

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIER DE L'ACCUEIL

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

SESSION 2023

Durée : 3 h

Coefficient : 4

DOSSIER CORRIGÉ

Ce dossier comprend 12 pages numérotées de 1/12 à 12/12

Partie 1 – Analyser l'offre des parcs de loisirs
Partie 2 – Proposer une offre commerciale
Partie 3 – Satisfaire et fidéliser le public
Partie 4 – Gérer les réclamations

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DE L'ACCUEIL	C 2306-MA 2 1	Session 2023	CORRIGÉ
Épreuve E2 : Analyse de situations professionnelles liées à la relation commerciale.	Durée : 3 h	Coefficient : 4	Page 1/12

Partie 1 : Analyser l'offre des parcs de loisirs

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 			
Critères d'évaluation	<ul style="list-style-type: none"> - Les caractéristiques des produits et services sont connues - Les évolutions technologiques, environnementales, économiques et sociologiques du marché sont repérées - Le positionnement de l'organisation sur le marché est identifié 			
<p style="color: red; margin: 0;">L'offre du marché des parcs de loisirs</p> <p style="color: red; margin: 0;">L'offre du marché des zoos</p> <p style="color: red; margin: 0;">Les propositions d'actions réalisables à court terme, et à moindre coût</p> <p style="color: red; margin: 0;">La clientèle et ses mobiles d'achat</p>	Compétences non maîtrisées	Compétences insuffisamment maîtrisées	Compétences maîtrisées	Compétences bien maîtrisées
	Situer l'offre de l'organisation sur son marché			
	L'analyse du marché des parcs de loisirs est incorrecte. ou Non réalisée.	L'analyse du marché des parcs de loisirs est superficielle. La situation n'est illustrée que par une seule donnée.	L'analyse du marché des parcs de loisirs est juste. Elle est illustrée par un minimum de 3 données.	L'analyse est complète, correctement rédigée et fait apparaître des données quantitatives et qualitatives.
	L'analyse du marché des zoos est incorrecte. ou Non réalisée.	L'analyse du marché des zoos est superficielle. La situation n'est illustrée que par une seule donnée.	L'analyse du marché des zoos est juste. Elle est illustrée par un minimum de 3 données.	L'analyse est illustrée au minimum par 5 données, correctement rédigée et fait apparaître des données quantitatives et qualitatives.
	Aucune proposition d'actions.	Propositions d'actions non pertinentes et superficielles.	Propositions d'actions cohérentes mais peu pertinentes.	Propositions d'actions pertinentes et cohérentes avec l'analyse demandée. Valoriser les propositions personnelles.
	Repérer les caractéristiques du public			
	La typologie des clients et les mobiles d'achat ne sont pas identifiés.	La typologie des clients est repérée mais erronée. Au minimum, un seul mobile d'achat est identifié.	La typologie des clients est repérée mais non caractérisée. Au minimum, 2 mobiles d'achat sont identifiés et illustrés par des données quantitatives et qualitatives.	La typologie des clients est repérée et correctement caractérisée. Au minimum, 3 mobiles d'achat sont identifiés et illustrés par des données quantitatives et/ou qualitatives.

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DE L'ACCUEIL	C 2306-MA 2 1	Session 2023	CORRIGÉ
Épreuve E2 : Analyse de situations professionnelles liées à la relation commerciale	Durée : 3 h	Coefficient : 4	Page 2/12

			Les mobiles d'achat ne sont pas clairement identifiés mais sont illustrés par des données quantitatives et/ou qualitatives.	
--	--	--	---	--

