

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL

COMMERCE

ÉPREUVE E1 SCIENTIFIQUE ET TECHNIQUE

Sous-épreuve A1 ORGANISATION ET GESTION COMMERCIALE D'UNE UNITÉ DE VENTE

LE CORRIGÉ COMPORTE :

1 page : Barème.
4 pages : Texte.
3 pages : Annexes.

 *Les annexes dûment remplies sont à joindre à votre copie.*

N.B. : Les informations fournies dans ce dossier sont inspirées d'un cas réel, dans lequel de nombreuses données ont été modifiées pour des raisons de confidentialité.

SESSION 2001		
EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL		
SPÉCIALITÉ : COMMERCE		
ÉPREUVE E1 : Sous-épreuve A1 Organisation et gestion commerciale d'une unité de vente	Durée : 3 heures	Coef. : 4
	CORRIGÉ	

BARÈME : SUJET « HYPERSUD »**PARTIE I : L' ANALYSE DU MARCHÉ****22 points****La note de synthèse :**

- **Forme de la note** 4 pts
- **Contenu** 18 pts
 - a - Évolution du marché 2 pts
 - b - Poids de la grande distribution et des principales enseignes 6 pts
 - c - Profil et comportement du consommateur 6 pts
 - d - Perspectives de développement du rayon 4 pts

PARTIE II : LA RÉIMPLANTATION DU SOUS-RAYON**22 points**

- 1 - **Tableau d'analyse des résultats (Voir annexe I)** 14 pts
- 2 - **Proposition de nouvelle répartition (Voir annexe II)** 8 pts

PARTIE III : L' ÉTUDE DES ATTENTES DE LA CLIENTÈLE**18 points**

- 1 - **Questionnaire :** 14 pts
 - **Présentation (titre, n° questions, etc.)** 2 pts
 - **Introduction** 1 pt
 - **Questions** 10 pts
 - **Conclusion** 1 pt
- 2 - **Administration :** 4 pts
 - **Mode** 2 pts
 - **Lieu** 2 pts

PARTIE IV : LE RECRUTEMENT D' UNE CONSEILLÈRE DE VENTE **18 points**

- 1 - **L'annonce** 5 pts
- 2 - **Tableau d'analyse et de sélection des candidatures (voir annexe III)** 13 pts
 - **Partie 1** 10 pts
 - **Partie 2** 3 pts

TOTAL : 80 POINTS

SESSION 2001		
EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL		
SPÉCIALITÉ : COMMERCE		
ÉPREUVE E1 : Sous-épreuve A1 Organisation et gestion commerciale d'une unité de vente	Durée : 3 heures	Coef. : 4
	BARÈME	Feuille 1/1

PARTIE I :**22 points****L'analyse du marché « hygiène et beauté »****La note de synthèse :****La forme****4 points**

- Émetteur : X Adjoint chef de rayon 0,5 pt
- Destinataire : Madame MARTIN responsable du rayon 0,5 pt
- Date 0,5 pt
- Titre 0,25 pt
- Signature 0,25 pt
- Plan en 4 parties plus une conclusion 1 pt
- Orthographe, syntaxe 1 pt

Le contenu**18 points****a) Évolution générale du marché 2 points**

- Croissance constante et soutenue du marché en valeur sur les cinq dernières années (de 1994 à 1999) avec une progression de son chiffre d'affaires de 25,18% sur l'ensemble de cette période, en 1999 le marché a augmenté en valeur de 5,7 % par rapport à 1998.
(taux d'évolution sur la période de 1994 à 1999 = $1,007 \times 1,036 \times 1,054 \times 1,077 \times 1,057 = 1,251758 \Rightarrow 25,18\%$)

b) Poids de la grande distribution et des principales enseignes**6 points**

- La grande distribution (hypermarchés, supermarchés et hard-discounters réunis) est leader des circuits de distribution sur ce marché avec 67 % du chiffre d'affaires total, le tiers du marché restant est détenu par la distribution sélective (parfumeries, vente à distance ...) et reste donc à conquérir. **2 pts**
- La croissance du chiffre d'affaires réalisé par la grande distribution sur ce marché pour les 5 dernières années est constante et soutenue. Elle est supérieure à celle du marché général (+ 28,92% contre + 25,17%), malgré un léger fléchissement sur l'année 1999, avec une progression par rapport à 1998 de 5% contre 5,7% pour le marché total. Durant la même période de 1998 à 1999, la distribution sélective a réalisé sa plus forte progression de son chiffre d'affaires avec + 6,5%. **2 pts**
- Sur ce marché, les marques de distributeurs (MDD) ne représentent que 6 % du chiffre d'affaires. **0,5 pt**
- À l'intérieur de la grande distribution, les hypermarchés représentent 43,5 % du marché total. AUCHAN est en 3^e position avec une part du marché en valeur de 8 % derrière CARREFOUR 10,2 % et le leader LECLERC 12,5 %. Ces trois enseignes sont nos concurrents directs sur la zone de chalandise d' HYPERSUD Avignon. **1,5 pt**

