

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIER DE L'ACCUEIL



**HOME
BOX**

SESSION 2022

**Épreuve E2 : Analyse de situations professionnelles
liées à la relation commerciale**

CORRIGÉ

Partie 1 - Analyser le marché du secteur du self-stockage

Partie 2 - Traiter les demandes des clients et des prospects

Partie 3 - Mesurer l'efficacité de l'offre de fidélité étudiante

Partie 4 - Gérer les réclamations

Partie 1 - Analyser le marché du secteur du self-stockage

Compétences et critères d'évaluation	C.3.1 Contribuer au développement de la relation commerciale			
Compétences	<ul style="list-style-type: none"> - Situer l'offre de l'organisation sur son marché - Repérer les caractéristiques du public - Appréhender l'offre de l'organisation 			
Critères d'évaluation	<ul style="list-style-type: none"> - Les évolutions technologiques, environnementales, économiques et sociologiques du marché sont repérées. - Le positionnement de l'organisation sur le marché est identifié. - Les caractéristiques des produits et services sont connues. 			
	Compétences non maîtrisées	Compétences insuffisamment maîtrisées	Compétences maîtrisées	Compétences bien maîtrisées
	Situer l'offre de l'organisation sur son marché			
	L'analyse ne met pas en relief l'évolution du secteur du self-stockage. Aucune donnée chiffrée n'est présentée.	L'analyse du secteur du self-stockage est peu approfondie ; l'évolution est mise en exergue, mais elle n'est pas illustrée par des données quantitatives.	L'analyse de l'évolution du secteur du self-stockage est juste, illustrée par un minimum de données quantitatives.	L'analyse est approfondie, judicieuse et illustrée par plusieurs données quantitatives et correctement rédigée. La présentation prend la forme d'une note.
	Le positionnement de Homebox sur son marché n'est ni identifié ni analysé.	Le positionnement de Homebox sur son marché est identifié mais non analysé.	La place de Homebox sur le marché est identifiée, son positionnement est appréhendé avec un minimum de justifications quantitatives.	La place de Homebox sur son marché est identifiée, analysée et illustrée par des données quantitatives. La place de Homebox dans le co-stockage est repéré. La présentation prend la forme d'une note.
	Repérer les caractéristiques du public			
	La typologie des clients n'est ni identifiée, ni analysée.	La typologie des clients est repérée, sans aucune analyse. Ou Un des deux types de client seulement est repéré Ou Un type de client est parfaitement analysé.	La typologie des clients (professionnels et particuliers) est repérée et les habitudes de consommation sont globalement analysées.	La typologie des clients (professionnels, particuliers ET étudiants) est repérée ; l'analyse est développée et judicieuse : elle permet d'identifier les habitudes de consommation.
	Appréhender l'offre de l'organisation			
	Les avantages du self-stockage ne sont pas identifiés.	Un seul avantage est identifié.	Les deux avantages du self-stockage sont identifiés.	Au moins deux avantages du self-stockage sont identifiés et explicités.