Sur la copie : la note de synthèse. *La forme de la note n'est pas évaluée*

Date : 16/06/N Objet : L'offre du marché des parcs de loisirs
NOTE DE SYNTHÈSE
<p><u>L'offre du marché des parcs de loisirs</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Marché caractérisé par une offre diversifiée et abondante ➤ La France première destination européenne dans ce domaine ➤ Plus de 600 sites répartis sur le territoire français qui attirent chaque année 70 millions de visiteurs, nationaux comme internationaux ➤ Marché fortement concurrentiel (parcs à thème, parcs animaliers, parcs aquatiques, plaines de jeux couvertes ou indoor) avec la forte présence d'une offre développée qui incite les acteurs à se démarquer en proposant de nouvelles attractions et en agrandissant leurs parcs. Les objectifs visés sont multiples : augmenter la fréquentation, fidéliser la clientèle, prolonger la durée des séjours et stimuler les dépenses des visiteurs sur place. <p><u>L'offre du marché des zoos</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Evolution significative du marché des Zoos avec une volonté d'innovation et de rénovation pour attirer et fidéliser de nouveaux visiteurs. ➤ Conquête de nouveaux visiteurs : adaptation des zoos face à l'évolution des mentalités : abandon des cages à l'ancienne au profit d'enclos plus vastes et plus végétalisés, avec une réduction du béton. ➤ Intérêt pour les Zoos très important avec 20 millions de visiteurs par an en France, 280 millions en Europe et 800 millions dans le monde ➤ Engouement croissant en France pour les parcs animaliers, comme le souligne Rodolphe Delord, directeur du Zoo de Beauval. Zoo de Beauval leader sur le marché ➤ Rénovations coûteuses : Les zoos sont soumis à la "pression du public qui veut de la nouveauté", les parcs se lancent dans une course à l'investissement depuis les années 1980 afin d'assurer leur survie. L'objectif principal est de répondre au besoin de reconnexion à la nature et de fidéliser au moins 70% de la clientèle, qui est essentiellement régionale. ➤ Investissement dans des activités originales et spectaculaires afin de fidéliser la clientèle et prolonger la durée de la visite : la tendance actuelle dans les zoos est à la "scénarisation" et aux "sensations fortes". Les parcs proposent de nombreuses activités, parfois immersives, telles que l'expérience de soigneur d'un jour, des festivals de musique, des semi-marathons ou encore des tyroliennes au-dessus des lions. Ces activités permettent de prolonger la durée de la visite et favorisent le développement d'hôtels et d'hébergements insolites directement au cœur des parcs. ➤ Nouvelles technologies et présence en ligne : digitalisation de l'offre, présence sur les réseaux sociaux, utilisation de nouvelles technologies, expériences interactives, bornes interactives et applications mobiles. <p><u>La clientèle et ses mobiles d'achat</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Clientèle composée de familles considérée comme cible exigeante ➤ Sympathie : afin d'attirer cette clientèle, les parcs doivent proposer une variété d'activités adaptées

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DE L'ACCUEIL	C 2306-MA 2 1	Session 2023	CORRIGÉ
Épreuve E2 : Analyse de situations professionnelles liées à la relation commerciale	Durée : 3 h	Coefficient : 4	Page 3/12

à tous les membres de la famille, des enfants aux parents.

- **Sécurité** : les parcs doivent garantir un environnement sûr pour les visiteurs.
- **Argent** : le coût du séjour est l'un des principaux facteurs pris en compte par les familles lorsqu'elles choisissent une destination. La principale dépense des visiteurs est le billet d'entrée (57%) La restauration représente 21% des dépenses, suivie des boutiques souvenirs avec 9%. Bien que l'hébergement ne représente encore qu'une part relativement faible des dépenses journalières des visiteurs, on observe une tendance à la hausse de cette dépense.
- **Nouveauté** : Les parcs de loisirs et d'attractions sont soumis à la pression du public qui recherche constamment de la nouveauté.
- **Écologie** : Les zoos ont fait peau neuve pour répondre à l'évolution des mentalités et à un besoin de reconnexion à la nature. Les enclos des animaux sont désormais plus vastes, plus végétalisés et le béton se fait plus discret.

Les propositions d'actions réalisables à court terme et à moindre coût

Liste non exhaustive accepter toutes réponses pertinentes.

- **Proposer des activités insolites** : le zoo pourrait diversifier son offre en proposant des activités uniques et insolites, telles que des rencontres avec les soigneurs, un festival de musique, un semi-marathon, la tyrolienne au-dessus des lions, des séances de réalité virtuelle...
- **Moderniser les outils de commercialisation** : e-billets, réservations en ligne, paiement dématérialisé pour faciliter le processus d'achat des visiteurs.
- **Améliorer la présence en ligne** : renforcer la présence du parc sur les réseaux sociaux en proposant davantage de contenus attrayants, tels que des vidéos avec des portraits de soigneurs, coulisses des naissances « en immersion » dans les enclos, *lives* Facebook avec nourrissages en direct et contenus pédagogiques sur le mode de vie des animaux.
- **Utiliser les nouvelles technologies** : Le zoo peut explorer l'utilisation de nouvelles technologies pour offrir des expériences immersives aux visiteurs. Cela peut inclure la réalité virtuelle, les vidéos à 360 degrés, les dispositifs tactiles interactifs et les applications mobiles fournissant des informations sur les espèces et les enclos (marcher pieds-nus sur des sols identiques à ceux qui tapissent les enclos des animaux, chausser des lunettes pour voir comme un carnivore, écrans tactiles pour naviguer dans le zoo et en savoir plus pour organiser sa visite). Mettre à disposition des bornes interactives ou des applications mobiles permettant aux visiteurs d'en apprendre davantage sur les animaux et les enjeux environnementaux.
- **Accepter les propositions personnelles cohérentes** : organisation d'un jeu concours, organisation d'événementiels ou actions en lien avec le développement durable (programmes éducatifs pour sensibiliser le public aux problématiques environnementales, proposition d'alimentation durable dans les restaurants, gestion des déchets ...).

