

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL

MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE

Option A : Animation et gestion de l'espace commercial

Session 2023

ÉPREUVE E2

ANALYSE ET RÉOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES

**Le dossier comporte 17 pages numérotées 1/17 à 17/17.
Assurez-vous que le dossier qui vous est remis est complet.**

**L'usage du dictionnaire n'est pas autorisé.
L'usage de la calculatrice avec mode examen actif est autorisé.
L'usage de la calculatrice sans mémoire « type collègue » 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 METIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
Option A : ANIMATION ET GESTION DE L'ESPACE COMMERCIAL		
E2 – ANALYSE ET RESOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES		
SUJET	COEFF. 4	DURÉE : 3 heures
P 2306-MCVA 2 1	SESSION 2023	PAGE 1 sur 17

SOMMAIRE

MISSION 1 : ASSURER LES ACTIVITÉS PRÉALABLES À LA VENTE.....	4
Activité 1 : Participer à l'inventaire	4
Activité 2 : Établir les prix en fonction des variables commerciales données.....	5
Activité 3 : Traiter les commandes clients issues de l'omnicanal.....	6
Ressource A1 : Extrait de l'inventaire annuel février 2023 de la gamme « savon hexagonal » de l'entreprise Api distribution Bordeaux	7
Ressource A2 : Étude de la répercussion de l'augmentation du coût des matières premières	7
Ressource A3 : Répercussion de l'augmentation du coût des matières premières sur les produits Api distribution Bordeaux	8
Ressource A4 : Extrait catalogue : Ruche pin des landes de l'entreprise Api distribution Bordeaux.....	8
Ressource A5 : Les engagements d'Api distribution.....	8
Ressource A6 : Extrait tarifs transporteur MBS	9
Ressource A7 : <i>E-commerce</i> et boutique physique : la complémentarité gagnante.....	10
MISSION 2 : RENDRE L'UNITÉ COMMERCIALE ATTRACTIVE ET DÉVELOPPER LA CLIENTÈLE	11
Activité 4 – Sélectionner les gammes de produits en lien avec la stratégie du point de vente.....	11
Activité 5 : Communiquer sur une opération commerciale en recourant aux réseaux sociaux	12
Ressource B1 : Préconisations pour la constitution du coffret « découverte »	13
Ressource B2 : Extrait du catalogue « produits de la boutique » de l'entreprise Api DISTRIBUTION	13
Ressource B3 : Meuble de présentation.....	14
Ressource B4 : Conditionnement des coffrets « découverte » de l'entreprise Api DISTRIBUTION Bordeaux.....	14
Ressource B5 : Les réseaux sociaux les plus utilisés par catégorie d'âge.....	14
Ressource B6 : Check-list d'une bonne publication sur les réseaux sociaux	15
Ressource B7 : Affiche "Atelier Découverte"	15
Ressource B8 : Influenceurs dans le domaine de l'apiculture	16
Ressource B9 : Rémunération des influenceurs – tarif moyen en euro selon le réseau social.....	16
Ressource B10 : Tableau comparatif des performances commerciales de l'entreprise Api distribution Bordeaux.....	17
Ressource B11 : Résultats de l'enquête de satisfaction du 22 mai 2023 réalisée auprès des clients de l'entreprise Api distribution Bordeaux.....	17

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL METIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
Option A : ANIMATION ET GESTION DE L'ESPACE COMMERCIAL		
E2 – ANALYSE ET RESOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES		
SUJET	COEFF. 4	DURÉE : 3 heures
P 2306-MCVA 2 1	SESSION 2023	PAGE 2 sur 17

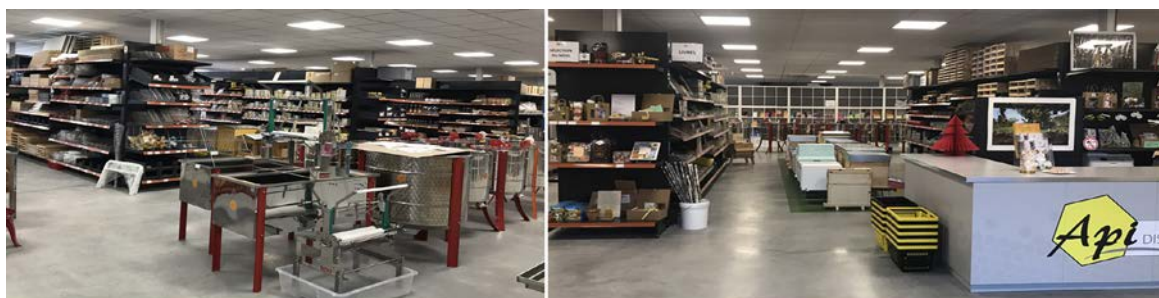


Api distribution est une entreprise familiale spécialisée dans le nourrissage des abeilles depuis 1975. L'entreprise a ouvert à Bordeaux (33) un magasin de matériel apicole qui propose plus de 1 700 références à sa clientèle. De grandes marques nationales et internationales de l'apiculture* sont représentées. L'entreprise dispose d'un site Internet marchand, qui compte autant de références qu'en magasin. Il permet de consulter l'offre et d'acheter les produits.