Sur la copie

	NOTE	Date : 15/06/2022
De : Agent d'accueil	À : Monsieur Coquel	
Objet : Le marché du self stockage		
<p><u>Le secteur du self-stockage et son évolution</u></p> <p>Secteur en plein essor qui bénéficie d'une forte expansion économique de 15 % par an. Les besoins des clients sont en progression, il y a donc un bel avenir pour ce marché. Une nouvelle solution est même proposée, le costockage qui permet de louer un espace de stockage chez un particulier mais en passant par une entreprise de selfstockage (comme Homebox) chez qui le contrat de location est établi, ce qui donne une certaine assurance au futur locataire.</p> <p><u>Le positionnement de Homebox sur le marché du self-stockage</u></p> <p>Homebox est le pionnier dans le domaine du self-stockage depuis 1996 et est actuellement le leader sur ce marché. Cette enseigne dispose de 110 centres ouverts en France avec une offre en zone urbaine comme en zone rurale ; elle est la seule actuellement à proposer une couverture aussi dense. Homebox connaît une accélération de son développement depuis 2008 due à une demande en forte croissance. Homebox s'est vu attribué la note de 4,8/5 par ses clients, qui sont prêts à recommander l'enseigne à 94 %. + La dimension co-stockage</p> <p><u>La conquête de nouveaux clients : les professionnels, les particuliers et notamment les étudiants</u></p> <p>Les particuliers comme les professionnels dont la mobilité se fait constante dans tous les types d'activités sont clients. Les particuliers font appel au self-stockage lors d'un voyage à l'étranger, par manque de place dans leur habitation, lors d'un décès, d'un divorce ou d'une séparation, lors d'une mutation de travail, lors de la rénovation d'un logement, pour remiser des biens personnels et/ou encombrants. Les étudiants sont également adeptes du self-stockage afin de ne pas payer des mois de location pendant les vacances scolaires. Les professionnels qui ont besoin de stocker du matériel professionnel ou des marchandises sans avoir recours à de grands entrepôts à coût élevé préfèrent la solution du self-stockage. Certains professionnels qui ont une activité professionnelle soumise à des fluctuations saisonnières pour faire face à des afflux de demandes y voient une vraie solution à moindre coût.</p> <p><u>Avantages du self-stockage</u></p> <p>Accès permanent et aisé aux différents box. Sécurité importante (caméra, alarme...).</p> <p>Contrat modulable en fonction des évolutions de chacun. Stockage de façon sécurisée des marchandises pour des entreprises en situation difficile ou de crise (cessation temporaire d'activité, pandémie). Avantages économiques pour les professionnels et les étudiants.</p>		

Baccalauréat professionnel Métiers de l'accueil	2206-MA 2 1	Session 2022	CORRIGÉ
Épreuve E2 : Analyse de situations professionnelles liées à la relation commerciale	Durée : 3 h	Coefficient : 4	Page 3 sur 11

Partie 2 - Traiter les demandes des clients et des prospects

Compétences et critères d'évaluation	C3.2 Satisfaire et fidéliser le public			
Compétences	<ul style="list-style-type: none"> - Co-construire avec le public la solution adaptée à ses besoins - Finaliser la relation commerciale 			
Critères d'évaluation	<ul style="list-style-type: none"> - Les échanges et la coopération avec le public permettent de proposer une offre, une solution adaptée. - La relation commerciale est concrétisée. 			
Procédure Document 8 pour les 2 travaux de la partie 2.	Compétences non maîtrisées	Compétences insuffisamment maîtrisées	Compétences maîtrisées	Compétences bien maîtrisées
	Co-construire avec le public la solution adaptée à ses besoins			
	La procédure de traitement de la demande n'est pas identifiée. Pas de courriel, pas de devis.	La procédure de traitement de la demande est identifiée, mais n'est pas utilisée de manière adaptée. 1 message est rédigé, soit le message 1 (courriel) ou message 2 (Whatsaap, sms, téléphone).		La méthode de traitement de la demande est maîtrisée et complète. Le 1 ^{er} message est un courriel et le 2 ^e message est soit un SMS, Whatsapp, ou téléphone. Les 2 messages de la procédure sont rédigés sans oubli et sans erreur.
	Si le planning (annexe 2) n'est pas renseigné et rendu avec la copie, ne pas pénaliser			
Le courriel	Finaliser la relation commerciale			
	Le traitement de la demande de devis est inexistant ou le devis n'est pas décrit. Le rendez-vous n'est pas proposé, l'offre n'est pas argumentée..	2 éléments sur 3 sont présents parmi la description du devis, l'argumentation, la proposition d'une visite.	Le devis est décrit, l'argumentation est présente (sécurisation et accessibilité) Le rendez-vous est proposé à la bonne date.	Le devis est décrit, l'argumentation est présente (sécurisation et accessibilité) Le rendez-vous est proposé à la bonne date. Des éléments de personnalisation sont présents.
	Le devis n'est pas renseigné.	Le devis est renseigné mais les informations sont en majorité erronées ; les calculs ne sont pas réalisés ou sont erronés.	Les données chiffrées du devis sont correctes et pertinentes et répondent aux attentes. Remarque : tous les éléments du corrigé doivent être présents pour cet item d'évaluation. (un cadenas peut figurer dans les éléments constitutifs du devis). Pas de pénalisation si le montant de la TVA est erronée.	Les informations qualitatives (1 ^{ère} partie du devis renseignée) et quantitatives (données chiffrées) contenues dans le devis sont justes dont le montant de TVA.