SESSION 2001		
EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL		
SPÉCIALITÉ : COMMERCE		
ÉPREUVE E1 : Sous-épreuve A1 Organisation et gestion commerciale d'une unité de vente	Durée : 3 heures	Coef. : 4
	Corrigé	Feuille 1/4

c) Profil et comportement du consommateur 6 points

- Le consommateur en GMS est une femme, de 35 à 49 ans, de CSP moyenne, habite une ville de plus de 50 000 habitants et vit dans un foyer 2 personnes. **1,5 pt**
- Les consommateurs sont très attentifs aux marques : « 60 % savent à l'avance quelle marque acheter dans le rayon ». **1 pt**
- Les consommateurs pratiquent la mixité des circuits de distribution en fonction du produit acheté. **1,5 pt**
- Les consommateurs assimilent le rayon hygiène et beauté à un achat plaisir. **1 pt**
- Sur le total des dépenses de l'hygiène et beauté soit 1 230 francs par an, le consommateur privilégie l'hygiène corporelle (520 francs), puis les soins beauté (440 francs) et enfin les capillaires (270 francs). **1 pt**

d) Perspectives de développement du rayon 4 points

- C'est un rayon stratégique pour les hypermarchés donc pour HYPERSUD car il est porteur de marges et d'image. Il laisse également entrevoir un fort potentiel de développement, avec des parts de marché à conquérir sur les circuits spécialisés de la distribution sélective qui représentent encore 1/3 du marché total en valeur. **2 pts**
- Pour cela il est nécessaire de privilégier les segments soins, beauté et parapharmacie en améliorant le conseil, la lisibilité (clarifier l'offre) et l'attractivité du rayon. **2 pts**

PARTIE II :**22 points****La réimplantation du sous-rayon "coloration"**

Voir Annexes I et II.

- 1 - Tableau d'analyse des résultats (annexe I) **14 pts**
- 2 - Proposition de nouvelle répartition (annexe II) **8 pts**

SESSION 2001		
EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL		
SPÉCIALITÉ : COMMERCE		
ÉPREUVE E1 : Sous-épreuve A1 Organisation et gestion commerciale d'une unité de vente	Durée : 3 heures	Coef. : 4
	Corrigé	Feuille 2/4

PARTIE III :**18 points****L'étude des attentes de la clientèle****1) Le questionnaire****14 points**

- Une phrase d'introduction et une phrase de conclusion 2 pts

Exemples :

Introduction : *Bonjour, afin de toujours mieux vous satisfaire, votre hypermarché HYPERSUD souhaite recueillir votre avis sur le rayon hygiène et beauté. Pouvez-vous m'accorder quelques instants ?* 1 pt

Conclusion : *Je vous remercie de votre participation et vous souhaite une agréable journée, à bientôt dans votre magasin.* 1 pt

- Présentation 2 pts
- Dix questions 10 pts

dont au moins : *une question fermée unique,
une question à choix multiples,
une question à échelle,
une question ouverte.*

Soit 1 point par question correctement formulée, respectant les thèmes demandés.

Thèmes à aborder :

- *Segmentation selon deux critères (âge et motivations)*
- *Fréquence d'utilisation du produit*
- *Positionnement du prix*
- *Présentation des produits*
- *Signalétique du rayon*
- *Image du sous-rayon*
- *Facteurs d'ambiance*
- *Conseils à la clientèle*

2) Administration du questionnaire**4 points**

- Mode d'administration 2 pts
Méthode aléatoire
- Lieu d'administration 2 pts
À l'entrée du magasin et aux sorties de caisse (le questionnement au niveau du rayon ne permet pas de toucher toute la clientèle potentielle).

SESSION 2001		
EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL		
SPÉCIALITÉ : COMMERCE		
ÉPREUVE E1 : Sous-épreuve A1 Organisation et gestion commerciale d'une unité de vente	Durée : 3 heures	Coef. : 4
	Corrigé	Feuille 3/4

PARTIE IV :**18 points****Le recrutement d'une conseillère de vente****1) L'annonce de recrutement****5 points**

- **Le fond professionnel :** **4 pts**
 - Le nom de l'entreprise : *HYPERSUD - AVIGNON* 0,25 pt
 - Le secteur d'activité : *hypermarché, grande distribution* 0,25 pt
 - Le rayon : *hygiène et beauté* 0,5 pt
 - Le poste à pourvoir : **conseillère de vente** 0,5 pt
 - Les missions : *vente, conseil, gestion* 1 pt
 - Le profil : *âge, disponibilité, diplômes, expérience, aptitudes* 1 pt
 - Les modalités de réponse à l'annonce : *références, lettre de motivation et CV* 0,5 pt
- **La forme : accroche de l'annonce** **1 pt**