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DE L'ACCUEIL	C 2306-MA 2 1	Session 2023	CORRIGÉ
Épreuve E2 : Analyse de situations professionnelles liées à la relation commerciale	Durée : 3 h	Coefficient : 4	Page 4/12

Partie 2 : Proposer une offre commerciale

Compétences et critères d'évaluation	C.3.2 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 			
	Compétences non maîtrisées	Compétences insuffisamment maîtrisées	Compétences maîtrisées	Compétences bien maîtrisées
	Co-construire avec le public la solution adaptée à ses besoins			
	Finaliser la relation commerciale			
Devis	Le devis n'est pas renseigné.	Le devis est incomplet et les calculs sont erronés.	Les champs sont partiellement complétés mais le devis est juste.	Le devis est complet et juste.
Courriel	Aucune réponse n'est proposée.	La réponse proposée ne correspond pas au besoin exprimé par le client.	La réponse proposée correspond partiellement au besoin exprimé par le client.	La réponse proposée est complète et correspond au besoin exprimé par le client.

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DE L'ACCUEIL	C 2306-MA 2 1	Session 2023	CORRIGÉ
Épreuve E2 : Analyse de situations professionnelles liées à la relation commerciale	Durée : 3 h	Coefficient : 4	Page 5/12

Sur la copie : le courriel accompagnant le devis

De : groupes@zoo-amneville.com
À : philippeduverne.handisportmetz@orange.fr
CC :
PJ : Devis
Objet : Proposition tarifaire
<p>Monsieur Duverne,</p> <p>Nous avons bien reçu votre demande de devis concernant une sortie au zoo le 1^{er} juillet prochain/ ou billet daté et nous vous remercions pour l'intérêt que vous portez à notre parc.</p> <p>Vous trouverez en pièce jointe une offre chiffrée correspondant à vos attentes. Nous vous proposons ainsi :</p> <ul style="list-style-type: none">- Les billets d'entrées pour enfants, adultes et personne en situation de handicap.- La visite expérience demandée : « Rencontre avec les grands singes ».- La restauration sur place avec le repas « panier des baroudeurs » enfants et adultes. <p>Ce devis est valable 3 mois à compter de ce jour.</p> <p>Afin de le valider, nous vous remercions de faire la réservation auprès du service groupe et de verser un acompte de 40% au moment de la réservation.</p> <p>Nous restons à votre disposition pour toutes informations complémentaires et espérons vous accueillir prochainement au sein de notre parc.</p> <p>Bien cordialement. La/le Chargé (e) d'accueil</p>

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DE L'ACCUEIL	C 2306-MA 2 1	Session 2023	CORRIGÉ
Épreuve E2 : Analyse de situations professionnelles liées à la relation commerciale	Durée : 3 h	Coefficient : 4	Page 6/12

Sur l'annexe 1 : le devis à l'attention de l'Association Handisport Metz

 <p>ZOO D'AMNÉVILLE PARC ZOOLOGIQUE D'AMNEVILLE 1 rue du Tigre 57360 Amnéville</p>	CLIENT : Association HANDISPORT METZ
---	--

À Amnéville, le 16/06/N

DEVIS N° 198 577

Désignation	Quantité	Prix unitaire TTC	Montant TTC
Billet entrée enfant (3 à 11 ans)	9	22,50	202,50
Billet entrée personne en situation de handicap enfant (3 à 11 ans)	6	19,50	117,00
Billet entrée adulte	6	27,50	165,00
Visite expérience (<i>rencontre avec les grands singes</i>) pour 20 personnes	1	200,00	200,00
Visite expérience (<i>rencontre avec les grands singes</i>) – supplément 1 personne	1	10,00	10,00
Panier des baroudeurs enfant (3 à 11 ans)	15	5,00	75,00
Panier des baroudeurs adulte	6	8,00	48,00
Total TTC			817, 50

