

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL

MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE

Option A : Animation et gestion de l'espace commercial

Session 2024

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.

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
SESSION 2024	PAGE 1 sur 17	

SOMMAIRE

CONTEXTE PROFESSIONNEL	3
Mission 1 - ASSURER LES OPERATIONS PREALABLES À LA VENTE	4
Activité 1 - Gérer et optimiser les stocks	4
Activité 2 - Définir les éléments du pack Prêt-à-vivre spécial été	5
DOSSIER RESSOURCES MISSION 1	6
Ressource A1 - Géo invente le Prêt-à-vivre	6
Ressource A2 - Augmentez vos ventes avec les offres groupées et les packs produits	7
Ressource A3 - Extrait du cadencier de la famille « Maillot de bain fille »	8
Ressource A4 - Données commerciales sur la collection fille	9
Ressource A5 - Cahier des charges du pack Prêt-à-vivre spécial été	9
MISSION 2 - DÉVELOPPER LA CLIENTELE	10
Activité 3 – Analyser les performances d’une action commerciale	10
Activité 4 - Développer la communication sur les réseaux sociaux	11
Activité 5 - Analyser les performances du post¹ TikTok	11
DOSSIER RESSOURCES MISSION 2	12
Ressource B1 - Résultats de l'opération Géo for good	12
Ressource B2 - Objectifs du magasin Géo Joigny	13
Ressource B3 - Des conseils pour percer avec votre TikTok entreprise	14
Ressource B4 - La collection « Camps » de chez Géo	15
Ressource B5 - Les KPIs à surveiller sur TikTok pour une stratégie de communication efficace !	16
Ressource B6 - TikTok, un taux d’engagement moyen record !	16
Ressource B7 - Données chiffrées sur le post Géo for good	17

¹ Post = publication

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
SESSION 2024	PAGE 2 sur 17	



Le contexte professionnel

L'enseigne Géo est une enseigne française de prêt-à-porter de moyenne gamme à prix attractifs. Son assortiment, qui comporte également des chaussures et accessoires vise à la fois les hommes, les femmes et les enfants (filles / garçons). Depuis 30 ans, l'enseigne Géo est aux côtés des familles pour offrir une mode accessible et durable. 30 ans, durant lesquels Géo n'a cessé de se réinventer pour répondre aux nouvelles attentes des consommateurs.

Géo est la 6^{ème} enseigne de distribution sur le marché de l'équipement de la personne. Elle compte environ 422 magasins en France, implantés essentiellement en périphérie des centres-villes et habille un français sur cinq.

Avec son slogan Prêt-à-vivre, l'enseigne Géo réaffirme sa raison d'être : apporter aux familles des solutions pratiques qui facilitent le quotidien et permettre à tous de profiter pleinement de tous les moments de la vie.

D'ici 2025, l'enseigne Géo souhaite réaliser un chiffre d'affaires d'un milliard d'euros par an.

Pour atteindre cet objectif principal, les magasins de l'enseigne doivent satisfaire plusieurs objectifs intermédiaires :

- Organiser plus d'opérations commerciales (animation/promotion),
- Développer l'approche omnicanale,
- Améliorer l'expérience client,
- S'engager davantage pour le développement durable avec la collection Géo for good,
- Devenir la marque préférée de tous les français.

Vous êtes recruté depuis quelques mois, en tant que manager rayon enfants, dans le magasin Géo de Joigny, dans l'Yonne (89), situé au sein d'une zone d'activité commerciale dynamique.

Votre responsable, Léa Fourmeau, vous demande d'assurer la gestion rigoureuse des stocks dans le rayon « filles », puis de prendre en charge de la communication pour la collection Géo for good.

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
SESSION 2024	PAGE 3 sur 17	

Mission 1 – Assurer les opérations préalables à la vente

Pour répondre aux objectifs fixés par l'enseigne, Léa Fourmeau souhaite mettre en avant le concept du Prêt-à-vivre Gémoo dans son magasin et permettre ainsi à ses clients de bénéficier de packs de vêtements à petit prix.

Nous sommes début juin et Léa Fourmeau constate que les stocks des maillots de bain de la collection été « filles » sont encore importants. Elle vous demande de déterminer les références qui pourraient être intégrées dans une offre promotionnelle sous la forme d'un pack Prêt-à-vivre spécial été.