L'entreprise est implantée dans le sud-ouest de la France et possède quatre points de vente. Le magasin de l'enseigne situé au 4 avenue du Docteur Schinazi (Bordeaux) offre une grande surface de vente de 500 m². Vous êtes affecté en tant que vendeur spécialisé au sein du point de vente principal situé à Bordeaux. Compte tenu de sa localisation, le responsable du magasin, Benoit Dayres, s'est fixé comme objectif de répondre aux attentes d'une clientèle urbaine et éco-responsable.



Il vous demande dans un premier temps, d'assurer les opérations préalables à la vente afin de traiter les commandes issues de l'omnicanal. Puis dans un deuxième temps, il souhaite que vous rendiez le point de vente attractif et que vous communiquiez sur une opération commerciale à l'aide des réseaux sociaux.



**apiculture : élevage d'abeilles pour exploiter les produits (miel, cire, etc)*

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL METIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
Option A : ANIMATION ET GESTION DE L'ESPACE COMMERCIAL		
E2 – ANALYSE ET RESOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES		
SUJET	COEFF. 4	DURÉE : 3 heures
P 2306-MCVA 2 1	SESSION 2023	PAGE 3 sur 17

MISSION 1 : ASSURER LES ACTIVITÉS PRÉALABLES À LA VENTE

Afin d'assurer le bon fonctionnement du point de vente, Benoit Dayres vous demande de participer à l'inventaire et d'optimiser la gestion des stocks. Il souhaite que vous lui fassiez des propositions suite à la hausse des prix de vente induite par l'augmentation du coût des matières premières. Enfin, pour satisfaire les exigences de cette nouvelle clientèle urbaine et éco-responsable, vous prenez en charge la gestion des commandes issues de l'omnicanal.

À partir du dossier ressources mission 1 et du contexte professionnel :

Activité 1 : Participer à l'inventaire

Benoît Dayres réalise un inventaire annuel au mois de février. Vous avez la responsabilité du suivi des savons de la gamme « hexagonal », emballés individuellement. Le rayon est situé au centre du magasin.

Vous devez évaluer la démarque de chaque produit de cette gamme. Votre responsable estime que le taux de démarque acceptable pour l'entreprise doit être inférieur à 1,5 %.

À partir de la ressource A1 et de la mobilisation de vos compétences :

- 1.1 Réaliser un état de rapprochement afin de quantifier la démarque en volume.**
- 1.2 Déterminer le montant de la démarque pour chaque produit de la gamme « savon hexagonal » au format 100 g. Pour cela, votre responsable vous demande de calculer :**
 - le chiffre d'affaires hors taxes (HT),
 - la démarque en euros au prix de vente hors taxes (PVHT),
 - le taux de démarque.**Détailler les calculs pour la référence Lavande. Arrondir à deux chiffres après la virgule.**
- 1.3 Analyser les résultats obtenus et proposer un axe d'amélioration.**

Activité 2 : Établir les prix en fonction des variables commerciales données

L'inventaire est réalisé et vous êtes maintenant confronté à l'augmentation du prix des matières premières (bois, métal), nécessaires à la fabrication des ruches*. Benoît Dayres se demande s'il doit répercuter l'intégralité de l'augmentation du coût des matières premières sur le prix de vente ou s'il doit prendre en charge une partie de cette augmentation.

À partir des ressources A2, A3 et de la mobilisation de vos compétences :

2.1 Déterminer les nouveaux prix de vente hors taxes (HT) pour les références « toit tôle » et « fond bois » en tenant compte des consignes de Benoît Dayres. Détailler les calculs et arrondir à deux chiffres après la virgule.

Benoît Dayres souhaite informer de manière claire et concise l'ensemble des visiteurs du site internet marchand que l'augmentation du coût des matières premières aura un impact sur le prix de vente toutes taxes comprises (TTC) de certains produits. Il s'interroge sur l'emplacement de cette information. Il hésite entre la page d'accueil et l'onglet « conditions générales de vente ».

Vous devez faire des propositions pour cette mise à jour.

2.2 Choisir l'emplacement le plus judicieux sur le site internet marchand pour transmettre l'information aux visiteurs. Justifier ce choix.

