit pouvoir servir régulièrement, de façon à ce que la marque en question soit visible sur le long terme. Un *goodie* doit être utile, sinon on ne s'y intéresse pas, il rejoindra le fond de votre tiroir si ce n'est pas la poubelle, et le message commercial qui a accompagné ce *goodie* sera oublié avec lui. Enfin, dans la mesure du possible, il doit être design, afin de se démarquer des autres. Mais surtout, il doit être original. En effet, lorsque l'on sait que l'on a tous une douzaine de goodies en notre possession, les plus classiques reviennent souvent. En avoir un de plus ne sert à rien. Sauf si ce dernier a une caractéristique supplémentaire. Et c'est en cela que le *goodie* connecté est l'objet publicitaire du moment.

L'objet connecté est utile, ou du moins séduit, par les possibilités nouvelles qu'il implique. Un objet connecté dure dans le temps si tant est que l'on choisit des produits de qualité. Enfin, et surtout, il est particulièrement original.

Les *goodies* d'entreprise connectés sont très récents sur le marché, comme les produits connectés d'ailleurs. Il s'agit donc d'un produit original qui a donc toutes les raisons de séduire celui qui le recevra. Et c'est exactement ce que doit faire un *goodie*, séduire le receveur par son utilité et son originalité afin que le message commercial qui y soit relié, ou l'image de l'entreprise qui l'offre, soit valorisée.

Des *goodies* connectés pour tous les styles

L'entrepreneur aime les *goodies* pas chers, le client aime l'originalité, voilà deux points qu'il est facile de concilier. Une visite sur les pages *high tech* d'un fournisseur de goodies originaux vous en fera la démonstration plutôt simplement puisque l'on trouve vraiment de nombreux goodies connectés à tous les prix. Dans la catégorie du beau cadeau publicitaire, celui que l'on ne fait pas à tous ses clients, il y a la « Google Home » ou la « Amazon Echo ». Ces deux enceintes connectées permettent de lancer de très nombreuses interactions avec son smartphone ou son environnement directement en conversant avec l'enceinte.

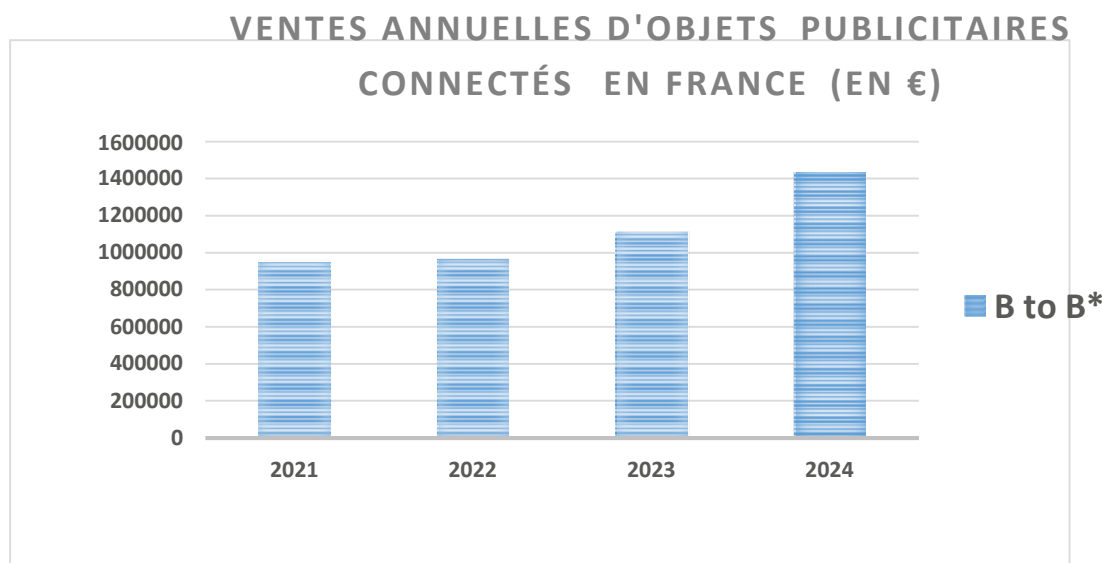
A la mode, il y a l'incontournable traceur GPS. On y met ses clés de voiture, la voiture elle-même ou tout autre chose et l'on peut suivre sa position et ses déplacements sur son smartphone. Très abordable, très simple d'utilisation, tout le monde y trouvera sa propre utilisation mais personne ne le laissera dans un coin. Comme cadeau d'affaire, on pense aussi aux bracelets et montres connectés. Selon le modèle les fonctionnalités sont diverses et nombreuses. On les relie à son smartphone avec le Bluetooth et il n'est alors plus besoin de le consulter pour lire ses mails et sms, pour consulter son activité physique de la journée, lancer de la musique ou payer sans sortir sa carte bleue. Podomètre, caméra connectée, l'objet publicitaire original, et *high-tech* se trouve donc sans aucun doute dans la rubrique des objets connectés.