A partir du dossier ressources relatif à la mission 1 et du contexte professionnel :

Activité 1 - Gérer et optimiser les stocks

Votre responsable vous demande d'analyser les performances des cinq références de maillot de bain du rayon « filles » sur les trois derniers mois et de lui indiquer celles à intégrer dans le pack Prêt-à-vivre : spécial été.

A partir des ressources A1, A2 et de la mobilisation de vos compétences :

1.1 Indiquer deux avantages pour le client et deux avantages pour le magasin de proposer une offre pack Prêt-à-vivre.

A partir de la ressource A3 et de la mobilisation de vos compétences :

1.2 Calculer les indicateurs de suivi de stock pour chaque référence sur la période de mars à mai 2024 :

- les ventes,
- le stock moyen,
- le coefficient de rotation,
- la durée de stockage en jours.

Détailler les calculs pour la référence « Maillot de bain une pièce à motifs exotiques » et arrondir les résultats à deux chiffres après la virgule.

Léa Fourmeau considère qu'une durée de stockage supérieure à 20 jours est trop longue.

1.3 Commenter les résultats.

1.4 Indiquer les produits qui doivent être intégrés dans le pack Prêt-à-vivre spécial été. Justifier votre réponse.

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
SESSION 2024	PAGE 4 sur 17	

Activité 2 - Définir les éléments du pack Prêt-à-vivre spécial été

Léa Fourmeau souhaite que le pack Prêt-à-vivre spécial été soit composé d'un maillot de bain remisé au choix et d'un accessoire.

Elle vous demande d'identifier l'accessoire qui sera intégré dans le pack en fonction du cahier des charges.

A partir des ressources A4, A5 et de la mobilisation de vos compétences,

2.1 Calculer, pour la gamme maillots de bain :

- le prix de vente TTC promotionnel,
- le prix de vente HT promotionnel,
- la marge dégagée.

Arrondir vos résultats à deux chiffres après la virgule

Détailler les calculs pour chaque indicateur demandé.

2.2 Calculer, pour chaque accessoire (casquette et chapeau) :

- le prix d'achat,
- le prix de vente HT,
- la marge dégagée.

Arrondir vos résultats à deux chiffres après la virgule

Détailler les calculs pour chaque indicateur demandé.

Vous disposez à présent de toutes les informations nécessaires pour créer le pack Prêt-à-vivre spécial été.

2.3 Choisir l'accessoire à inclure dans le pack Prêt-à-vivre spécial été en tenant compte des recommandations de Léa Fourmeau. Justifier votre réponse pour chacun des accessoires étudié.

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
SESSION 2024	PAGE 5 sur 17	

DOSSIER RESSOURCES MISSION 1

Ressource A1 –Gémo invente le Prêt-à-vivre

Toujours plus proche des familles et de leur quotidien, Gémo invente le Prêt-à-vivre ! Une stratégie de groupe qui vise à faciliter le shopping et la vie de ses clients. Avec le Prêt-à-Vivre, Gémo se focalise sur les familles avec jeunes enfants, les jeunes femmes, les femmes enceintes, les gammes grande taille ou encore les bébés avec des collections attractives, mais aussi sur ses engagements :



Découvrez les packs Prêt-à-vivre de Gémo !

Les packs Prêt-à-vivre, c'est la solution pour s'habiller et s'équiper facilement à petit prix. Les packs Prêt-à-vivre Gémo répondent aux besoins des gens occupés, de ceux qui aiment le tout-en-un, des parents en quête de tenues complètes pour leurs enfants ou des fashionistas en attente de suggestions d'associations pour des looks à la pointe de la mode. Gémo vous propose des ensembles tout prêts de vêtements pour vous rendre au bureau ou à l'école, faire du sport, etc.

Parmi les packs Prêt-à-vivre de Gémo, vous retrouvez, notamment, le pack Rentrée des classes avec un haut, un bas et des étiquettes personnalisées pour marquer les vêtements de vos enfants. Une formule accessible et maline en association avec C-MonEtiquette pour vous accompagner durant ce moment tant attendu par les enfants et les parents. Des packs à prix doux à retrouver dans nos collections Fille et Garçon.

En hiver, vous vous laisserez séduire par les formules qui réunissent accessoires bien chauds (bonnets, écharpes, gants) et manteaux. Enfin, vous ne serez jamais à court d'essentiels au cours de l'année, grâce aux packs Pyjamas ou Lingerie femme, par exemple, qui combinent bas et soutien-gorge.

