

**BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL**

**MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE**

**Option A : Animation et gestion de l'espace commercial**

**Session 2025**

# **CORRIGÉ**

**ÉPREUVE E2**

**ANALYSE ET RÉSOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES**

**Le dossier comporte 8 pages numérotées 1/8 à 8/8.**

<b>BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE</b>		
<b>Option A : ANIMATION ET GESTION DE L'ESPACE COMMERCIAL</b>		
<b>E2 – ANALYSE ET RÉSOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES</b>		
<b>CORRIGÉ</b>	Coefficient : 4	Durée : 3 heures
25-BCP-MCVA-U2-MEAG2	page 1/8	

## Mission 1 – Participer à l'approvisionnement de l'unité commerciale physique et virtuelle

### Activité 1 – Participer à la gestion des stocks du site internet marchand

1.1 Vérifier la disponibilité de chaque produit commandé en ligne par les clients.

Toutes les références sont disponibles sauf REF TAJ4796.

Accepter, si le candidat liste les références, les quantités commandées et la disponibilité des produits.

Désignation	Quantités commandées	Disponibilité des produits
Cocotte 24 cm "polaire" Réf : COC1248	2	2
Couvercle tajine Réf : TAJ4796	1	0
Poêle la Fabuleuse 28cm "pivoine" Réf : FAB2499	2	6
Ustensiles en bois "pivoine" Réf : UST3497	2	4
Cocotte 28 cm "polaire" Réf : COC1255	4	6
Livre de recettes Réf : LIV4795	3	4
Gants torchon "polaire" Réf : GAN5794	5	18

1.2 Commenter l'état des stocks suite à ces commandes.

- La référence TAJ4796 (couvercle de tagine) en rupture, sera disponible le 02.05.2025
- La référence COC1248 (cocotte polaire 24cm) sera en rupture après la commande du jour : 26.04.2025
- La référence GAN5794 (gants torchon « polaire ») Produit en surstock : supérieur au stock maximum de 10

Les commentaires concernant les autres références sont facultatifs.

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE Option A : ANIMATION ET GESTION DE L'ESPACE COMMERCIAL		
E2 – ANALYSE ET RÉSOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES		
<b>CORRIGÉ</b>	Coefficient : 4	Durée : 3 heures
25-BCP-MCVA-U2-MEAG2		page 2/8

1.3 Proposer trois solutions pour optimiser la gestion des stocks de ces produits sur le site internet marchand.

**Pour la gestion des ruptures et/ ou du surstock :**

- **Se fixer un stock d'alerte.**
- **Prévoir un stock de sécurité lors de l'arrivée d'événements exceptionnels.**
- **Faire des promotions.**
- **Faire des mises en avant, de la théâtralisation.**
- **Indiquer « produit en rupture » sur le site internet + créer une alerte pour le client.**
- **Afficher les dates de disponibilité future des produits sur le site.**

*Accepter toute réponse cohérente*

## **Activité 2 – Lutter contre la démarque**

2.1 Repérer les raisons qui ont engendré une démarque pour l'entreprise.

- **Problème d'emballage : carton abîmé.**
- **Problème de suivi du colis (produit perdu ou livré à la mauvaise adresse).**
- **Produits abîmés/troués.**
- **Erreurs de référence.**
- **Retard de livraison**

*Accepter toute réponse cohérente*

2.2 Indiquer quatre conséquences de ces démarques pour l'enseigne « La Folle Adresse ».

- **Perte de CA en cas d'échange ou de remboursement de produit défectueux ou endommagé.**
- **Coûts de livraison et d'emballage en cas d'échange supportés par l'entreprise car préparation et livraison gérées en interne.**
- **Perte de clients, évasion de clients insatisfaits.**
- **Augmentation des réclamations de clients mécontents (coût de gestion de la réclamation).**
- **Avis négatifs postés par les clients.**
- **Mauvaise image qui nuit à l'e-réputation.**

*Accepter toute réponse cohérente*

2.3 Proposer trois solutions pour lutter contre la démarque liée aux commandes des clients.

- **Vérifier les références et l'état des produits lors de la préparation des commandes.**
- **Former le personnel à la préparation des commandes internet.**
- **Embaucher un employé spécialisé dans la gestion du site internet.**
- **Vérifier les emballages avant la livraison.**
- **Être rigoureux lors du chargement et du déchargement des colis.**
- **Proposer des colis suivis (sms de suivi, email).**
- **Utiliser un logiciel de suivi des commandes**

