

CORRIGE

Ces éléments de correction n'ont qu'une valeur indicative. Ils ne peuvent en aucun cas engager la responsabilité des autorités académiques, chaque jury est souverain.

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL
«SERVICES (*Accueil - Assistance - Conseil*)»

session 2007

CORRIGÉ

E1 : ÉPREUVE SCIENTIFIQUE ET TECHNIQUE
Sous-épreuve A1 : Organisation et gestion
de prestations de services

Durée : 3 heures

Coefficient : 4

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL «SERVICES»		
Session : 2007	Coefficient : 4	Durée : 3 h
Épreuve : E1A1	CORRIGÉ	Page 1/6

0706-SER ST A corr

Barème

Dossier 1 : Analyse des ventes

/ 20

1.1 Calcul des pourcentages d'évolution et commentaires / 8

1.2 Commentaires sur le graphique des ventes menseuelles / 6

1.3 Propositions d'actions commerciales / 6

Dossier 2 : Fidélisation de la clientèle

/21

2.1 Avantages relatifs à la carte de fidélité / 9

2.2 Mobiles d'achat (SONCAS) / 6

2.3 Réponses aux objections de Mme Aillaud / 6

Dossier 3 : Gestion des réclamations

/ 19

3.1 Préparation de l'intervention de Monsieur Boutin (raisons et moyens) / 9

3.2 Solutions apportées à 2 réclamations / 10

Dossier 4 : Gestion administrative de la carte de fidélité

/ 20

4.1 Rédaction de la lettre-type / 9

4.2 Coût du publipostage / 11

TOTAL / 80

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL «SERVICES»

Session : 2007

Coefficient : 4

Durée : 3 h

Épreuve : E1A1

CORRIGÉ

Page 2/6

0706-SER ST A corr

ANALYSE DES VENTES

1.1 Calculs sur 6 points (3 points pour le détail, 3 points pour le résultat)

- ✓ 2004 par rapport à 2003 : $\frac{757\,225 - 691\,540}{691\,540} \times 100 = 9,50 \%$
- ✓ 2005 par rapport à 2004 : $\frac{834\,180 - 757\,225}{757\,225} \times 100 = 10,16 \%$
- ✓ 2006 par rapport à 2005 : $\frac{862\,542 - 834\,180}{834\,180} \times 100 = 3,40 \%$

Commentaires : (2 points)

- ✎ Augmentation constante d'environ 10 % entre 2003 et 2005
- ✎ Net fléchissement de l'augmentation en 2006 (3,40 %)

1.2 COMMENTAIRES SUR LE GRAPHIQUE DES VENTES

6 points : 2 points par commentaires

- ✎ Les mois de juillet et août connaissent des ventes faibles. On peut supposer que cela est dû aux départs en vacances et à d'autres priorités budgétaires.
- ✎ Les mois de septembre et octobre sont des mois où le chiffre d'affaires est très élevé du fait des rentrées scolaires et universitaires.
- ✎ Le mois de décembre est un mois de forte activité car c'est la période des fêtes de fin d'année où les cadeaux culturels sont à l'honneur.

1.3 PROPOSITIONS D' ACTIONS COMMERCIALES

Le candidat doit proposer au moins 3 actions (2 points par action)

- Opérations promotionnelles : 2 livres achetés, 1 gratuit par exemple.
 - Livraison des commandes sur le lieu de vacances du client.
 - Sélection de CD moins chers pour l'été.
 - Sélection de livres de l'été pour la plage.
 - Élargissement des avantages de la carte de fidélité à la famille et aux amis du détenteur de la carte de fidélité.
 - Doublement des points fidélité pour tout achat réalisé pendant l'été.
- Accepter toute réponse cohérente*

2.1 Arguments relatifs à la carte de fidélité

/ 9

0,5 point par caractéristique dans la limite de 3,5 points et 0,5 point par avantage dans la limite de 5,5 points