Source : <https://www.gemo.fr/pret-a-vivre>

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
SESSION 2024	PAGE 6 sur 17	

Ressource A2 – Augmentez vos ventes avec les offres groupées et les packs produits

Tous les marchands partagent un objectif commun : générer plus de chiffre d'affaires. [...] La création d'offres groupées de produits est un levier d'augmentation des ventes, qui peut aider les détaillants à atteindre leurs objectifs.

[...] Créer une offre groupée de produits revient à regrouper plusieurs produits complémentaires dans un même pack, qui est généralement proposé à un prix après remise, ou avec plus d'avantages. À travers des sélections « remarquables » de produits complémentaires, vous pouvez attirer non seulement plus de visiteurs encore hésitants, mais aussi plus de consommateurs prêts à acheter.

[...] Les packs produits sont populaires pendant les périodes de soldes ou encore Noël. Mais il s'agit d'une technique de vente qu'il est possible de déployer tout au long de l'année pour générer plus de chiffre d'affaires dans votre boutique e-commerce, ou votre point de vente physique.

[...] En outre, les offres groupées de produits contribuent souvent à augmenter le panier moyen. Les packs produits encouragent ainsi les clients à acheter plus d'articles, ce qui génère naturellement des montants de transaction plus élevés.

[...] Si certains de vos produits approchent de la date d'expiration, ou qu'ils soient stockés dans votre réserve depuis quelques mois, les offres groupées peuvent vous permettre de stimuler la vente de ces produits. Tentez d'incorporer les articles difficiles à vendre à certaines offres groupées de produits, et faites-le de façon pertinente.


[...] En magasin physique, il est possible de mettre en avant les packs produits à l'aide d'une signalétique de prix adaptée et d'un merchandising visuel pertinent, dans des présentoirs bien travaillés, et en comptant sur les recommandations des vendeurs aux clients pour générer de l'engouement pour les offres groupées créées.

[...] Assurez-vous par ailleurs de mettre en avant les avantages qui s'ajoutent pour le client. Le montant économisé sur chaque pack de produits est indiqué pour rendre la bonne affaire plus tangible dans l'esprit des clients.

Source : <https://www.shopify.com>

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
	SESSION 2024	PAGE 7 sur 17

Ressource A3 - Extrait du cadencier de la famille « Maillot de bain fille »

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	
1	Cadencier																
2	Entrez l'année :		2024														
3	Sélectionnez une famille :		Maillot de bain fille														
4																	
5																	
6																	
7																	
8																	
9																	
10																	
11																	
12																	
13																	
14																	
15																	

Désignation	Mars				Avril				Mai				Stock final
	S	C	L	V	S	C	L	V	S	C	L	V	
Maillot de bain 2 pièces à rayures	25	51	51	44	32	42	42	39	35	40	40	54	21
Maillot de bain 2 pièces à motifs fleuris	19	36	36	11	44	38	38	9	73	28	28	68	33
Maillot de bain 2 pièces à motifs licorne	13	24	24	9	28	28	28	16	40	20	20	38	22
Maillot de bain 2 pièces à motifs scintillants	22	46	46	50	18	52	52	55	15	58	58	61	12
Maillot de bain 1 pièce à motifs exotiques	20	38	38	13	45	36	36	12	69	26	26	62	33

S : Stock C : Commande L : Livraison V : Ventes
 Rappel : 1 mois = 30 jours

Source : Les auteurs

Ressource A4 - Données commerciales sur la collection fille



Données commerciales sur la collection fille



Maillot

Prix de Vente TTC = 12,99 €
Prix d'achat = 5 €



Chapeau

Prix de Vente TTC = 4,99 €
Coef. Multiplicateur = 2,50



Casquette

Prix de Vente TTC = 3,99 €
Coef. Multiplicateur = 2

TVA = 20 %

Source : Les auteurs

Ressource A5 - Cahier des charges du pack Prêt-à-vivre spécial été



CAHIER
DES
CHARGES

- 

DÉSTOCKAGE MAILLOT
Remise de 25% sur le Prix de Vente TTC
- 

Prix de Vente TTC du pack
Doit être inférieur à 15 €
- 

Marge totale sur le pack
Doit être supérieure à 5 €
- 

Rappel TVA
TVA = 20%

Source : Les auteurs

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
SESSION 2024	PAGE 9 sur 17	

Mission 2 : Développer la clientèle

Dans l'objectif d'offrir à ses clients une mode plus responsable, respectueuse de la planète et des Hommes, l'enseigne Géo a adopté une démarche d'éco-conception pour l'élaboration de certains de ses produits. En 2025, 30 % des produits seront réalisés avec des matières plus responsables, telles que le coton biologique, et fabriqués avec le souci de réaliser des économies en énergie et en eau. Ces produits de qualité, toujours faciles à vivre et au juste prix sont regroupés dans la collection Géo for good.