*Accepter toute réponse cohérente*

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE Option A : ANIMATION ET GESTION DE L'ESPACE COMMERCIAL		
E2 – ANALYSE ET RÉSOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES		
<b>CORRIGÉ</b>	Coefficient : 4	Durée : 3 heures
25-BCP-MCVA-U2-MEAG2		page 3/8

### Activité 3 – Sélectionner un nouveau fournisseur

3.1 Comparer les conditions commerciales des fournisseurs pour la commande exceptionnelle des poêles « La Fabuleuse » en tenant compte des critères de sélection de votre responsable.

CRITÈRES	FOURNISSEUR 1 (GOUSAVEUR)	FOURNISSEUR 2 (ALICE DELICE)
Montant total HT avec remise éventuelle	<b>5% à partir de 30 produits commandés</b> $(25*70*0.95) + (25*75*0.95) = 1\ 662,50 + 1\ 781,25 = 3\ 443,75 \text{ €}$	<b>15% à partir de 50 produits commandés</b> $(25*80*0.85) + (25*85*0.85) = 1\ 700 + 1\ 806,25 = 3\ 506,25 \text{ €}$
Délai de livraison pour cette commande	J+15 et commande exceptionnelle possible avec <b>livraison J +5</b>	J+15 et commande exceptionnelle possible avec <b>livraison J +8</b>

3.2 Sélectionner le fournisseur le plus pertinent. Justifier votre choix.

**Le fournisseur 1 « Gousaveur » est le plus pertinent.**

En effet, les conditions commerciales du fournisseur n°1 sont plus intéressantes au niveau du :

- montant total de la commande : une remise de 5 % à partir de 30 produits commandés permet un montant total HT inférieur à celui du fournisseur n°2 (- 62,50 euros).
- délais de livraison de 5 jours pour des commandes exceptionnelles contre 8 jours pour le fournisseur 2. La livraison se fera bien avant l'événement qui a lieu dans 15 jours.

3.3 Calculer le coefficient multiplicateur pour chaque produit selon le fournisseur sélectionné si votre responsable décide d'appliquer le prix de vente conseillé.

Détailler les calculs et arrondir à deux décimales.

Selon la réponse du candidat à la question précédente (ne pas pénaliser le candidat deux fois)

- Fournisseur 1 (GOUSAVEUR) :**

50 produits commandés donc remise de 5%

Poêle la Fabuleuse “pivoine” =  $160/66,5 = 2,41$

Poêle la Fabuleuse “polaire” =  $165/71,25 = 2,32$

*Si le candidat ne tient pas compte de la remise*

Poêle la Fabuleuse “pivoine” =  $160/70 = 2,29$

Poêle la Fabuleuse “polaire” =  $165/75 = 2,20$

- Fournisseur 2 (ALICE DELICE) :**

50 produits commandés donc remise de 15%

Poêle la Fabuleuse “pivoine” =  $160/68 = 2,35$

Poêle la Fabuleuse “polaire” =  $165/72,25 = 2,29$

*Si le candidat ne tient pas compte de la remise*

Poêle la Fabuleuse “pivoine” =  $160/80 = 2,00$

Poêle la Fabuleuse “polaire” =  $165/85 = 1,94$

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE Option A : ANIMATION ET GESTION DE L'ESPACE COMMERCIAL		
E2 – ANALYSE ET RÉSOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES		
CORRIGÉ	Coefficient : 4	Durée : 3 heures
25-BCP-MCVA-U2-MEAG2		page 4/8

3.4 Indiquer trois conséquences pour le point de vente d'appliquer ce coefficient multiplicateur de 2 sur cette gamme de produits.

- Augmentation des ventes car prix vente TTC plus attractif
- Augmentation de la fréquentation sur le site marchand et dans le point de vente, produit d'appel.
- Baisse de la marge.
- Augmentation de la satisfaction de la clientèle car prix attractif sur un produit en adéquation avec ses attentes.