\**goodie(s)*: objet(s) publicitaire(s)

Source : [www.ruedesgoodies.fr](http://www.ruedesgoodies.fr)

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 : 03h00	Coefficient : 4	SESSION 2025
SUJET	25-BCP-MCVB-U2-PO1	Page 5/20

## Ressource n° 2 : essor des objets connectés



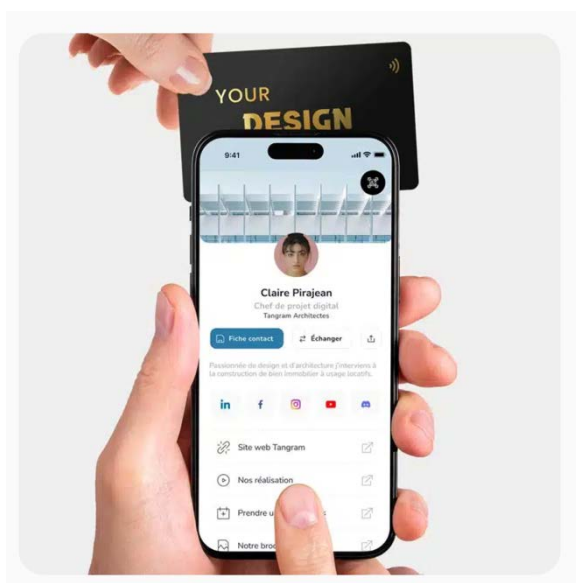
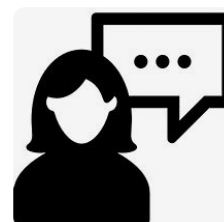
\*BtoB : business to business (de professionnel à professionnel)

Source : auteurs, à partir d'une étude du cabinet Gartner

## Ressource n° 3 : les consignes de Morena Boucher pour promouvoir la carte de visite connectée

Louison,  
Pour t'aider à préparer l'argumentaire de la carte de visite connectée auprès du club d'entrepreneurs, je te communique ci-dessous les caractéristiques techniques et commerciales du modèle que je viens de référencer.  
Reviens vers moi si besoin,  
Merci,

Morena Boucher



Une fois votre carte de visite badgée sur le téléphone de votre prospect, votre profil apparaît, prêt à être sauvegardé par votre futur client.

Ce profil est modifiable gratuitement et de manière illimitée. Vous pouvez changer toutes les coordonnées que vous souhaitez et ajouter des liens vidéo de votre entreprise, des plaquettes produits et des brochures commerciales.

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 : 03h00

Coefficient : 4

SESSION 2025

SUJET

25-BCP-MCVB-U2-PO1

Page 6/20

## Ressource n° 3 : les consignes de Morena Boucher pour promouvoir la carte de visite connectée (suite)

### Les avantages de la carte de visite sans contact NFC\*

#### Application quotidienne de la technologie NFC\*

Les paiements sans contact sont la première application courante de la technologie NFC qui vient à l'esprit. Avec l'essor des cartes bancaires sans contact et des portefeuilles électroniques via des applications comme Google Pay et Apple Pay, la NFC rend les transactions plus rapides et sécurisées.

#### Une carte sans contact

Rien de plus simple que de transmettre vos coordonnées sur le mobile de votre interlocuteur.