Léa Fourmeau, très engagée dans le développement durable, a déjà mis en place, le mois dernier, les affiches de la campagne publicitaire nationale dans son magasin.

Elle souhaite que vous analysiez les performances de cette campagne et développiez la clientèle de cette collection.

A partir du dossier ressources relatif à la mission 2 et du contexte professionnel :

Activité 3 : Analyser les performances d'une action commerciale

Au mois de mai, Léa Fourmeau a mis en place dans son magasin de Joigny la campagne publicitaire nationale Géo for good avec deux objectifs principaux :

- Un chiffre d'affaires total minimum de 4 500 € TTC ;
- Un bénéfice minimum de 1 500 €.

Elle vous demande d'analyser les performances commerciales de cette opération, en tenant compte du coût des affiches de 350 € HT et du coût d'achat des articles vendus.

A partir de la ressource B1 et de la mobilisation de vos compétences :

3.1 Calculer :

- le chiffre d'affaires TTC total,
- le chiffre d'affaires HT total,
- le montant total des coûts,
- le bénéfice dégagé par l'opération

Arrondir vos résultats à deux chiffres après la virgule.

Détailler le calcul de chaque indicateur demandé.

3.2 Calculer :

- le taux de réalisation du chiffre d'affaires TTC,
- le taux de réalisation du bénéfice.

Arrondir vos résultats à deux chiffres après la virgule.

Détailler le calcul de chaque indicateur demandé.

3.3 Analyser vos résultats en termes de chiffre d'affaires et de rentabilité.

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
SESSION 2024	PAGE 10 sur 17	

Activité 4 : Développer la communication sur les réseaux sociaux

Léa Fourmeau souhaite développer la communication pour la collection Gémofor good sur les réseaux sociaux. Elle dispose d'un compte Facebook professionnel et d'un compte TikTok entreprise peu utilisés.

Afin de toucher une clientèle plus jeune et de générer plus de trafic en magasin, elle pense que TikTok est le réseau social le plus adapté. Elle vous demande de l'aider à mettre en place une communication efficace sur ce réseau social.

A partir des ressources B2 à B4 et de la mobilisation de vos compétences :

4.1 Identifier les trois objectifs que Léa Fourmeau souhaite atteindre parmi ceux du magasin Gémofor Joigny.

4.2 Indiquer, pour chacun des trois objectifs sélectionnés, un conseil à Léa Fourmeau pour réussir sa communication sur TikTok.

Pour sa vidéo TikTok, Léa Fourmeau souhaite présenter le rayon Gémofor good et inviter les clients à venir en magasin. Elle vous confie la rédaction de la légende qui accompagnera la vidéo valorisant la collection Gémofor good.

4.3 Rédiger les éléments de la légende de la vidéo TikTok.

Activité 5 : Analyser les performances du post TikTok

A partir des ressources B5 à B7 et de la mobilisation de vos compétences :

Après la publication de votre vidéo sur TikTok, Léa Fourmeau souhaite que vous analysiez les indicateurs de performance. Pour continuer à s'investir sur ce réseau social, elle souhaite un pourcentage de portée supérieur à 35 % et un taux d'engagement supérieur à la moyenne en France.

5.1 Calculer pour le post « Gémofor Good » :

- le pourcentage de portée,
- le taux d'engagement moyen.

Arrondir vos résultats à deux chiffres après la virgule.