Exemple :

**L'HYPERMARCHÉ « HYPERSUD » D' AVIGNON – Enseigne en expansion
Recherche pour son rayon hygiène et beauté :**

Sa conseillère de vente - CDI à temps complet

Vous êtes : *âgée de 25 ans minimum, titulaire d'un baccalauréat professionnel Commerce ou équivalent avec une formation en esthétique.*

Vous avez : *une expérience d'un an minimum dans la vente et la gestion de produits « parfumerie - beauté ».*

Rapidement disponible, nous vous proposons : *d'intégrer une équipe motivée et dynamique , avec des perspectives d'évolution au sein d'un groupe en pleine expansion.*

Votre mission : *Conseiller les clients, gérer votre rayon et mettre en œuvre la politique de merchandising de l'enseigne.*

Adressez : *Lettre de motivation + CV + photo à - HYPERSUD AVIGNON – référence 001 ...*

2) L'analyse des candidatures**13 points**

- Tableau d'analyse et de sélection des candidatures (voir annexe III)
 - Partie 1 10 pts
 - Partie 2 3 pts

SESSION 2001		
EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL		
SPÉCIALITÉ : COMMERCE		
ÉPREUVE E1 : Sous-épreuve A1 Organisation et gestion commerciale d'une unité de vente	Durée : 3 heures	Coef. : 4
	Corrigé	Feuille 4/4

TABLEAU D' ANALYSE DES RÉSULTATS DU SOUS-RAYON « COLORATION » - HYPERSUD D'AVIGNON - Année 2000

➤ Taux de TVA appliqué à la totalité des références du sous-rayon : 19,6%

NB : Ne pas compléter les cases grisées

INDICATEURS et RÉSULTATS	L' ORÉAL 4 pts		SCHWARTZKOPF 2 pts		GARNIER 2 pts		1 ^{ER} PRIX 4 pts		TOTAL SOUS-RAYON en valeur 2 pts
	Valeur	% du total sous-rayon	Valeur	% du total sous-rayon	Valeur	% du total sous-rayon	Valeur	% du total sous-rayon	
1 Prix de vente unitaire TTC en francs	52,50		48,00		47,50		42,00		
2 Quantités vendues	4 283 <i>0,5 pt</i>	44,65% <i>0,25 pt</i>	2 326	24,25% <i>0,25 pt</i>	2 229	23,24% <i>0,25 pt</i>	754 <i>0,5 pt</i>	7,86% <i>0,25 pt</i>	9 592 <i>0,25 pt</i>
3 Chiffre d'affaires TTC en francs	224 857,50 <i>0,5 pt</i>		111 648,00		105 877,50		31 668,00 <i>0,5 pt</i>		474 051,00 <i>0,25 pt</i>
4 Chiffre d'affaires HT en francs	188 007,94 <i>0,5 pt</i>	47,43% <i>0,25 pt</i>	93 351,17	23,55% <i>0,25 pt</i>	88 526,34	22,33% <i>0,25 pt</i>	26 478,26 <i>0,5 pt</i>	6,68% <i>0,25 pt</i>	396 363,71 <i>0,25 pt</i>
5 Taux de marque	10 %		15 %		12 %		20 %		12,29% <i>0,5 pt</i>
6 Marge brute totale en francs	18 800,79 <i>0,5 pt</i>	38,59% <i>0,25 pt</i>	14 002,67	28,74% <i>0,25 pt</i>	10 623,16	21,80% <i>0,25 pt</i>	5 295,65 <i>0,5 pt</i>	10,87% <i>0,25 pt</i>	48 722,27 <i>0,25 pt</i>
7 Linéaire développé actuel en ml	5,32 <i>0,5 pt</i>	40% <i>0,25 pt</i>	2,66 <i>0,5 pt</i>	20% <i>0,25 pt</i>	3,99 <i>0,5 pt</i>	30% <i>0,25 pt</i>	1,33 <i>0,5 pt</i>	10% <i>0,25 pt</i>	13,30 <i>0,5 pt</i>
8 Indice de sensibilité à la marge	0,9647 <i>0,5 pt</i>		1,4370 <i>0,5 pt</i>		0,7267 <i>0,5 pt</i>		1,0870 <i>0,5 pt</i>		

• Arrondir vos résultats à deux chiffres après la virgule pour les lignes 2, 3, 4, 5, 6 et 7, et à 4 chiffres après la virgule pour la ligne 8.