2.3 Rédiger le message d'information justifiant la hausse des prix, à déposer sur le site internet marchand.

**ruche : Abri aménagé pour les abeilles*

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL METIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
Option A : ANIMATION ET GESTION DE L'ESPACE COMMERCIAL		
E2 – ANALYSE ET RESOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES		
SUJET	COEFF. 4	DURÉE : 3 heures
P 2306-MCVA 2 1	SESSION 2023	PAGE 5 sur 17

Activité 3 : Traiter les commandes clients issues de l'omnicanal

L'entreprise Api distribution, résolument orientée omnicanalité propose en complément de la vente en magasin des services de *click and collect* * (service gratuit) et de livraison à domicile. Ces commandes proviennent de différents canaux tels que le site internet marchand, le téléphone ou les bons de commande papier.

Nous sommes le samedi 22 avril, il est 9h30. Madame Thevenin, cliente du magasin, vous contacte. Elle réside en Dordogne (24) et travaille à Bordeaux du lundi au vendredi. Elle souhaite offrir une ruche en pin des Landes à son mari pour son anniversaire, le lundi 24 avril. Elle hésite entre le *click and collect* et une livraison à domicile par transporteur.

* Cliquez et collectez

À partir des ressources A4, A5, A6 et de la mobilisation de vos compétences :

- 3.1 Calculer le prix total payé par la cliente en fonction des services proposés. Détailler les calculs et arrondir à deux chiffres après la virgule.**
- 3.2 Sélectionner le mode de livraison de la commande le plus avantageux pour madame Thevenin en tenant compte de ses contraintes.**
- 3.3 Justifier l'intérêt de proposer les services de livraison à domicile et en *click and collect* pour les clients du magasin.**


Compte tenu de l'engouement de la clientèle pour ces services, Benoît Dayres s'interroge sur les différents avantages liés au développement omnicanal de son entreprise.

À partir de la ressource A7 et de la mobilisation de vos compétences :

- 3.4 Lister quatre avantages pour Api distribution de développer conjointement son réseau de points de vente physique et son site internet marchand.**

DOSSIER RESSOURCES MISSION 1



Ressource A1 : Extrait de l'inventaire annuel février 2023 de la gamme « savon hexagonal » de l'entreprise Api distribution Bordeaux

Api DISTRIBUTION Bordeaux				
<div> <div>Home Current Maintenance Purchases Sales HR Inventory Equipments Tools Settings Reports</div> <div> <div>Save Save+ New Delete Print Preview Search</div> <div> <div>Add Add+ Edit Remove</div> <div>Options Actions</div> </div> </div> </div>				
	Prix de vente HT en €	Quantités vendues	Stock théorique	Stock réel
	1,21 €	720	252	247
Lavande				
Olive		240	127	124
Miel		1 055	324	312
Propolis*		1 537	423	398

*propolis : substance fabriquée par les abeilles

Source : les auteurs

Ressource A2 : Étude de la répercussion de l'augmentation du coût des matières premières

Répercussion du coût des matières premières 2022				
Produit	Descriptif	Prix de vente HT avant augmentation du coût des matières premières	Prix de vente HT si prise en compte de l'augmentation du coût des matières premières	
	Toit en tôle galvanisée, pliage parfait et une soudure par 3 points.	8,75 €	9,31 €	
TOIT TOLE				
	Fond de ruche Dadant 10 cadres en bois plein. Réversible, avec un côté hiver	13,17 €	20,55 €	
FOND BOIS				

Source : Les auteurs

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL METIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE
Option A : ANIMATION ET GESTION DE L'ESPACE COMMERCIAL

E2 – ANALYSE ET RESOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES

SUJET

COEFF. 4

DURÉE : 3 heures

P 2306-MCVA 2 1

SESSION 2023


PAGE 7 sur 17

Ressource A3 : Répercussion de l'augmentation du coût des matières premières sur les produits Api distribution Bordeaux

Concernant les différentes hausses à répercuter sur le prix de vente hors taxes (HT), la stratégie de l'entreprise est fonction de l'importance de l'augmentation. Benoit Dayres a défini les règles suivantes :

- Si l'augmentation est strictement inférieure à 5 € : répercuter la totalité de la hausse sur le PVHT.
- Si l'augmentation est comprise entre 5 et 10 € : répercuter 80 % de la hausse.
- Si l'augmentation est strictement supérieure à 10 € : répercuter 80 % de la hausse et arrondir à l'entier supérieur.