5.2 Analyser les indicateurs de performance du post en donnant votre avis sur l'utilisation de ce réseau social.

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
SESSION 2024	PAGE 11 sur 17	

RÉSULTATS OPÉRATION GÉMO FOR GOOD



GÉMO FOR GOOD

Jeans

Prix de vente TTC : 27,99€

Prix d'achat HT : 14,50€

TVA : 20%

Nombre d'articles vendus

62



GÉMO FOR GOOD

Tee-shirt

Prix de vente TTC : 12,99€

Prix d'achat HT : 6,50€

TVA : 20%

Nombre d'articles vendus

88



GÉMO FOR GOOD

Pull

Prix de vente TTC : 19,99€

Prix d'achat HT : 8,50€

TVA : 20%

Nombre d'articles vendus

56





GémO Joigny

Source : Les auteurs



Objectifs Géo Joigny

	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Développer la notoriété de la collection Géo for good
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Développer la notoriété du magasin et s'adresser à de nouveaux publics de la zone de chalandise qui connaissent peu ou pas l'enseigne ➤ Fédérer et recruter un public plus jeune entre 18 et 25 ans
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ S'inscrire dans les usages quotidiens des consommateurs ➤ Maintenir le lien avec les familles à travers des contenus innovants et ludiques

Source : Les auteurs

Ressource B3 - Des conseils pour percer avec votre TikTok entreprise

Voici quelques astuces pour vous aider à émerger sur ce réseau social :

Soyez créatif

L'une des clés du succès sur TikTok est la créativité. Essayez de trouver des moyens uniques et intéressants de présenter votre entreprise et votre message à votre public.


Inspirez-vous des tendances

C'est un peu paradoxal de vous dire d'être créatif et de suivre les tendances non ? En fait c'est la clé pour réussir sur TikTok! Utiliser une tendance du moment et l'améliorer pour que votre vidéo devienne virale, notamment les musiques et hashtags populaires. Et postez régulièrement !


Pensez challenge

Qu'est-ce qu'un challenge TikTok ? C'est un défi à relever en vidéo.

Vive les filtres

Créez du contenu attrayant : TikTok est une plateforme de contenu visuel, il est donc important de créer des vidéos attrayantes et de qualité pour susciter l'intérêt de votre public ! Vous pouvez utiliser des effets de filtres, de la musique et des transitions pour rendre vos vidéos plus intéressantes ! Il y en a des milliers il suffit d'essayer* 

Soyez authentique (et pas trop sérieux)

Le format vidéo donne envie d'être travaillé, mais réaliser un TikTok pour votre entreprise ce n'est pas réaliser un film ! La plupart des TikTokers tournent leurs vidéos seul ! Alors bye bye les maquilleurs et les metteurs en scène : la star c'est vous. Montrez les coulisses de votre entreprise ou de la création de vos produits tels qu'ils sont vraiment. TikTok reste une plateforme de divertissement alors ne soyez pas trop sérieux et amusez-vous dans vos contenus 

Utilisez des hashtags pertinents

Le référencement TikTok ça vous intéresse ? Un peu comme être premier sur Google, être premier sur TikTok c'est chouette et surtout ça rapporte beaucoup. Pour cela, utilisez la légende de votre vidéo TikTok pour insérer une description précise de votre contenu et n'oubliez pas les hashtags. L'objectif ? Permettre aux utilisateurs de TikTok de trouver facilement les contenus de votre entreprise !

Localisez vos posts

Vous pouvez ajouter une localisation à vos posts TikTok ! Pourquoi c'est pratique ? Si vous êtes une entreprise locale, ajouter la localisation à votre TikTok vous permet d'éviter de percer au Japon alors que vous cherchez des nouveaux clients en France.