#### Une carte de visite écologique

1 seule carte, imprimée 1 seule fois. Les cartes de visite "papier" disparaissent au profit de votre **carte de visite NFC\***. C'est clairement un vrai "plus" pour l'environnement. Quelques grammes de PETG (un matériau plus respectueux de l'environnement que le PVC) remplace ainsi plusieurs kilos de papier. Entre l'impression, les encres, la consommation

de papier et le transport, tout est en faveur de votre dernière carte.

#### Sans application

98 % des mobiles actuels sont compatibles avec la technologie NFC ou celle des QR Code. Les applications sont déjà dans votre smartphone et vos données personnelles sont ainsi sécurisées.

#### Et une carte économique

Grâce à votre nouvelle et dernière carte NFC personnalisée et modifiable, on oublie définitivement les 15 000 cartes de visite imprimées que l'on doit changer à chaque modification de coordonnées. 1 seule carte est en plus moins chère que les dernières 1 000 que vous avez fait imprimer.

Le prix indicatif est de 79 euros TTC, personnalisable à l'image de votre entreprise comprise.

\*NFC : *Near-field communication* (communication de proximité)

Source : auteurs, à partir du site [myevercard.fr](http://myevercard.fr)

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 : 03h00	Coefficient : 4	SESSION 2025
SUJET	25-BCP-MCVB-U2-PO1	Page 7/20

**Ressource n° 4 : quelques commentaires recueillis lors de la réunion du club d'entrepreneurs**

79 euros c'est tout de même cher pour une carte de visite !

Pour moi, les produits en plastique c'est non merci !

Bravo pour ce produit original et moderne !

C'est un vrai gain de temps et d'espace, très pratique au quotidien !

Enfin un peu de nouveauté, les cartes de visite papier c'était vraiment dépassé !

Il n'y a pas de risque de protection des données personnelles avec cette puce NFC ?

C'est un gadget, non ?

J'aimerais équiper mes commerciaux de ce type de carte dès que possible !

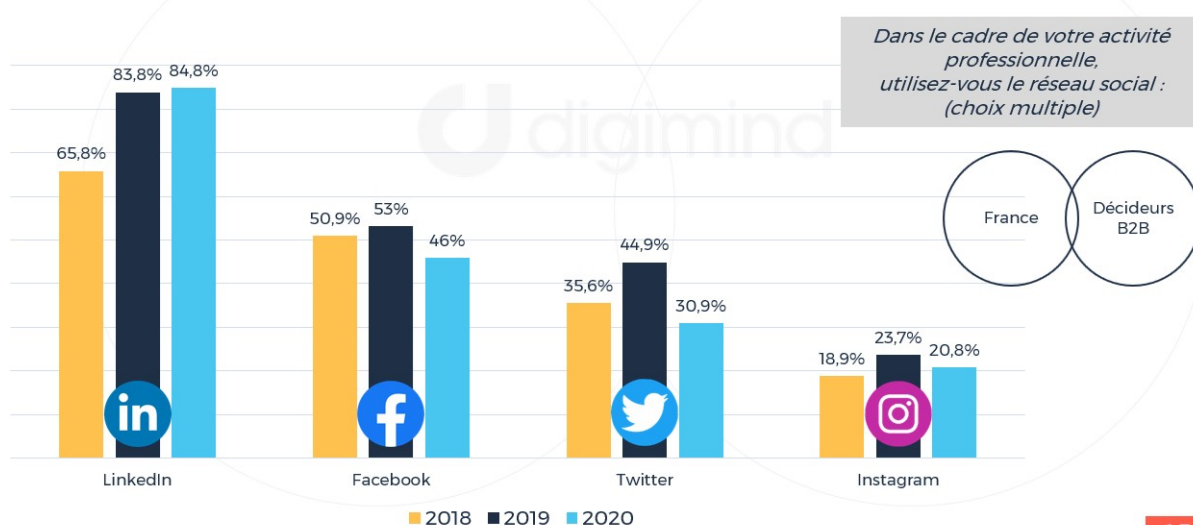
*Source : document d'auteurs*

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 : 03h00	Coefficient : 4	SESSION 2025
SUJET	25-BCP-MCVB-U2-PO1	Page 8/20

