

# **CONSEIL ÉCONOMIQUE ET VENTE**

Durée : 2 H 30

Coefficient : 2

**L'usage de la calculatrice est strictement interdit.**

Ce sujet comporte 9 pages.

## **BARÈME INDICATIF**

1ère partie :	19 points
2ème partie :	9 points
3ème partie :	12 points

### NOTE IMPORTANTE :

Dès que le sujet de l'épreuve vous est remis, assurez-vous qu'il est complet en vérifiant le nombre de pages en votre possession.

Si le sujet est incomplet, demandez-en immédiatement un nouvel exemplaire aux surveillants.

La société MIRO (marque commerciale de Michel Robert), sise 12 route de Laviro à PIERREFONTAINE les VARANS, 25510, est une SA au capital de 1 000 000 F. Elle a pour activité la commercialisation de matériels de manutention des fourrages et de traitement des déjections animales (marque principale MIRO).

La société commerciale MIRO a un chiffre d'affaires de 140 millions de F :  
- 120 millions en France, avec 10 commerciaux,  
- 20 millions à l'exportation, avec 4 commerciaux.

Cette entreprise, est la société commerciale d'un holding familial (le groupe comprend les Sociétés Heymang, Duchesne, Tonalis, Eisele, SCPI : spécialisée dans la recherche de sous-traitants) : le chiffre d'affaires du holding est de 160 millions de francs pour 260 salariés.

Forte de ses 65 années d'expérience, MIRO fabrique tout un ensemble de matériels.

C'est une société innovante : elle utilise l'électronique embarquée pour toutes ses fabrications, elle bénéficie de plus de 20 brevets.

Les délais de livraison n'excèdent jamais 8 semaines maximum : délai garanti (contrat de vente). Des promotions sont faites pour les commandes hors saisons.

Tous les matériels sont garantis 2 ans pièces et main d'œuvre (sur site la première année).

Le S.A.V. est assuré par les concessionnaires et agents distributeurs et par l'entreprise lors des ventes directes, (tous les personnels internes ou du réseau reçoivent une « formation MIRO »).

Dans l'entreprise MIRO, la qualité du produit et du service est un état d'esprit : les contrôles sont organisés tout au long du processus de fabrication et de distribution.

Vous êtes l'un des commerciaux de la société de commercialisation MIRO.

Dans le cadre de votre fonction, vous êtes chargé(e) de la communication, de la vente et de l'après-vente du matériel agricole.

## **PREMIÈRE PARTIE**

L'entreprise participe à tous les salons agricoles en France, comme à l'étranger. Le SIMA (Mondial des fournisseurs de l'agriculture et de l'élevage) aura lieu à Paris-Nord Villepinte du 18 au 22 février 2001. L'entreprise se prépare donc déjà à cette opération de communication. Deux des commerciaux qui se sont occupés des préparations des salons précédents, ont pris leur retraite. Monsieur Guy CHAUVIN, Directeur commercial, a demandé à l'équipe commerciale de réfléchir à l'organisation du prochain salon. Les tâches ont été réparties entre les commerciaux.

1. 1 - Votre premier travail consiste à prévoir, en partie, l'organisation du salon : vous répertoriez les principaux points à envisager lors de la prochaine réunion de préparation.

Citez au moins deux points relatifs à chaque rubrique :

- formalités administratives préalables à l'installation,
- problèmes de mise en place et mise en valeur du stand,
- organisation des ressources humaines pour ces journées,
- actions de communication à mettre en place sur le stand.

1. 2 - Votre second travail, consiste à préparer :
- a) Le courrier qui sera adressé à vos principaux clients pour les inviter sur votre stand. Cette lettre doit être motivante (vous prévoyez des démonstrations et peut-être d'autres animations).

Rédigez et présentez le corps de la lettre.

b) L'invitation avec coupon réponse qui sera jointe à la lettre. Vous voulez savoir à peu près combien de clients vous recevrez chaque jour sur le stand.

Rédigez et présentez cette invitation.

1. 3 - En produit phare, pour ce salon, le responsable commercial a décidé de présenter la griffe à fourrage DX. Il vous a chargé de préparer un argumentaire de vente adapté à ce produit et mettant en valeur les caractéristiques de l'entreprise (voir ANNEXE 1- pages 5/9 à 8/9 et informations contenues dans le préambule du sujet).

Présentez sous forme de tableau (caractéristiques, avantages, preuves) un extrait de l'argumentaire. Faites figurer deux arguments techniques sur le produit, deux arguments commerciaux sur l'entreprise.

## DEUXIÈME PARTIE

Pour ce salon, vous allez employer du personnel supplémentaire pour tenir le stand : personnels d'accueil, personnels de gardiennage et d'entretien.

Monsieur Guy CHAUVIN vous a demandé de le conseiller sur le type de contrat de travail que l'on peut envisager. Il aimerait également savoir s'il est possible d'insérer des clauses particulières dans ces types de contrats sans que ce soit des clauses abusives : une clause imposant le port d'un uniforme pour les personnels d'accueil (fourni par l'entreprise), ainsi qu'une clause de discrétion.

2. 1 - Citez deux types de contrats qui vous semblent les plus adaptés à la situation et justifiez ce choix.
2. 2 - Choisissez un type de contrat et mettez en évidence les caractéristiques qui vous font opter pour ce type de contrat.

## TROISIÈME PARTIE

En vue d'une formation interne des commerciaux de l'entreprise, vous préparez votre intervention à l'aide de l'ANNEXE 2 (page 9/9) et répondez aux questions suivantes.

3. 1 - Quels sont les défis lancés aux agriculteurs dans l'économie moderne ? Pourquoi la qualité est-elle devenue un objectif stratégique de l'entreprise agricole ?
3. 2 - Pourquoi l'entreprise d'aujourd'hui doit-elle innover ?
3. 3 - Quelles sont les conséquences du déploiement des nouvelles technologies sur les sites de production des matériels agricoles ?
3. 4 - Pourquoi la gestion des stocks constitue-t-elle pour l'entreprise un enjeu important ?
3. 5 - Quelles sont les principales raisons qui justifient le recours au « Juste à temps » ? Proposez une définition du JAT.