Faites des partenariats avec des influenceurs

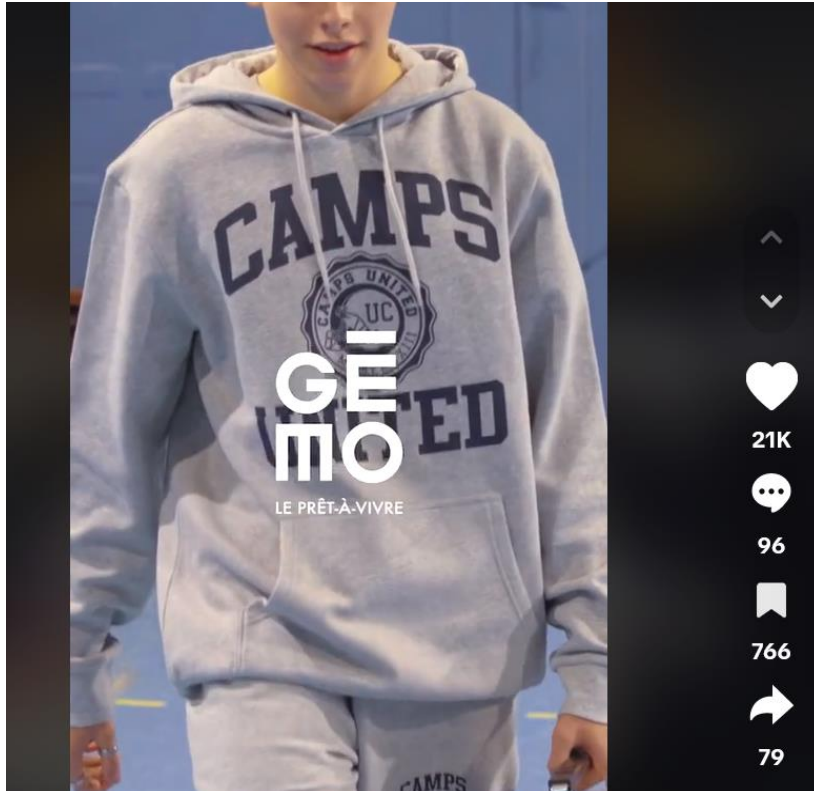
Faire un partenariat avec un influenceur TikTok est un bon moyen de vous faire connaître sur la plateforme.

Source : <https://digitad.ca/marketing-tiktok-entreprise>

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
SESSION 2024	PAGE 14 sur 17	

Ressource B4 - La collection « Camps » de chez Géo

Dans cette vidéo, Géo présente la collection « Camps » inspirée des campus américains avec des tee-shirts, des sweats, des bas de joggings ou encore des chaussures de sport.



Depuis décembre 2022, Maël Plat et Léane Marts, jeunes influenceurs populaires, sont devenus les visages des collections de Géo.

Ils sont aussi visibles dans les magasins de l'enseigne ainsi que sur les affiches de publicité pour promouvoir les nouveautés.



gemo_officiel ✓
gemo_officiel · 2022-3-2

Suivre

Ils sont là 🍑🍑 @leanemarts et @maelplat vous présentent notre nouvelle collection CAMPS en exclusivité chez GÉMO #gemo #gemoxcamps #pourtoi

🎵 son original - gemo_officiel

Source : <https://gensdinternet.fr>

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
SESSION 2024	PAGE 15 sur 17	

Ressource B5 - Les KPIs² à surveiller sur TikTok pour une stratégie de communication efficace !

La portée de chaque post

Lorsque vous choisissez TikTok pour votre marque, le nombre de vues des vidéos est l'un des premiers KPI TikTok à surveiller. Plus il y a de visionnages de vos vidéos, plus votre contenu TikTok intéresse. À l'inverse, un faible nombre de vues signifie qu'il vous faut changer votre contenu pour mieux performer et atteindre votre cible.

Par ailleurs, vous pouvez à partir du nombre de vues, analyser la portée de votre contenu, plus connu sous le terme de « reach », c'est-à-dire la notoriété de votre marque. Il s'agit en fait de savoir combien de personnes uniques ont vu votre contenu sur une période donnée.

$$\text{Pourcentage de portée de votre post} = \left(\frac{\text{Nombre de vues}}{\text{Nombre total d'abonnés}} \right) \times 100$$

Le taux moyen d'engagement par post

Le taux d'engagement est un indicateur clé de performance qui mesure, comme son nom l'indique, le niveau d'engagement des internautes avec un contenu. En somme, leur degré d'interaction à l'égard d'une publication ou d'une publicité de la marque. Ce KPI TikTok est utile pour analyser les retombées d'un contenu, mais aussi pour comparer les performances de celui-ci avec un autre compte TikTok.

$$\text{Taux d'engagement moyen} = \frac{(\text{Nombre de likes} + \text{Nombre de commentaires} + \text{Nombre de partages})}{\text{Nombre total d'abonnés}} \times 100$$

Source : <https://www.appvizer.fr>

Ressource B6 - TikTok, un taux d'engagement moyen record !



Source : <https://lempreintedigitale.com>

² Key Performance Indicator = Indicateurs clés de performance

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
SESSION 2024	PAGE 16 sur 17	



gemo_ joigny ✓

Suivre

93 Abonnements 9 852 Abonnés

Prêt-à-découvrir GémO ? ✨
Ici on parle de mode, mais pas que...
Abonne-toi 👉

www.gemo.fr