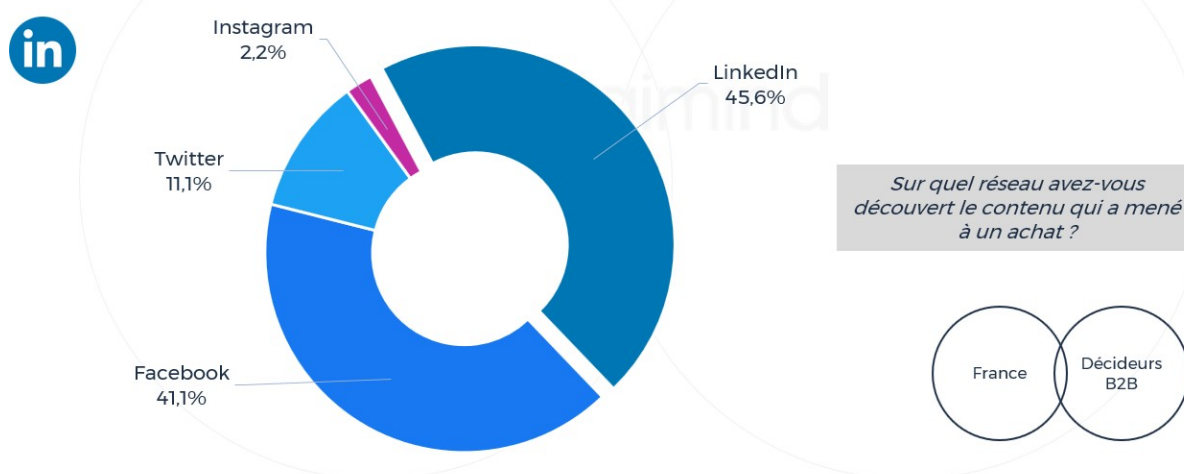


## Ressource n° 5 : caractéristiques du réseau social LinkedIn

LinkedIn est le réseau le plus utilisé par les **décideurs B2B**



LinkedIn est le plus incitatif à l'achat pour les **décideurs B2B**



## Ressource n° 6 : techniques de prospection sur le réseau social LinkedIn

### **Nos astuces pour optimiser votre prospection Utilisez l'in-mail (\*messaging interne)**

Trouvez le bon interlocuteur et contactez-le immédiatement via sa messagerie LinkedIn !

#### **Suivez l'actualité de vos cibles**

Chaque contenu (post, discussion, publication) en provenance de vos cibles constitue un potentiel signal d'affaires. En étant en situation de veille, vous serez capable de réagir avant vos concurrents et de vous placer auprès de votre prospect avant tout le monde.

#### **Intégrez des groupes**

Le fait de créer des groupes LinkedIn va permettre de partir à la découverte de vos clients potentiels, de connaître un peu plus son métier, son environnement et ses problématiques. Vous pouvez partager votre savoir et vous créer une image d'expert.

#### **Contactez vos visiteurs**

Sur LinkedIn, une notification est envoyée lorsqu'une personne consulte votre profil. C'est l'occasion d'aller voir le compte de votre visiteur mystère et pourquoi pas, de lancer une invitation si ce dernier entre dans votre segment de prospects.

#### **Créez des modèles**

En général, chaque action doit être personnalisée mais le message clé reste le même, afin de gagner du temps, nous vous suggérons de vous créer différents modèles pour chaque format de contenu. Concevez une trame pour la simple invitation en passant par le partage de contenu ou la publication. Cet investissement sera amplement amorti.

C'est un réseau très efficace pour votre prospection B2B, en tant que commercial, LinkedIn permet de développer votre visibilité, mais également de vous positionner en tant que conseiller auprès de vos prospects et clients.

#### **Développez des contenus**

Sur LinkedIn aussi, le contenu est roi. Pour rester visible et être mis en avant par l'algorithme, il faut publier régulièrement du contenu engageant, interactif et instructif pour votre audience. Au fur et à mesure, vos résultats s'améliorent ainsi que votre statut d'expert. Quelques exemples de contenus engageants : un clip d'une journée type dans les coulisses de votre équipe, des articles, des billets d'humeur, des actualités de votre secteur d'activité, des conseils, astuces, mode d'emploi, des démonstrations...