Sur la copie

Premier message de contact :

De : agentdaccueil@homebox.fr
A : xavier.deschamps@expertcomptable.fr
CC : coquel@homebox.fr
PJ : devis
Objet : réponse à votre demande de devis
Monsieur Deschamps, Nous vous remercions pour votre demande de devis. Vous trouverez en PJ une offre chiffrée correspondant à votre demande. Nous vous proposons des contenants adaptés à vos besoins, notamment des cartons renforcés avec des poignées pour la protection de votre matériel informatique. Nos box sont sécurisés grâce à des badges qui vous permettent un accès personnalisé, accessibles 7 j/7 et 24 h/24. Nous vous proposons une visite du box avec Prescillia Gustin, mercredi 22 juin à 14 h. Nous vous remercions de nous confirmer le rendez-vous par retour de courriel. Nous restons à votre disposition pour toutes informations complémentaires ; l'accueil est ouvert du lundi au vendredi de 9 h à 12 h et de 14 h à 18 h. Bien cordialement, L'équipe Homebox

Baccalauréat professionnel Métiers de l'accueil	2206-MA 2 1	Session 2022	CORRIGÉ
Épreuve E2 : Analyse de situations professionnelles liées à la relation commerciale	Durée : 3 h	Coefficient : 4	Page 5 sur 11

DEVIS n° 122-45

(...)

Xavier Deschamps
10000 Troyes

Troyes, le 15 juin 2022

Description	Quantité	Prix unitaire TTC	Prix total TTC
Location d'un box	1	42,00 €	42,00 €
Carton spécial livres	30	1,90 €	57,00 €
Carton renforcé à poignées	5	6,00 €	30,00 €
Papier bulle	3	11,00 €	33,00 €
Gants à picots	3	3,90 €	11,70 €
Adhésifs	3	3,50 €	10,50 €
Dévidoir adhésif	3	8,00 €	24,00 €
Cutter	3	2,00 €	6,00 €
Marqueur	3	2,00 €	6,00 €

Total TTC	220,20 €
Dont montant de TVA (20,00 %)	36,70 €

Annexe 2 - Le planning de Priscilla (semaine du 20.06.2022 au 26.06.2022)

Juin 2022							
	Lundi 20	Mardi 21	Mercredi 22	Jeudi 23	Vendredi 24	Samedi 25	Dimanche 26
9 h 10 h	RH ¹		Traitement des impayés		Activités administratives	Fermeture de l'accueil	Fermeture de l'accueil
10 h 11 h	RH	Malvina BEL RDV ² téléphonique	Activités administratives	Relances téléphoniques	Formation CRM E-Learning		
11 h 12 h	RH	M. Jeanin	Activités Administratives	Activités administratives	Formation CRM E-Learning		
Fermeture de l'accueil							
14 h 15 h	RH	Activités administratives	Xavier Deschamps	Activités administratives	Formation CRM E-Learning	Fermeture de l'accueil	Fermeture de l'accueil
15 h 16 h	RH	Activités commerciales	Traitement des réclamations	Activités commerciales	Formation CRM E-Learning		
16 h 17 h	RH		Relances téléphoniques		M. Robert RDV téléphonique		

¹RH : repos hebdomadaire

²RV : rendez-vous

Sur la copie

Message de relance : accepter un message écrit ou un appel téléphonique

Le candidat doit :

- s'assurer de la réception du devis,
- vérifier que la taille de box est adapté à la demande,
- spécifier « Je vous ai mis un box de côté ».