Caractéristiques (3,5 points maximum)	Avantages (5,5 points maximum)
Remises accordées	• Carte avantageuse (10 % sur les CD et DVD et 5 % sur les livres) pour les clients qui se voient récompenser de leur fidélité. 0,5 point
Carte gratuite, valable un an	• Carte offerte n'oblige pas le client à acheter ; elle remercie la clientèle qui peut étaler ses achats sur l'année. 0,5 point
Chèque cadeau	• Les achats sont récompensés et les points accumulés donnent droit à un chèque cadeau (1 point = 1 €) 0,5 point 100 points de fidélité = 10 €. 0,5 point
Informations privilèges	• La carte permet à son détenteur d'avoir un statut VIP et ainsi d'être informé et invité en priorité aux dédicaces (0,5 point) ; il est également averti des nouveautés et bénéficie d'avis de spécialistes. (0,5 point)
Offres privilèges sélection du mois	• La carte donne droit à des tarifs préférentiels (0,5 point) et chaque achat «sélection du mois» crédite la carte d'un bonus de 50 points. (0,5 point)
Liste de parution des nouveautés du mois	• La carte permet à son détenteur de se tenir au courant des différentes sorties culturelles et artistiques. 0,5 point
Accès Internet	• Le détenteur de la carte, en consultant le site Internet, sait à tout moment le nombre de points accumulés. 0,5 point • Accès possible de chez soi à tout moment de la journée. 0,5 point

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL «SERVICES»

Session : 2007	Coefficient : 4	Durée : 3 h
Épreuve : E1A1	CORRIGÉ	Page 3/6

1 point par ligne. Accepter tout argument cohérent

Mobiles d'achat	Arguments
Sécurité	Carte nominative et accès confidentiel par code personnel sur Internet
Orgueil	Rendez-vous privilèges Accès privilégié Internet
Nouveauté	Premiers bénéficiaires de la nouvelle carte de fidélité Lectimédia
Confort	Carte simple et pratique d'utilisation Recueil des informations sur Internet Informations sur les événements et les parutions de CD, DVD et livres Rendez-vous privilèges
Argent	Carte gratuite Réduction (10 % sur les CD et les DVD et 5 % sur les livres) Chèque cadeau grâce au cumul de points Tarifs préférentiels sur sélection du mois
Sympathie	Chèque cadeau Rendez-vous privilèges

2.3 Réponse aux objections de Mme Aillaud

/ 6

<i>Je suis trop étourdie pour avoir une carte de fidélité, je vais l'oublier ou la perdre et elle sera alors récupérée par quelqu'un d'autre.</i>	En cas de perte ou de vol, votre carte ne pourra pas être utilisée puisqu'elle est nominative et qu'elle fonctionne avec un code d'accès sur Internet.
<i>De toutes façons, comme toutes les autres cartes, elle ne présente guère d'avantages, si ce n'est une réduction par-ci par-là.</i>	Vous qui aimez offrir des cadeaux à différentes occasions, vous pourrez bénéficier de nombreux avantages : des réductions sur les CD et DVD (10 %) et sur les livres (5 %), ainsi vous pourrez mieux maîtriser votre budget ; mais en détenant cette carte vous obtiendrez le statut de VIP puisque vous pourrez être informée et invitée en priorité aux dédicaces. Vous bénéficierez également des avis de spécialistes sur les nouveautés. Enfin cette carte vous identifiera par nos vendeurs comme une cliente fidèle.
<i>Enfin, je ne saurai jamais où j'en suis dans le cumul de mes achats.</i>	Vous qui êtes spécialisée dans l'informatique, vous n'aurez aucune difficulté pour consulter le total de vos points sur Internet.

Accepter toutes réponses logiques

Dossier 3 : Gestion des réclamations

/ 19

3.1 Traitement des réclamations (raisons et moyens)

/ 9

Raisons	<ul style="list-style-type: none"> ↳ Dans un contexte concurrentiel fort, la différence se joue désormais sur la qualité de la relation client. ↳ Une réclamation doit donc être envisagée comme un moyen supplémentaire de contenter l'acheteur et de gagner en image de marque. ↳ De plus, la réclamation client permet de créer de nouveaux services complémentaires.
Moyens	<ul style="list-style-type: none"> ↳ Donner au client les moyens de s'exprimer : fiche d'appréciation, indication des coordonnées du service client sur tous les documents commerciaux, numéro d'appel gratuit sur la facture. ↳ Mettre en place un service spécialisé et compétent dans ce domaine. ↳ Sensibiliser le personnel de l'entreprise aux enjeux de la réclamation. ↳ Pratiquer l'écoute du client. ↳ Rassurer le client. ↳ Informer le client de la procédure. ↳ Donner une réponse rapide. ↳ User d'empathie envers le client.