Source : LinkedIn

## Ressource n° 7 : les taux de réponse moyens aux InMail sur LinkedIn

Les messages sponsorisés sont des publicités envoyées directement dans la boîte de réception LinkedIn personnelle d'un utilisateur (InMail). Le ratio entre le nombre de messages ouverts et le nombre de messages envoyés est appelé **taux d'ouverture**. Le taux d'ouverture moyen que nous observons généralement sur LinkedIn est d'environ 55 %.

Les **taux de clics** des messages sponsorisés sont généralement de 3,2 % en moyenne. Si vous avez un taux de clics de 7 % ou plus, c'est plutôt exceptionnel et cela indique que vous avez probablement une offre intéressante avec un texte publicitaire bien rédigé.

Les **InMails** ont un taux de réponse compris entre 10 et 25%, soit 3x plus élevé que les e-mails avec un contenu identique. C'est un excellent moyen de se connecter avec les prospects cependant il faut que le message attire l'attention et suscite une réponse positive.

Source : <https://business.linkedin.com> – consulté le 12/12/24

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 : 03h00	Coefficient : 4	SESSION 2025
SUJET	25-BCP-MCVB-U2-PO1	Page 10/20

**Ressource n° 8 : conseils de Morena Boucher pour la conception d'InMails sur LinkedIn**

Bonjour Louison,

Voici quelques conseils à suivre pour élaborer un InMail à partir d'une publication d'entreprise. Pour concevoir ton premier In Mail, je te propose d'exploiter la publication de l'entreprise Fleeter ;

- présenter comme un mail sans oublier l'objet ;
- faire référence à la publication de ce prospect ;
- présenter notre entreprise et ses services ;
- mettre en avant notre carte connectée.

Merci,  
Morena Boucher



Source : document d'auteurs

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 : 03h00	Coefficient : 4	SESSION 2025
SUJET	25-BCP-MCVB-U2-PO1	Page 11/20

**Ressource n° 9 : indicateurs de performance des InMails publiés par Happy Gifts sur LinkedIn**

	Nombre d'abonnés	Taux d'ouverture des InMails	Taux de clics sur les InMails	Taux de réponse aux InMails
Mars 2025	435	58 %	2,50 %	5,00 %
Avril 2025	522	60 %	3,50 %	6,00 %

\*taux de clic= nombre de clics sur une publication / nombre de vues de la publication

*Source : inspiré d'un document interne à Happy Gifts*

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 : 03h00	Coefficient : 4	SESSION 2025
SUJET	25-BCP-MCVB-U2-PO1	Page 12/20

## **MISSION 2 : organiser la participation au salon professionnel Heavent Paris 2025 et en analyser les résultats**

Consciente de la nécessité d'assurer la visibilité et de développer les ventes de son entreprise, Morena Boucher participe à différents salons professionnels en Île-de-France.

Le salon Heavent Paris 2025, qui est le plus grand salon de l'événementiel en Europe, constitue un moment fort de l'année en termes d'opportunités de contacts mais aussi de ventes. Il a lieu à Paris, au Parc des Expositions de la Porte de Versailles, les 4, 5 et 6 novembre 2025.

Morena vous charge d'organiser et de suivre les résultats de la participation de Happy Gifts à Heavent Paris en 2025.

### **Activité 1 : préparer la participation de Happy Gifts au salon Heavent Paris 2025**

Le salon Heavent Paris est l'occasion de présenter les nouveautés et innovations du secteur de l'objet publicitaire. Morena Boucher vous charge de la préparation commerciale du salon et de la conception des outils d'aide à la vente.

⇒ **À partir des ressources n°11 à 15 et de vos compétences, réaliser les activités 2.1 à 2.4.**

2.1 Présenter trois forces de l'entreprise à mettre en avant.

2.2 Proposer une publication à poster sur Instagram afin d'informer les contacts de votre participation prochaine au salon Heavent Paris, en mettant en avant l'animation du stand, grâce au photomaton digital.

2.3 Sélectionner les clients à inviter lors du salon Heavent Paris 2025 en suivant les recommandations de Morena Boucher.