La remise accordée par le fournisseur permet de compenser une partie de la perte de marge.  
Accepter toute réponse cohérente

### **Mission 2 – Participer à la mise en place d'une opération commerciale et à sa communication**

#### **Activité 4 – Implanter les produits et mettre en scène l'offre**

4.1 Sélectionner le meuble le plus adapté pour cette implantation. Justifier votre choix.

- Choix du meuble n°3 car c'est un meuble en bois massif véhiculant une image noble, authentique et haut de gamme.

De plus, il correspond à la politique de l'enseigne qui se veut éco-responsable.

- Si Choix du meuble 1 avec justification cohérente, valoriser la réponse (degré de maîtrise 2 si le candidat choisit ce meuble et 3 s'il la justification est pertinente)

4.2 Calculer la capacité de stockage pour le meuble sélectionné. *Détailler les calculs.*

**Capacité de stockage pour une implantation des boîtes « debout » : les dimensions du meuble permettent le stockage de 64 produits.**

Nombre de produits en hauteur	Nombre de produits en largeur	Nombre de produits en profondeur	Capacité de stockage par étagère	Capacité de stockage totale
50/33 = 1	170/38 = 4	50/ 11.5 = 4	16	16x 4 = 64

Si proposition d'une capacité de stockage avec une implantation des boîtes empilées : vérifier la justesse des calculs du candidat.

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE Option A : ANIMATION ET GESTION DE L'ESPACE COMMERCIAL		
E2 – ANALYSE ET RÉSOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES		
<b>CORRIGÉ</b>	Coefficient : 4	Durée : 3 heures
25-BCP-MCVA-U2-MEAG2		page 5/8

4.3 Proposer cinq facteurs d'ambiance nécessaires à la théâtralisation du concours « Cook chef » pendant l'évènement « La côte d'Opale fête la mer ». Justifier vos propositions.

Facteurs d'ambiance	Justification (Illustration)
<b>Musique, animation micro</b>	<b>Ambiance musicale festive, son mer/vagues/mouette</b>
<b>Mobilier, décoration</b>	<b>Table bois, nappe, bougies au code couleurs sur le thème de l'été et la mer, coquillages, guirlandes, filet de pêche, sable ... Toque de chef Mise en avant d'autres produits du magasin en lien avec le thème de la mer, de la dégustation (vaisselle, verrines, serviettes...)</b>
<b>Signalétique</b>	<b>ILV, PLV Poèles, affiche concours Cook chef et évènement « La côte d'Opale fête la mer ».</b>
<b>Odeurs</b>	<b>Cuisson lors du concours</b>
<b>Manipulation des produits</b>	<b>Poèles Cookut avec l'animateur de la marque</b>
<b>Dégustation</b>	<b>Verrines</b>

Accepter toute réponse cohérente

## Activité 5 – Communiquer sur les réseaux sociaux

5.1 Rédiger les éléments de la publication Facebook qui annonce l'opération « Cook chef ».

- Date
- Adresse
- Horaires d'ouverture du magasin
- Accroche thématique : concours de cuisine Cook chef, dégustation et vote pour la meilleure recette de verrine, présence d'un animateur Cookut,
- Produit à mettre en valeur : la Fabuleuse, remise de 10% accordée sur tout le magasin, prix préférentiel sur la Fabuleuse,
- Hashtag #Cookut, #lafolleadresse,
- Inviter les visiteurs à se prononcer : intéressé/ participera/ ne participera pas.
- Visuels/photos : poèle, terrasse du magasin
- Lien vers le site internet du magasin

Accepter toute réponse cohérente

## Activité 6 – Analyser les performances de l'opération « Cook chef »

6.1 Analyser la réalisation des objectifs de la publication Facebook.

Les taux de réalisation sont bien en dessous de nos attentes en ce qui concerne les indicateurs d'engagement :

- Il n'y a pas eu un fort engouement des visiteurs en ce qui concerne l'annonce de leur participation, seuls 48 personnes se sont prononcées, nous en attendions au moins 80. Notre taux de réalisation est de seulement 60%.
- Il y a eu peu d'engagement des visiteurs. En effet, le post a très peu circulé et a eu pour effet moins d'interactions que nous l'avions prévu, les taux de réalisation de ces indicateurs sont inférieurs à 70%.