Montant de l'acompte à verser au moment de la réservation	327,00 €
--	----------

Pour le client : Mention manuscrite « Bon pour accord » Durée de validité 3 mois	Le service commercial groupes@zoo-amneville.com Tél : 03.87.70.89.20
--	--

SAS au capital de 37 470 000 €, n° de SIRET 331 338 632 00010 –
Identifiant TVA – FR 66 331-338-632

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DE L'ACCUEIL	C 2306-MA 2 1	Session 2023	CORRIGÉ
Épreuve E2 : Analyse de situations professionnelles liées à la relation commerciale	Durée : 3 h	Coefficient : 4	Page 7/12

Partie 3 : Satisfaire et fidéliser le public

Compétences et critères d'évaluation	C.3.2 Satisfaire et fidéliser le public			
Compétences	<ul style="list-style-type: none"> - Collecter et identifier les motifs de satisfaction et d'insatisfaction - Contribuer à la satisfaction et à la fidélisation 			
Critères d'évaluation	<ul style="list-style-type: none"> - La relation commerciale est concrétisée - Les motifs de satisfaction et d'insatisfaction sont recensés et mis en évidence 			
<p style="color: red; margin: 0;">Analyse de l'enquête de satisfaction</p> <p style="color: red; margin: 0;">Axes d'amélioration questions 2, 3 et 4</p> <p style="color: red; margin: 0;">Utilisation des réseaux sociaux</p> <p style="color: red; margin: 0;">Outils fidélisation</p>	Compétences non maîtrisées	Compétences insuffisamment maîtrisées	Compétences maîtrisées	Compétences bien maîtrisées
	Collecter et identifier les motifs de satisfaction et d'insatisfaction			
	L'analyse n'est pas réalisée.	L'analyse est réalisée partiellement mais n'est pas pertinente.	L'analyse est pertinente mais incomplète.	L'analyse est complète, pertinente et comporte des données chiffrées.
	Aucun axe d'amélioration n'est proposé.	Des axes d'amélioration sont proposés pour 1 question.	Des axes d'amélioration sont proposés pour au minimum 2 questions.	Des axes d'amélioration pertinents sont proposés pour les 3 questions.
	Contribuer à la satisfaction et à la fidélisation			
	Aucune raison n'est proposée.	1 raison peu pertinente est proposée.	2 raisons pertinentes sont proposées.	3 raisons pertinentes sont proposées.
Aucun outil de fidélisation n'est recensé.	Un seul outil de fidélisation peu pertinent est recensé.	2 outils pertinents de fidélisation sont recensés.	3 outils pertinents de fidélisation sont recensés.	

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DE L'ACCUEIL	C 2306-MA 2 1	Session 2023	CORRIGÉ
Épreuve E2 : Analyse de situations professionnelles liées à la relation commerciale	Durée : 3 h	Coefficient : 4	Page 8/12

Sur la copie : l'analyse de l'enquête de satisfaction

1. Analyse de l'enquête de satisfaction *Accepter une analyse globale ou par question - Accepter tout élément cohérent.*

Q1 : Votre expérience au sein du parc a-t-elle répondu à vos attentes ? 95% des ados sont satisfaits ou très satisfaits, la visite du zoo leur a plu.
Q2 : Combien de temps êtes-vous restés dans le parc ? 55 % des ados sont restés entre 4 h et 6 h (ou 70 % plus de 4h), ce qui implique un repas sur place et plus de probabilités de ventes additionnelles exemples : ventes de repas, de boissons, de goûters...
Q3 : Comptez-vous revenir ? La part des ados répondant jamais est faible (8 %). La part des ados souhaitant revenir l'an prochain est faible (23%)
Q4 : Quelle est votre satisfaction concernant l'accueil du personnel ? L'accueil du personnel est apprécié, ce critère obtient une note de 4 ou 5 pour la majorité des personnes interrogées (31 % + 35 %).
Q5 : Quelle est votre satisfaction concernant les panneaux espèces animales ? 89 % sont globalement satisfaits des informations
Q6 : Quelle est votre satisfaction concernant la diversité des animaux ? + de 91 % des ados sont satisfaits de la diversité des animaux

2. Axes d'amélioration pour Q2, Q3 et Q4 :

Q2 : Augmenter la part des jeunes (30 %) qui y restent entre 1 h et 4 h en proposant des activités spécifiques à cette tranche d'âge (exemples : utilisation de casque de réalité virtuelle, tyrolienne, festival de musique, suivre les soigneurs durant leurs activités...).