2.4 Rédiger le contenu du mail d'invitation qui sera envoyé aux clients sélectionnés.

### **Activité 2 : analyser les résultats de la participation de Happy Gifts au salon Heavent Paris 2025**

La participation à un salon est un événement coûteux pour l'entreprise. Dans un contexte de forte concurrence, Morena Boucher a dû investir largement dans les éléments de visibilité et d'animation afin de se démarquer. Ainsi, elle a fait l'acquisition d'un photomaton digital.

À l'issue du Salon Heavent Paris, elle vous communique les résultats de cet événement.

⇒ **À partir des ressources n°15 à 20 et de vos compétences, réaliser les activités 2.5 à 2.8.**

2.5 Proposer trois actions prioritaires à mener pour exploiter les contacts obtenus lors du salon.

2.6 Analyser les résultats de la prospection réalisée lors du salon et proposer deux axes d'amélioration de vos performances commerciales.

2.7 Déterminer si la participation au salon a été rentable en justifiant votre réponse.

2.8 Dédire de votre analyse précédente s'il est opportun ou non de participer au salon Heavent Paris 2026, en prenant en compte au moins une justification qualitative et une justification quantitative.

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 : 03h00	Coefficient : 4	SESSION 2025
SUJET	25-BCP-MCVB-U2-PO1	Page 13/20

## Ressource n° 11 : les valeurs d'Happy Gifts



## HAPPY GIFTS : LA MINE D'OR DES OBJETS PUBLICITAIRES



## Design Graphique

Compris dans nos services



## Expédition

Sur toute la métropole



## Livraison à temps

Sans retard



## Prix Minimum

Garanti

**Happy Gifts** est une agence spécialisée dans la promotion d'objets publicitaires et de cadeaux d'affaires créée en 2010.

Indépendante, réactive et flexible, **Happy Gifts** propose des articles originaux afin de promouvoir votre société, pour générer de l'attention autour de votre marque ou encore de remercier vos clients dans le cadre d'événements d'entreprise ou pour motiver vos collaborateurs.

**Happy Gifts** accompagne votre entreprise dans sa recherche des meilleurs supports publicitaires utiles, pratiques et ludiques respectueux de l'environnement au meilleur prix avec des choix multiples, sur mesure et personnalisés.

**Happy Gifts** est à votre écoute pour vous conseiller et vous proposer une solution adaptée à votre événement.

Nous mettons à votre disposition une structure et une équipe logistique chargée de la gestion des stocks, du dispatching et de vos envois.

- *Conseil* : sélection d'objet ou de cadeau adapté à votre public
- *Originalité* : veille permanente sur les produits les plus innovants
- *Créativité* : grâce à notre sélection de fournisseurs référencés
- *Qualité* : tests et contrôle qualité permanent
- *Délai* : respect des engagements du temps de livraison
- *Prix* : le meilleur rapport qualité-prix en respectant votre budget
- *Internet* : un site permettant de consulter la gamme en ligne

En partenariat avec des usines européennes et asiatiques (Happy Gifts dispose d'un bureau d'achats à Hong Kong), **Happy Gifts** vous propose une multitude d'articles personnalisés à votre image.

80 % de nos productions sont aujourd'hui réalisées en France et en Allemagne et 20 % en Asie via notre bureau d'achat pour vous assurer les meilleurs prix en fabrication spéciale.

Notre équipe sur place gère la production afin de contrôler la qualité des produits, de respecter les délais de fabrication et d'acheminement de ces derniers.

Source : extrait du site internet Happy Gifts

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 : 03h00	Coefficient : 4	SESSION 2025
SUJET	25-BCP-MCVB-U2-PO1	Page 14/20

## Ressource n° 12 : salon Heavent Paris 2025

Heavent Paris confirme son dynamisme et sa position incontournable de place des tendances avec 118 115 participants au total.

Heavent Paris est le rendez-vous des professionnels de l'événementiel en France. Le salon se réinvente à chaque session, il présente un grand nombre d'innovation en avant-première et lance les tendances événementielles de demain

250

STANDS EXPOSANTS

EXPOSER >

18 115

PARTICIPANTS

VISITER >

## HEAVENT PARIS

### profil des visiteurs

Salon Heavent Paris, Porte de Versailles, du 4 au 6 novembre 2025

Heavent Paris est la plus grande vitrine du secteur de l'événementiel où sont présentées toutes les créations et les innovations de demain.