Ressource A4 : Extrait catalogue : Ruche pin des landes de l'entreprise Api distribution Bordeaux

<p>TOUT POUR L'APICULTURE</p> <p>PAIEMENT SÉCURISÉ LIVRAISON RAPIDE</p> <p>Api DISTRIBUTION</p> <p>Rechercher...</p> <p>UNE QUESTION, UN CONSEIL ? 05 56 39 75 14</p> <p>COMPTES</p>	
<p>» Accueil » La Ruche » Au Rucher » La Miellerie » Conditionnement » Les produits de la ruche » Promotions » Notre sélection » Essais</p>	
<p>Ruche Pin des Landes FABRICATION FRANÇAISE 45 kg</p> <p>Prix TTC : À l'unité : 118,96 € Par lot de 5 : 113,01 € Par lot de 10 : 107,06 € Par lot de 25 : 101,12 € Par lot de 50 : 96,41 €</p>	

Source : Catalogue Api distribution 2022

Ressource A5 : Les engagements d'Api distribution

✂ **Commande passée avant 11h (jour ouvré*) : expédiée le jour même**

De septembre à février, le magasin de Bordeaux est ouvert du lundi au vendredi de 9h à 12h et de 14h à 18h.

De fin mars à fin août, il est également ouvert le samedi matin de 9h à 12h.

✂ **Conseils personnalisés en magasin, par téléphone et par courriel**

✂ **Transport assuré par MBS (tarifs en fonction des zones géographiques)**

✂ **Démarche éco-responsable**

**La semaine comporte cinq jours ouvrés qui, au sens précis de la législation sur le travail, sont habituellement travaillés : lundi, mardi, mercredi, jeudi et vendredi.*

Source : www.apidistribution.fr

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL METIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
Option A : ANIMATION ET GESTION DE L'ESPACE COMMERCIAL		
E2 – ANALYSE ET RESOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES		
SUJET	COEFF. 4	DURÉE : 3 heures
P 2306-MCVA 2 1	SESSION 2023	PAGE 8 sur 17

Ressource A6 : Extrait tarifs transporteur MBS
TARIFS TRANSPORT MBS 2023 – PRIX TTC


Poids du colis	Zone 1 Département : 33	Zone 2 Départements : 40, 64, 65	Zone 3 Départements : 16, 17, 24, 47	Zone 4 Départements : 31, 32, 79, 82, 86, 87	Zone 5 Départements : 23, 35, 37, 44, 85
de 9 à 19 kg	14,83 €	18,78 €	22,60 €	25,70 €	26,77 €
de 19,01 à 29 kg	14,83 €	18,78 €	24,05 €	28,94 €	30,61 €
de 29,01 à 39 kg	17,30 €	20,02 €	25,05 €	30,11 €	32,76 €
de 39,01 à 49 kg	18,60 €	21,17 €	28,25 €	32,09 €	36,14 €
de 49,01 à 59 kg	19,96 €	21,66 €	29,79 €	33,44 €	38,86 €
de 59,01 à 69 kg	21,01 €	23,51 €	31,34 €	35,48 €	41,47 €
de 69,01 à 79 kg	21,73 €	24,69 €	32,76 €	36,36 €	43,45 €
de 79,01 à 89 kg	22,58 €	25,90 €	33,33 €	38,67 €	46,33 €
de 89,01 à 100 kg	23,92 €	27,30 €	33,57 €	40,47 €	48,48 €
de 101 à 150 kg	27,79 €	38,58 €	37,13 €	45,81 €	56,81 €
de 151 à 199 kg	37,70 €	53,42 €	50,74 €	62,74 €	77,96 €
de 199,01 à 299 kg	52,82 €	74,52 €	69,81 €	84,89 €	107,55 €

Source : www.apidistribution.fr

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL METIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE
Option A : ANIMATION ET GESTION DE L'ESPACE COMMERCIAL
E2 – ANALYSE ET RESOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES

SUJET

COEFF. 4

DURÉE : 3 heures

P 2306-MCVA 2 1

SESSION 2023

PAGE 9 sur 17

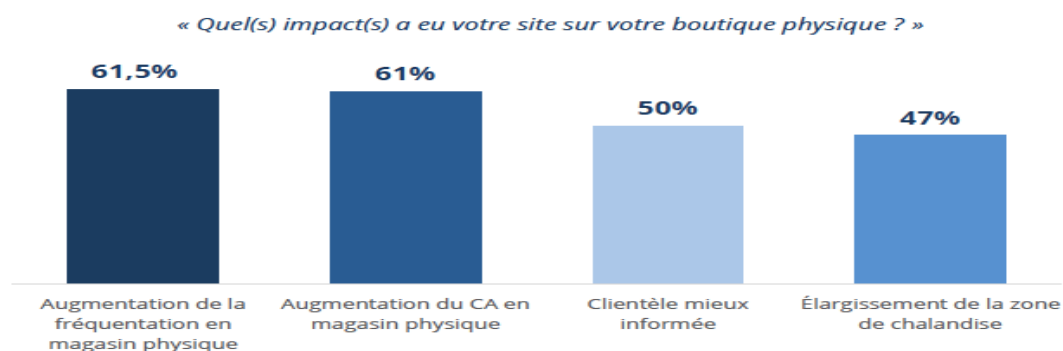
Ressource A7 : E-commerce et boutique physique : la complémentarité gagnante

En cherchant à combler leurs besoins aussi bien en ligne qu'en physique, les consommateurs développent de nouvelles habitudes et tendances. Pour s'adapter, les entreprises créent de nouvelles stratégies omnicanales.