Partie 3 : Mesurer l'efficacité de l'offre de fidélité étudiante

Compétences et critères d'évaluation	C.3.2 Satisfaire et fidéliser le public			
Compétences	<ul style="list-style-type: none"> - Mesurer l'efficacité des actions de fidélisation - Contribuer à la satisfaction et à la fidélisation 			
Critères d'évaluation	<ul style="list-style-type: none"> - La relation commerciale est concrétisée. - Les actions de fidélisation sont pertinentes et leur suivi permet la pérennisation de la relation. 			
	Compétences non maîtrisées	Compétences insuffisamment maîtrisées	Compétences maîtrisées	Compétences bien maîtrisées
	Mesurer l'efficacité des actions de fidélisation			
	Aucun calcul n'est proposé.	La formule de calcul est bonne mais le résultats des calculs sont faux ou les résultats sont justes mais non détaillés.	Les formules et calculs sont globalement corrects.	Les formules et les calculs sont totalement justes.
	L'analyse est inexistante.	L'analyse est très superficielle. Aucun pourcentage pour étayer l'analyse.	L'analyse est succincte mais juste. Des pourcentages sont donnés pour étayer cette analyse (71,43 % et 76,19 %).	L'analyse est judicieuse et tous les pourcentages sont présents pour valider cette analyse (71,43 % et 76,19 %). Offre de réduction de 30 % mise en relation avec les résultats précédents.
	Contribuer à la satisfaction et à la fidélisation			
	Aucun moyen de fidélisation n'est proposé.	Un moyen de fidélisation est proposé et argumenté ou 2 moyens sont proposés sans être argumentés.	Deux moyens de fidélisation sont proposés avec argumentation simple.	Deux moyens de fidélisation sont proposés et argumentés avec pertinence.

Annexe 3 : Analyse de l'offre de fidélité des étudiants

	Nombre d'étudiants chez Homebox en 2021	Nombre d'étudiants chez Homebox en 2022	Taux d'évolution (détail et résultat)
UTT	35	59	68,57 % (59 - 35)/35 x 100
EPF	21	37	76,19 % (37 - 21)/21 x 100
Total	56	96	71,43 % (96 - 56)/56 x 100
Analyse	<p>L'impact de la fidélisation sur la cible de la clientèle étudiante troyenne</p> <p>Le nombre d'étudiants qui a loué un box entre 2021 et 2022 est en forte progression (71,43 %).</p> <p>La demande des étudiants de l'école d'ingénieurs a fortement progressé (76,19 %).</p> <p>L'offre de réduction de 30 % sans limitation de temps a permis d'attirer de nouveaux étudiants qui n'avaient peut-être pas les moyens financiers de louer un box.</p> <p>C'est donc une cible de clientèle importante qu'il faut continuer à fidéliser.</p>		
Proposition d'outils de fidélisation et justifications	<p>Le parrainage : Dans le milieu étudiant, il est assez facile de trouver des étudiants qui ont besoin de rangement. De plus, les étudiants sont nombreux dans les différentes écoles.</p> <p>Par exemple, parrainer un nouvel étudiant chez Homebox pourrait permettre au parrain d'obtenir un pourcentage de réduction supplémentaire pendant un trimestre et au filleul de bénéficier d'un kit de déménagement gratuit, par exemple.</p> <p>Les réseaux sociaux : Les étudiants sont adeptes de tous les réseaux sociaux. Communiquer sur les réseaux sociaux est donc une excellente opportunité de fidéliser les clients et d'en faire les meilleurs ambassadeurs de l'entreprise (conseil, réponse aux questions, etc.).</p> <p>Il est en effet possible de récompenser avec des points de fidélité les actions telles que le fait de devenir fan de la marque ou de partager un contenu. Il est possible également d'alterner des conseils et des promotions ou jeux-concours.</p> <p>Les cadeaux : Les étudiants sont toujours friands de cadeaux : clé USB, places de cinéma, réductions dans les restaurants ou chaînes de fast-food... Ils se sentiront considérés et pourront pratiquer du bouche à oreille auprès des autres étudiants.</p> <p>Toute proposition cohérente est à prendre en compte.</p>		