Q3 : Augmenter la part des jeunes souhaitant revenir l'an prochain en proposant des activités nouvelles, à thèmes, saisonnières, événementiels, offres commerciales...

Q4 : Améliorer la satisfaction au niveau de l'accueil en sensibilisant le personnel au public d'adolescent, proposer un parcours adapté à ce public lors de leur prise en charge (exemple de parcours = hybride entre le virtuel et le réel, filtrer les accès en prenant en charge les adolescents avec un e-billet ...).

3. Indiquez 3 raisons d'utiliser les réseaux sociaux : *Accepter toute réponse cohérente.*

- 40 % des jeunes passent entre trois et cinq heures sur les réseaux sociaux.
- 78 % utilisent les réseaux pour échanger avec leurs amis (rôle social).
- 74% y passent du temps (activité récréative).
- 65 % d'entre eux utilisent les réseaux pour s'informer.
- 3 jeunes sur 5 l'utilisent pour s'orienter.

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DE L'ACCUEIL	C 2306-MA 2 1	Session 2023	CORRIGÉ
Épreuve E2 : Analyse de situations professionnelles liées à la relation commerciale	Durée : 3 h	Coefficient : 4	Page 9/12

4. Outils de fidélisation que le zoo pourrait utiliser :

Exemples de réponses : *accepter toute réponse cohérente*

- Tarification spéciale pour adolescents et étudiants.
- Partenariat avec des influenceurs (sur les réseaux sociaux, en présentiel, suivre des tutos).
- Création d'événements ex : animations pédagogiques, activités premium avec une expérience hors du commun, des soirées à thème (Halloween) etc.
- Partenariat avec des lycées et par-ex des lycées professionnels pour l'accueil de stagiaires, visites etc.
- Un engagement éco-responsable : parrainer des espèces menacées, des ateliers animés par un soigneur pour sensibiliser les jeunes pour mieux protéger les espèces menacées etc.

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DE L'ACCUEIL	C 2306-MA 2 1	Session 2023	CORRIGÉ
Épreuve E2 : Analyse de situations professionnelles liées à la relation commerciale	Durée : 3 h	Coefficient : 4	Page 10/12

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 clairement expliquée permet d'apporter une réponse pertinente 			
Traiter les réclamations	Compétences non maîtrisées	Compétences insuffisamment maîtrisées	Compétences maîtrisées	Compétences bien maîtrisées
	Recueillir les réclamations			
	Apporter une réponse à la réclamation et/ou au mécontentement			
	Aucune réclamation n'est traitée.	Les réponses apportées aux réclamations ne sont pas pertinentes.	Les réponses apportées aux 2 réclamations sont adaptées mais peu pertinentes.	Les réponses apportées aux 2 réclamations sont adaptées et pertinentes.

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DE L'ACCUEIL	C 2306-MA 2 1	Session 2023	CORRIGÉ
Épreuve E2 : Analyse de situations professionnelles liées à la relation commerciale	Durée : 3 h	Coefficient : 4	Page 11/12

Sur la copie : le traitement des réclamations

Proposez une réponse appropriée aux réclamations :

Contribution n°1 KIKO2014 :

- Accueil personnalisé (ex : Bonjour KIKO2014),
- Remercier KIKO2014 pour le message posté,
- Exprimer des regrets pour cette mauvaise expérience,
- Répondre aux faits évoqués :

*Non, pour des questions d'hygiène et de sécurité envers nos animaux et les visiteurs, tout animal étranger au parc est interdit.
Nous n'avons pas de service de garde.*

Valoriser les éléments positifs de sa venue au Zoo (plein de jolie spectacles ...)

- Inviter Kiko2014 à revenir sans son chien,
- Salutations personnalisées.

Contribution n°2 bardo45 :

- Accueil personnalisé (ex : Bonjour bardo45).
- Remercier bardo45 pour le message posté.
- Exprimer des regrets pour cette mauvaise expérience.
- Répondre aux faits évoqués :

Le billet ayant été acheté via un organisme extérieur, il n'est pas possible de vous faire rembourser si vous avez acheté un billet adulte au lieu d'un billet enfant.

- Inviter bardo45 à profiter d'une nouvelle expérience au zoo.
- Salutations personnalisées.

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DE L'ACCUEIL	C 2306-MA 2 1	Session 2023	CORRIGÉ
Épreuve E2 : Analyse de situations professionnelles liées à la relation commerciale	Durée : 3 h	Coefficient : 4	Page 12/12