La complémentarité entre le e-commerce et les magasins physiques : Bien que différentes à tout point de vue, les activités en ligne et hors-ligne sont cependant complémentaires. Dans un monde en évolution constante, le e-commerce n'est plus un canal de vente digital à prendre à la légère. Les entreprises l'ont bien compris à commencer par les TPME (Très Petites et Moyennes Entreprises).

La recherche de visibilité : Les motivations des entreprises à adopter une stratégie commerciale liant le e-commerce et le magasin physique ont également évolué. Auparavant, il était logique de penser chiffres d'affaires. L'ouverture d'une boutique physique ou d'un site e-commerce avait forcément comme ambition de générer directement plus de ventes.

Dorénavant, la motivation principale des vendeurs en ligne est d'accroître la visibilité de leur business. Les TPME ont pris conscience que la croissance de leur activité en ligne était étroitement liée à la visibilité et au référencement.



En plus de ces deux impacts, 50 % des e-commerçants estiment que leur clientèle est mieux informée sur les produits lorsqu'elle se rend en magasin et 47 % voient une opportunité d'élargissement de la zone de chalandise.

Une rentabilité positivement impactée : Les e-commerçants estiment que leur boutique en ligne et leur magasin physique sont complémentaires à 89 %. Cette complémentarité est d'autant plus importante puisque pour 43 % d'entre eux, l'activité de vente en ligne est nécessaire à l'équilibre financier de leur entreprise. Les ventes en ligne et hors ligne sont donc complémentaires, mais également vitales à la bonne santé financière de l'entreprise.

Le lien entre la fréquentation des magasins physiques et la rentabilité est également présent. En effet, un site e-commerce permet l'augmentation du chiffre d'affaires du magasin physique de 14 % en moyenne. Le ROPO (*Research Online, Purchase Offline**) et l'omnicanalité s'imposent comme des évidences pour les marques qui disposent de plusieurs points de vente en nom propre sur l'ensemble du territoire.

Sources : www.ecommerce-nation.fr / étude du profil du e-commerçant, Oxatis, Fevad, Kedge Business School

*recherche en ligne, achat hors ligne

BACCALAUREAT PROFESSIONNEL METIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
Option A : ANIMATION ET GESTION DE L'ESPACE COMMERCIAL		
E2 – ANALYSE ET RESOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES		
SUJET	COEFF. 4	DURÉE : 3 heures
P 2306-MCVA 2 1	SESSION 2023	PAGE 10 sur 17

MISSION 2 : RENDRE L'UNITÉ COMMERCIALE ATTRACTIVE ET DÉVELOPPER LA CLIENTÈLE

Aujourd'hui, les clients sont davantage soucieux de l'impact de leur consommation sur l'environnement. Qualifiés d'éco-responsables, ils souhaitent acheter des produits écologiques, locaux et biologiques. Votre SIC (Système d'Information Commercial) vous a permis de cerner le profil de cette clientèle :

- âgée de 25 à 35 ans,
- aux revenus plus élevés que la moyenne,
- urbaine qui utilise les réseaux sociaux comme principal moyen d'information,
- leur panier d'achat est constitué de produits naturels et moins polluants.

Benoit Dayres vous demande de participer à une opération commerciale dans le but de conquérir cette clientèle et générer davantage de trafic dans le point de vente.

Activité 4 – Sélectionner les gammes de produits en lien avec la stratégie du point de vente

Chaque année, Api distribution Bordeaux organise un atelier de découverte de l'apiculture à l'occasion de la journée mondiale de l'abeille, le 22 mai. À l'issue de cet atelier une dégustation de miel est proposée aux participants. Nous sommes le 16 mai 2023, et votre responsable vous demande de participer à la création d'un coffret « découverte » composé de produits adaptés à cette clientèle « éco-responsable ».

Pour aller jusqu'au bout de cette démarche, ce coffret sera présenté dans un emballage écologique et recyclable en carton.

À partir des ressources B1, B2 et de la mobilisation de vos compétences :

4.1 Sélectionner les produits constituant le coffret « découverte » dans le respect des recommandations de l'entreprise. Justifier la réponse.

4.2 Calculer le prix de vente toutes taxes comprises (TTC) du coffret. Détailler les calculs et arrondir le résultat à l'entier supérieur.

Afin de valoriser votre sélection, vous décidez d'implanter les coffrets « découverte » en nombre suffisant, en tête de gondole, près de l'atelier découverte, pour susciter l'achat d'impulsion chez les clients participant à cet événement. Afin d'être certain de disposer du stock suffisant, Benoit Dayres vous demande de lui transmettre le nombre de coffrets que vous pourrez présenter à la vente en tête de gondole.