Heavent Paris s'étend sur trois jours. L'occasion pour les visiteurs et les exposants de se rencontrer et d'échanger autour de sujets communs

Source : extrait du site Heavent Paris

## Ressource n° 13 : Recommandations de Morena Boucher pour la sélection des invités

De : m-boucher@happygifts.fr

A : [I-surlac@happygifts.fr](mailto:I-surlac@happygifts.fr)

Objet : préparation du salon Heavent Paris 2025

Chère Louison,

Tu trouveras ci-après quelques éléments pour cibler les clients à inviter au salon Heavent Paris 2025 :

- clients ayant achetés après janvier 2022
- chiffre d'affaires minimum en 2024 : 2 000 euros
- localisation en Ile-de-France (dans les 8 départements d'Ile de France\*)
- indiquer que des cadeaux exclusifs seront offerts aux invités lors du salon

Cordialement,

Morena Boucher

**\*Rappel sur les départements d'Ile-de-France : 75, 77, 78, 91, 92, 93, 94, 95**

Source : document d'auteurs

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 : 03h00	Coefficient : 4	SESSION 2025
SUJET	25-BCP-MCVB-U2-PO1	Page 15/20



**Ressource n° 14 : extrait du fichier client d'Happy Gifts 2025**

Nom entreprise	Localisation	Ancienneté	Dernier achat	Chiffre d'affaires 2024 en €Hors Taxes
SA PICHON	Gennevilliers (92)	2012	Juin 2023	7 500
SARL LEDUC	Tours (37)	2017	Décembre 2023	3 600
SA ODON	Tourcoing (59)	2019	Octobre 2022	0
Ets LALANDE	Bois-Colombes (92)	2016	Janvier 2024	2 500
EURL SALEM	Melun (77)	2012	Juin 2024	1 450
SAS OZPROD	Nanterre (92)	2020	Septembre 2024	6 050
SARL CONNOIR	Paris (75)	2015	Avril 2021	800
SARL DIMAGGIO	Saint-Denis (93)	2010	Janvier 2024	1 750
EURL DAMESTOI	Epinay sur Seine (93)	2021	Juillet 2022	250
SA LABATTE	Compiègne (60)	2020	Décembre 2022	2 450

*Source : document d'auteurs*

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 : 03h00	Coefficient : 4	SESSION 2025
SUJET	25-BCP-MCVB-U2-PO1	Page 16/20



## Ressource n° 15 : le photomaton digital pour animer le stand Happy Gifts

L'animation grâce au photomaton / miroir digital : souriez, partagez, imprimez, faites vivre un moment inoubliable à vos collaborateurs !

Et repartez avec une photo souvenir gratuite de chacun des membres de votre équipe.



Source : extrait du site internet Happy Gifts

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 : 03h00	Coefficient : 4	SESSION 2025
SUJET	25-BCP-MCVB-U2-PO1	Page 17/20

**Ressource n° 16 : extrait de la base de données prospects du salon Heavent Paris 2025**

Nom	Activité	Observations
Alfagomma	Fabrication de tuyauterie	Souhaite obtenir un devis de différents objets publicitaires (stylos, blocs-notes, clés USB)
Asnails	Styliste ongulaire	Achète sur Internet, pas intéressé
Bag & pack	Fabrication de sacs	Demande d'informations en vue d'une participation à un salon (signalétique...)
Bail Actea	Courtier en prêts	Concurrent en place, faire proposition de tarif
Biosphère médical	Fabrication de produits médicaux	Demande de devis carte de visite digitale
Biotone	Fabrication de prothèse	Présence d'un service publicité, pas intéressé
Conibi	Produits bureautiques	Contacteur le responsable des achats
Goron SAS	Sécurité privée	Pas de projet dans l'immédiat
Hizkia France	Transport d'œuvres d'art	Responsable pressé, prendre contact ultérieurement
Horizons academy	Formation	Pas de projets à court terme
IB2M	Serrurerie, métallerie	Projet de cadeaux aux salariés et animation dans le cadre d'un séminaire interne à l'entreprise. A recontacter rapidement
Ideal standard	Sanitaire, robinetterie	Projet d'aménagement d'un show-room l'année prochaine, intéressé par signalétique (stickers vitrines, kakémonos...)
Lescate	Instrumentation de mesure	Pas de projet dans l'année à venir
Menicon SAS	Distribution de produits optiques	Achète à un concurrent, pas intéressé