Pour les indicateurs de visibilité, les objectifs sont atteints et dépassés : nombre de vues 118,75 % et nombre de "j'aime" 145,45 %.

Le post a eu une bonne visibilité mais n'a pas permis de générer des nouveaux contacts sur Facebook comme nous l'avions espéré.

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE Option A : ANIMATION ET GESTION DE L'ESPACE COMMERCIAL		
E2 – ANALYSE ET RÉSOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES		
<b>CORRIGÉ</b>	Coefficient : 4	Durée : 3 heures
25-BCP-MCVA-U2-MEAG2	page 6/8	

6.2 Proposer trois solutions pour améliorer l'engagement des abonnés lors d'une prochaine publication.

- **Faire des Réels.**
- **Favoriser le call to action : lien vers site internet, Instagram, réaliser un concours tirage au sort d'un abonné qui partage.**
- **Améliorer la visibilité du call to action : mettre plus en évidence le « participera ».**
- **Insérer des vidéos, des storytelling, du contenu émotionnel.**
- **Utiliser des contenus divertissants et humoristiques.**

*Accepter toute réponse cohérente*

6.3 Calculer les indicateurs de performance de l'opération :

- **Le chiffre d'affaires toutes taxes comprises (TTC) total de la journée ;**
- **Le panier moyen ;**
- **Le panier moyen d'un client encarté et le panier moyen d'un client non encarté ;**
- **Le taux de transformation ;**
- **La part de chiffre d'affaires TTC des clients encartés ;**
- **Le taux d'évolution du chiffre d'affaires TTC total ;**
- **Le taux de réalisation des objectifs de vente de poêles.**

*Détailler les calculs et arrondir à deux décimales.*

Indicateurs	Calculs	Résultats
CA TTC Total du jour	<b>1850 € + 3380 €</b>	<b>5230 €</b>
Panier moyen	<b>5230/112</b>	<b>46.70 €</b>
Panier moyen d'un client encarté	<b>3380/66</b>	<b>51.21 €</b>
Panier moyen d'un client non encarté	<b>1850/46</b>	<b>40.22€</b>
Taux de transformation	<b>(112/358) x 100</b>	<b>31.28%</b>
Part de CA TTC des clients encartés	<b>(3380/5230) x 100</b>	<b>64.63%</b>
Évolution du CA TTC total N/ N-1	<b>(5230-2960) /2960 x 100</b>	<b>76.69%</b>
Taux de réalisation des objectifs de vente	<b>(18/12) x 100</b>	<b>150%</b>

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE Option A : ANIMATION ET GESTION DE L'ESPACE COMMERCIAL		
E2 – ANALYSE ET RÉSOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES		
<b>CORRIGÉ</b>	Coefficient : 4	Durée : 3 heures
25-BCP-MCVA-U2-MEAG2	page 7/8	

#### 6.4 Analyser les résultats de l'opération « Cook chef ».

**Notre CA total a évolué de 76.69% par rapport à N-1.**

**Beaucoup de clients fidèles se sont rendus en magasin et ont acheté. Cela représente 64.63% du CA.**

**Notre taux de transformation est élevé : 1 visiteur sur 3 a réalisé un achat. Nous avons été convaincants en magasin et efficaces pour conclure les ventes.**

**Le panier moyen est supérieur à celui d'un samedi habituel (38 euros).**

**Le panier moyen des clients encartés est supérieur (+ 11€) à celui des non encartés.**

**Enfin, notre objectif de vente de poêles est largement dépassé (150%). Nous avons réussi à vendre**

**18 poêles sur 12 prévues.**

**Évolution de 22,89 % du PM ((46,70-38) /38\*100).**

**Évolution taux transformation 1 personne sur 3 contre 1 sur 4 habituellement.**

**L'action a eu un fort impact sur nos ventes, sur la fréquentation du magasin (358 contre 250 visiteurs), le panier moyen et la vente du produit du jour.**

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE Option A : ANIMATION ET GESTION DE L'ESPACE COMMERCIAL		
E2 – ANALYSE ET RÉSOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES		
<b>CORRIGÉ</b>	Coefficient : 4	Durée : 3 heures
25-BCP-MCVA-U2-MEAG2		page 8/8