À partir de la ressource B3, B4 et de la mobilisation de vos compétences :

4.3 Calculer la capacité de stockage totale pour les 4 niveaux du meuble de présentation. Détailler les calculs.

Activité 5 : Communiquer sur une opération commerciale en recourant aux réseaux sociaux

L'enseigne Api distribution Bordeaux souhaite améliorer sa communication digitale auprès de sa clientèle. Vous proposez de valoriser l'atelier découverte sur les réseaux sociaux en complément de la page *Facebook* existante. Vous devrez privilégier le réseau le plus adapté à la cible « éco-responsable ».

À partir des ressources B5, B6 et B7 et de la mobilisation de vos compétences :

5.1 Sélectionner le réseau social le plus adapté pour inciter la clientèle éco-responsable à participer à l'atelier découverte. Justifier ce choix.

5.2 Créer le contenu de la publication qui sera diffusée sur le réseau social pour inciter la clientèle éco-responsable à participer à l'atelier découverte organisé en magasin.

Afin de donner davantage de visibilité à votre opération, vous décidez de recourir aux services d'un influenceur. Benoit Dayres souhaite minimiser les coûts de cette opération. Il vous demande de respecter un budget fixé à 300 €.

À partir des ressources B8, B9 et de la mobilisation de vos compétences :

5.3 Choisir l'influenceur que vous allez solliciter pour promouvoir l'atelier découverte et les produits de l'entreprise. Justifier ce choix.

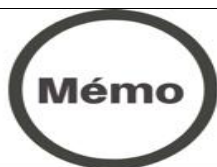
L'atelier découverte s'est déroulé le 22 mai dernier. Dans le cadre de l'évaluation des performances de votre opération commerciale, Benoit Dayres vous demande de rédiger un compte-rendu. Vous présenterez le chiffre d'affaires réalisé lors de cette journée ainsi que les résultats du questionnaire de satisfaction administré auprès de la clientèle du point de vente le jour de l'évènement. L'objectif fixé par votre responsable était d'augmenter le chiffre d'affaires de 50 % et le trafic en magasin de 40 %.

À partir des ressources B10, B11 et de la mobilisation de vos compétences :

5.4 Rédiger un compte-rendu dans lequel apparaissent :

- l'analyse des résultats de l'opération commerciale d'un point de vue quantitatif et qualitatif,
- la proposition de deux axes d'amélioration.

Ressource B1 : Préconisations pour la constitution du coffret « découverte »



Bonjour,

A l'occasion de la journée mondiale de l'abeille je vous demande de sélectionner 3 produits de la boutique à proposer aux clients à la suite de l'atelier découverte et de la dégustation de miel.

Votre objectif est de composer un coffret "découverte".

Dans votre sélection, veillez à retenir :

- des produits appartenant à des univers différents de la boutique ;
- des produits à déstocker dont la quantité est supérieure à 50 .

Vous appliquerez -30% de remise à la totalité de votre sélection (hors carton d'emballage).

Merci de justifier vos propositions.

Monsieur DAYRES

Ressource B2 : Extrait du catalogue « produits de la boutique » de l'entreprise Api distribution

TOUT POUR L'APICULTURE

PAIEMENT SÉCURISÉ

LIVRAISON RAPIDE

Api

DISTRIBUTION

Rechercher...

UNE QUESTION, UN CONSEIL ?

05 56 39 75 14

COMPTE

» Accueil

» La Ruche

» Au Rucher

» La Miellerie

» Conditionnement

» Les produits de la ruche

» Promotions

» Notre sélection

» Essais

N°	Désignation	Univers*	Prix HT	Poids	Stock
1	Gelée Royale aromatisée	G	20,83	100 g	74
2	Nougat artisanal	C	2,54	200 g	52
3	Moutarde au miel	V	3,54	110 g	56
4	Bonbons miel	C	3,71	200 g	32
5	Vinaigre de miel en spray	V	5,67	125 g	26
6	Savon au miel	S	1,13	100 g	15
7	Sirop gorge au miel	B	10,50	150 g	17
8	Miel production locale	M	23,40	125 g	69
9	Livre l'apiculture en BD	L	15,79	450 g	39
10	Paquet de gomme propolis orange miel	B	4,50	45 g	32

*Univers de la boutique : B : Bien être ; C : Confiserie ; G : Gelée Royale ; L : Livres ; S : Savons ; V : Vinaigres, condiments et boissons ; M : Miel apiculture locale
TVA : 20 %

Source : www.apidistribution.fr

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL METIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
Option A : ANIMATION ET GESTION DE L'ESPACE COMMERCIAL		
E2 – ANALYSE ET RESOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES		
SUJET		COEFF. 4
P 2306-MCVA 2 1		DURÉE : 3 heures
SESSION 2023		PAGE 13 sur 17

Ressource B3 : Meuble de présentation

Les coffrets « découverte » seront implantés en tête de gondole composée de 4 niveaux.