1 point par raison : 3 points

1 point par moyen (6 exigés) : 6 points

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL «SERVICES»		
Session : 2007	Coefficient : 4	Durée : 3 h
Épreuve : E1A1	CORRIGÉ	Page 4/6

0706-SER ST A corr

Première situation : (4 points)

- Prise de contact (0,5 point)
- L'hôte (sse) écoute l'exposé du problème (0,5 point)
- L'hôte (sse) vérifie le bien-fondé de la réclamation (écoute du CD) (1 point)
- L'hôte (sse) refuse l'échange en justifiant sa position (pas de preuve d'achat) (1 point)
- L'hôte (sse) exprime ses regrets (0,5 point)
- Prise de congé (0,5 point)

Deuxième situation : (6 points)

- Prise de contact (0,5 point)
- L'hôte(sse) écoute l'exposé du problème (0,5 point)
- L'hôte(sse) lui demande son justificatif d'achat (1 point)
- L'hôte(sse) fait une recherche informatique sans succès (1 point)
- Elle ne trouve pas trace de la commande et en fait part au client (0,5 point)
- L'hôte(sse) calme l'interlocuteur et fait preuve d'empathie (1 point)
- L'hôte(sse) propose deux solutions : passer la commande en urgence avec un geste commercial (remise exceptionnelle, chèque cadeau, bonification de points...) ou rembourser le client (1 point)
- Prise de congé (0,5 point)

DOSSIER 4 : Gestion administrative de la carte de fidélité**4.1 : lettre-type (corrigé indicatif) – Voir détail du barème page suivante**

LECTIMEDIA
 20 rue des Pyrénées
 75018 PARIS

☎ : 01 45 26 89 75

☎ : 01 45 26 89 56

«Titre» «Prénom» «NOM»

«Adresse»

«CP» «VILLE»

«Ville de départ»,

«Date»

Objet :

Carte de fidélité

PJ

Carte de fidélité

Cher(e) «Titre» «Prénom» «NOM»,

Vous faites maintenant partie de nos clients privilégiés !

À ce titre, nous sommes heureux de vous adresser votre **carte de fidélité Lectimédia**.

Cette carte, gratuite et valable 1 an, vous permettra d'obtenir des remises sur CD, DVD, livres, des chèques cadeaux. Vous serez informé(e) en priorité de l'actualité culturelle et artistique. Vous recevrez des invitations pour des avant-premières et dédicaces d'auteurs...

Venez profiter, sans perdre de temps, de notre sélection du mois à tarif préférentiel.

Chez Lectimédia, la culture est notre métier !!!

À très bientôt

L'équipe commerciale de Lectimédia

Signature

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL «SERVICES»		
Session : 2007	Coefficient : 4	Durée : 3 h
Épreuve : E1A1	CORRIGÉ	Page 5/6

4.2 Coût du publipostage

Éléments de coût	Détail des calculs	Résultats
Main d'œuvre		
* Rédaction	$13 \times 30 / 60 = 6,5 \text{ €}$	
* Saisie	$13 \times 15 / 60 = 3,25 \text{ €}$	
* Impression	$13 \times 10 / 60 = 2,17 \text{ €}$	
* Mise sous enveloppe	$13 \times 105 / 60 = 22,75 \text{ €}$	
Sous-total	34,67 €
Matériel		
Amortissement du matériel		14,90 €
Sous-total		14,90 €
Fournitures		
* Papier	$7 \times 320 / 500$	4,48 €
* Enveloppes	$3 \times 320 / 100$	9,60 €
* Affranchissement	$320 \times 0,70 \text{ € (tarif lent)}$	224,00 €
Sous-total		238,08 €
Autres frais		
* Frais généraux		5,00 €
* Frais de maintenance du matériel		0,20 €
Sous-total		5,20 €
Coût du publipostage		292,85 €
Coût d'une lettre	$292,85 / 320$	0,92 €

Barème de correction

Barème de la lettre-type (9 points)		Barème du calcul du coût (11 points)	
Forme de la lettre		Main-d'œuvre	
Destinataire	0,5 pt	Rédaction	1 pt
Date du jour	0,5 pt	Saisie	1 pt
Ville de départ	0,5 pt	Impression	1 pt
Objet	0,5 pt	Mise sous enveloppe	0,5 pt
Titre de civilité	0,5 pt	Matériel	
Prise de congé	0,5 pt	Amortissement	1 pt
Fond de la lettre		Fournitures	
Notion de client privilégié	1 pt	Frais de papier	1 pt
Avantages de la carte	1 pt	Enveloppes	1 pt
Accroche commerciale	1 pt	Affranchissement	1 pt
Orthographe		Autre frais	
Rédaction	2 pts	Frais généraux	0,5 pt
		Frais de maintenance	0,5 pt
		Coût du publipostage	1 pt
		Coût d'une lettre	1,5 pt

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL «SERVICES»

Session : 2007	Coefficient : 4	Durée : 3 h
Épreuve : E1A1	CORRIGÉ	Page 6/6