Partie 4 – Gérer les réclamations

Compétences et critères d'évaluation	C.3.3. Gérer les réclamations			
Compétences	<ul style="list-style-type: none"> - Recueillir les réclamations - Apporter une réponse à la réclamation et/ou au mécontentement 			
Critères d'évaluation	<ul style="list-style-type: none"> - Les motifs sont clairement identifiés. - Une solution adaptée et clairement expliquée permet d'apporter une solution pertinente. 			
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 10px;">Analyse des documents 14 et 15</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px;">Réponses attendues</div>	Compétences non maîtrisées	Compétences insuffisamment maîtrisées	Compétences maîtrisées	Compétences bien maîtrisées
	Recueillir les réclamations			
	Aucun motif d'insatisfaction n'est identifié.	Peu de motifs d'insatisfaction sont identifiés. L'analyse est superficielle.	La plupart des motifs d'insatisfaction sont identifiés. L'analyse est juste.	Tous les motifs d'insatisfaction sont identifiés. L'analyse est approfondie et judicieuse.
	Apporter une réponse à la réclamation et/ou au mécontentement			
	Les informations transmises sont erronées.	Les informations manquent de précision ; les solutions proposées aux réclamations manquent de pertinence. OU Une des deux réclamations est entièrement traitée.	Les idées essentielles sont exprimées et répondent à la demande de réclamation. Les solutions sont globalement expliquées.	Les idées essentielles sont présentes et hiérarchisées de façon pertinente. Elles permettent d'apporter une solution efficace et explicitée.

Sur la copie

Votre réponse à Mme Chemin

<p>Avis de Mme Chemin</p> <p>« J'aimerais bien pouvoir accéder à mon box dimanche matin avec mon petit-fils. Mais évidemment, c'est fermé le dimanche. Quel dommage ! »</p>	<p>N°1 du self-stockage partout en France</p>  <p>Bonjour, Vous pouvez accéder à votre box 24 h/7j, donc même la nuit et le dimanche, en toute sécurité grâce au code d'accès personnel que nous vous avons remis lors de la signature de votre contrat. En saisissant ce code sur le boîtier du digicode de votre centre Homebox Troyes, vous entrez dans les locaux et accédez à votre box. Nous restons à votre entière disposition. À très bientôt sur nos installations. L'équipe Homebox</p>
---	---

Votre réponse à M. Lanza

<p>Cher Monsieur Lanza,</p> <p>Merci d'avoir pris contact avec Homebox !</p> <p>Homebox propose des espaces de stockage disponibles chez les particuliers. Il est donc possible pour un particulier de proposer une cave, un garage, un grenier... à un autre particulier. Ce bien est référencé sur une plateforme de location d'espace de stockage, géré par Homebox. À ce titre, Homebox garantit la sécurité des paiements des loyers pour le loueur et fournit une assurance des biens stockés au locataire.</p> <p>Pour déposer une annonce, c'est très simple et très rapide :</p> <ul style="list-style-type: none">- vous renseignez votre annonce sur homebox.fr,- vous recevez des demandes de locataires,- vous louez votre bien et percevez vos loyers. <p>Je vous invite à nous contacter au 03.25.74.77.47 pour plus d'informations. Vous pouvez également consulter notre site internet : homebox.fr. Nous saurons vous conseiller et vous orienter sur la solution qui vous conviendra le mieux !</p> <p>À très vite.</p> <p>Homebox Troyes</p>
--