Source : Les auteurs

Ressource B4 : Conditionnement des coffrets « découverte » de l'entreprise Api distribution Bordeaux

Description : Pour un emballage écologique et recyclable les produits composant les coffrets sont conditionnés dans des cartons. Les produits seront disposés de façon à ce que les motifs soient visibles de face. Les coffrets ne sont pas empilables.

Dimensions du coffret :

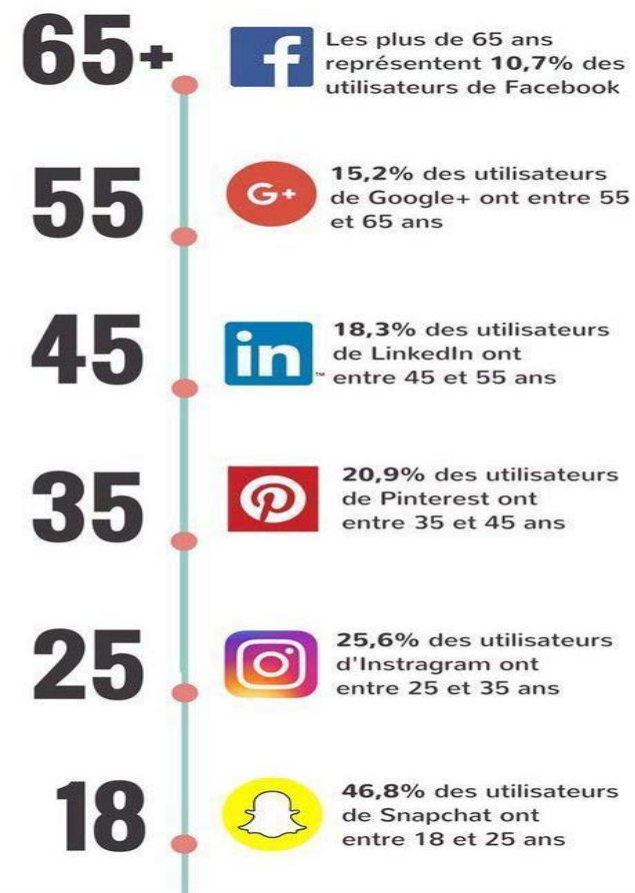
Hauteur : 20 cm
Longueur : 30 cm
Profondeur : 15 cm

Prix : 1,70 € TTC



Source : Les auteurs

Ressource B5 : Les réseaux sociaux les plus utilisés par catégorie d'âge



Source: www.dix-katre.com

Ressource B6 : Check-list d'une bonne publication sur les réseaux sociaux

Check-list d'une bonne publication sur les réseaux sociaux

- L'ACCROCHE**
- Rédiger des phrases simples
 - Attirer l'attention de l'internaute pour l'inciter à lire et à cliquer sur la publication en utilisant des émoticônes pour soutenir votre message
 - Adapter l'accroche au réseau social sur lequel vous publiez
 - Utiliser un ton à la fois professionnel et décontracté
- LE VISUEL**
- Proposer une image ou une photo en lien avec le contenu dont vous faites la promotion
- LE CORPS DU MESSAGE**
- Sélectionner et rédiger les informations pertinentes en lien avec l'activité ou l'évènement que vous souhaitez promouvoir
- LE HASHTAG**
- Un hashtag est un mot qui s'écrit en mettant un dièse (#) au début. (ex : #Mot)
 - Regrouper dans une thématique tout ce que vous publiez sur un réseau social tel que Twitter, Facebook, Instagram.
 - Utiliser les hashtags, pour diffuser vos publications à l'ensemble des utilisateurs du réseau social faisant une recherche sur le thème concerné (le mot inséré dans le hashtag).



IL EST RECOMMANDÉ D'UTILISER 300 CARACTÈRES MAXIMUM
(HASHTAGS INCLUS)

Source : www.inspiration.net

Ressource B7 : Affiche « Atelier Découverte »

Commémorer la Journée Mondiale des abeilles chaque année permettra peut-être d'attirer enfin l'attention sur le rôle essentiel que les abeilles et autres pollinisateurs jouent en vue de maintenir la bonne santé des populations et de la planète.





Activités au programme de l'atelier découverte : Découvrir comment les abeilles produisent du miel ; découvrir comment la colonie d'abeilles s'organise dans la ruche ; comprendre quelles sont les menaces qui pèsent sur les abeilles ; comment fabriquer son miel. Présence d'un formateur qui vous fera découvrir l'univers surprenant des abeilles.