Source : document d'auteurs

**Ressource n° 17 : tableau de bord de la participation au salon Heavent Paris 2025**

	Objectif	Réalisé
<b>Total de visiteurs au salon</b>	18 115	18 050
<b>Clients potentiels</b>	50 % du nombre total de visiteurs	
<b>Contacts à prendre sur la durée du salon</b>	3 % du nombre de clients potentiels	180
<b>Propositions commerciales</b>	30	20
<b>Bons de commande signés</b>	10	5
<b>Chiffre d'affaires en euros hors taxes</b>	15 000	11 347

Source : document d'auteurs

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 : 03h00	Coefficient : 4	SESSION 2025
SUJET	25-BCP-MCVB-U2-PO1	Page 18/20

## Ressource n° 18 : consignes pour l'analyse du tableau de bord

Pour analyser le tableau de bord, il faudra déterminer :

- les objectifs du nombre de clients potentiels et de contacts à prendre ;
- le taux de réalisation du nombre de contacts
- le taux de propositions commerciales par rapport aux contacts à prendre ;
- le taux de transformation des bons de commandes signés par rapport aux propositions commerciales ;
- le panier moyen.

## Ressource n° 19 : coûts de la participation au salon Heavent Paris 2025

Synthèse des coûts en euros hors taxes de la participation au salon Heavent Paris 2025	
Coût d'emplacement par jour	1 230 €
Mobilier	450 €
Signalétique	160 €
Location équipement multimédia	80 €
Objets publicitaires offerts	360 €
Coûts liés au photomaton (impression photos...)	115 €
Coûts de personnel, charges comprises	265 €

Synthèse des résultats financiers de la participation au salon Heavent Paris 2025	
Marge brute hors taxes* réalisée sur le salon	5 403 €

*\*marge brute : la marge brute représente la différence entre le chiffre d'affaires et le coût d'achat des marchandises vendues.*

*Source : documents d'auteurs*

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 : 03h00	Coefficient : 4	SESSION 2025
SUJET	25-BCP-MCVB-U2-PO1	Page 19/20

## Ressource n° 20 : avantages de participer à un salon professionnel

### Salons ou forums professionnels, les avantages pour un entrepreneur

Même si c'est un événement qui coûte financièrement aux entreprises, les salons ou forums professionnels sont aujourd'hui une mine d'or. Ils sont devenus en quelques années l'espace de prédilection pour toutes les entreprises qui désirent déployer leur stratégie marketing et véritablement augmenter leur chiffre d'affaires et leur clientèle. Retour sur un phénomène aux avantages multiples.

**Pour une entreprise les avantages à participer à un salon professionnel sont nombreux et non négligeables.**

Ainsi, le premier gros avantage pour une entreprise qui participe à un salon professionnel c'est la clientèle. Le salon est le moment pour bon nombre d'entrepreneurs de faire davantage découvrir leur produit ou leur service.

Grâce au salon professionnel, les entrepreneurs font la découverte d'une clientèle qu'il n'aurait certainement pas pu rencontrer s'ils étaient tout simplement dans leurs bureaux. En réussissant leur exposition, ils suscitent l'envie des participants de vouloir en savoir plus sur eux. Le salon professionnel devient donc l'un des lieux les plus adéquats pour toucher une nouvelle classe de clientèle. L'autre avantage c'est l'augmentation du chiffre d'affaires. Si leur offre ou service est assez innovant et intéressant pour les participants, ces derniers achèteront leurs produits. L'entreprise en sort gagnante. Et, pour terminer, à un salon professionnel chaque entrepreneur apprend beaucoup de la concurrence pour pouvoir s'améliorer. Il rencontre beaucoup d'autres investisseurs et noue des partenariats intéressants. Il est plus au contact de la clientèle.

*Source : site « comment créer son entreprise/ Pourquoi participer à des salons ou à des forums professionnels »*

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 : 03h00	Coefficient : 4	SESSION 2025
SUJET	25-BCP-MCVB-U2-PO1	Page 20/20