Source : www.naturesucreee.jimdoofree.com

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL METIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE Option A : ANIMATION ET GESTION DE L'ESPACE COMMERCIAL E2 – ANALYSE ET RESOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES






SUJET		COEFF. 4	DURÉE : 3 heures
P 2306-MCVA 2 1	SESSION 2023		PAGE 15 sur 17

Ressource B8 : Influenceurs dans le domaine de l'apiculture

Influenceurs	Érika Thompson 	Une saison aux abeilles 	À vos ruches TV 
Pays	 États Unis	 France	 France
Réseau principal			
Fréquence de post	Hebdomadaire	Hebdomadaire	Annuel
Nombre d'abonnés	6 millions	35 000	14 000

Source : Les auteurs

Ressource B9 : Rémunération des influenceurs – tarif moyen en euro selon le réseau social

Nombre d'abonnés						
	posts	stories				
0 à 10 000	60 €	30 €	25 €	50 €	40 €	1 € par vue
10 000 à 100 000	810 €	630 €	275 €	550 €	150 €	
+ de 100 000	2 750 €	2 350 €	750 €	2 000 €	1 650 €	
+ de 500 000	12 000 €	10 750 €	4 500 €	9 000 €	5 000 €	

Source : Blogdumoderateur.com

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL METIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE Option A : ANIMATION ET GESTION DE L'ESPACE COMMERCIAL E2 – ANALYSE ET RESOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES

SUJET		COEFF. 4	DURÉE : 3 heures
P 2306-MCVA 2 1	SESSION 2023	PAGE 16 sur 17	

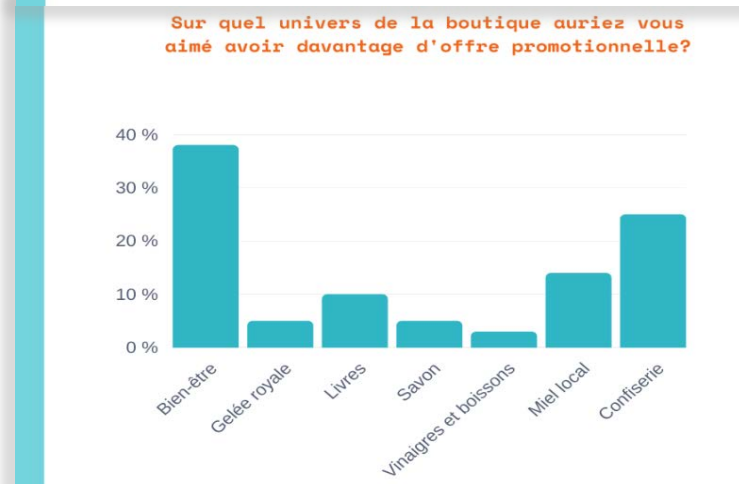
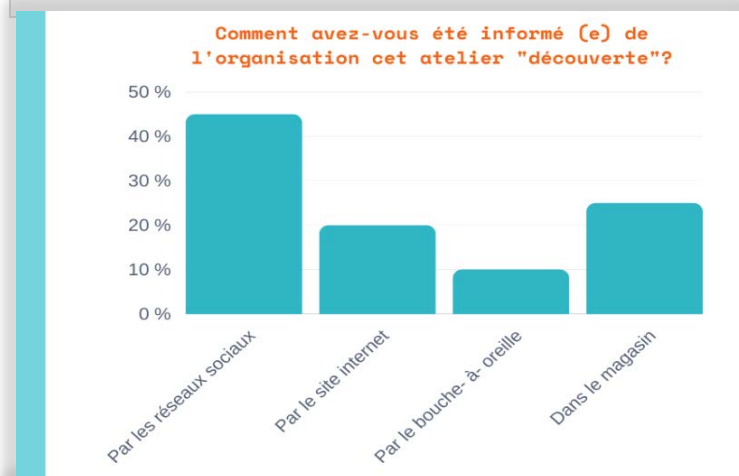
Ressource B10 : Tableau comparatif des performances commerciales de l'entreprise Api distribution Bordeaux

TABLEAU COMPARATIF DES PERFORMANCES COMMERCIALES						
	A	B	C	D	E	F
1	Chiffre d'affaires HT	Chiffre d'affaires HT	Nombre de clients	Nombre de clients		
2	22/05/2022	22/05/2023	22/05/2022	22/05/2023		
3	5 873 €	8 934 €	134	196		
4						
5						
6						
7						

Source : Les auteurs

Ressource B11 : Résultats de l'enquête de satisfaction du 22 mai 2023 réalisée auprès des clients de l'entreprise Api distribution Bordeaux

	Oui	Non
Avez-vous eu connaissance de l'atelier « découverte » ?	55 %	45 %
Êtes-vous un client régulier du magasin ?	70 %	30 %
Êtes-vous prêt à acheter le coffret « découverte ? »	60 %	40 %



Source : Les auteurs