Formule de calcul de l'indice de sensibilité à la marge :

8	%	%
	de la marge brute réalisée par la marque	linéaire développé attribué à la marque

➤ Détail des calculs pour la marque L' ORÉAL : L'absence du détail des calculs => Note de l' ANNEXE .I. divisée par 2

$$QV = 354 + \dots + 552 \text{ (Document 3)} = 4\,283$$

$$CA\,TTC = 52,50 \times 4\,283 = 224\,857,50\,F$$

$$CA\,HT = 224\,857,50 / 1,196 = 188\,007,94\,F$$

$$MB = 188\,007,94 \times 0,1 = 18\,800,79\,F$$

$$LD = 1,33 \times 4 = 5,32\,ml \text{ (Document 3)}$$

$$IS \text{ à la marge} = 38,59 / 40 = 0,9647$$

$$\% \text{ du total sous-rayon} = (4\,283 / 9\,592) \times 100 = 44,65\%$$

$$\% \text{ du total sous-rayon} = (188\,007,94 / 396\,363,71) \times 100 = 47,43\%$$

$$\% \text{ du total sous-rayon} = (18\,800,79 / 48\,722,27) \times 100 = 38,59\%$$

$$\% \text{ du total sous-rayon} = (5,32 / 13,3) \times 100 = 40\%$$

$$\text{Taux de marque sous-rayon} = 48\,722,27 / 396\,363,71 = 12,29\%$$

$$LD \text{ total} = 1,33 \times 2 \times 5 = 13,3\,ml \text{ (Document 3)}$$

PROPOSITION DE NOUVELLE RÉPARTITION DU LINÉAIRE DU SOUS-RAYON « COLORATION » - HYPERSUD D'AVIGNON

NB : Ne pas compléter les cases grisées

MARQUES / Références	L'ORÉAL. 2 pts	SCHWARTZKOPF 2 pts	GARNIER 2 pts	1 ^{ER} PRIX 2 pts	TOTAL SOUS-RAYON
A Décisions de modification du linéaire développé actuel *	↘ OU → 0,5 pt	↗ 0,5 pt	↘ 0,5 pt	↗ OU → 0,5 pt	
B Propositions de nouvelle répartition du linéaire développé en mètres linéaires **	5,13 ml 5,32 x 0,9647 1 pt	3,82 ml 2,66 x 1,4370 1 pt	2,90 ml 3,99 x 0,7267 1 pt	1,45 ml 1,33 x 1,0870 1 pt	13,30 ml
C Justifications	<p>Marque à forte demande, leader du sous-rayon, mais à faible marge unitaire. L'IS indique qu'elle est légèrement sur représentée, le linéaire accordé est un peu trop important par rapport à la marge brute dégagée. Il faut donc légèrement le diminuer.</p> <p>0,5 pt</p>	<p>Deuxième marque du sous-rayon au niveau de la demande, porteuse de marge, à développer dans le sous-rayon. L'IS indique qu'elle est sous représentée, le linéaire accordé est trop faible par rapport à la marge brute dégagée. Il faut donc l'augmenter de façon conséquente.</p> <p>0,5 pt</p>	<p>Troisième marque du sous-rayon au niveau de la demande avec une faible marge unitaire. L'IS indique qu'elle est sur représentée, le linéaire accordé est trop important par rapport à la marge brute dégagée. Il faut donc fortement le diminuer.</p> <p>0,5 pt</p>	<p>Marque à faible demande, mais à forte marge unitaire. L'IS indique qu'elle est légèrement sous représentée, le linéaire accordé est un peu trop faible par rapport à la marge brute dégagée. Il faut donc légèrement l'augmenter.</p> <p>0,5 pt</p>	

* : Utiliser les symboles ci-dessous pour compléter la ligne A :

→ maintien de linéaire développé actuel	↗ augmentation du linéaire développé actuel	↘ diminution du linéaire développé actuel	↘ suppression de la marque
---	---	---	----------------------------

** : Arrondir vos propositions quantifiées à deux chiffres après la virgule.

TABLEAU D' ANALYSE ET DE SÉLECTION DES CANDIDATURES

PARTIE .1. Analyse de la conformité des candidatures avec les exigences du profil de poste : Conseillère de vente « hygiène et beauté » 10 points

Exigences du profil de poste à vérifier à partir des éléments des CV 4 points	ÉLÉMENTS DU CURRICULUM VITAE 6 points					
	Candidature 1 : Me. DURAND 2 pts		Candidature 2 : Mlle. VALLIÈRE 2 pts		Candidature 3 : Me. BONNET 2 pts	
	Répond à l'exigence*	Justifications	Répond à l'exigence*	Justifications	Répond à l'exigence*	Justifications
25 ans minimum 1 pt	OUI	26 ans 0,25 pt	NON	21 ans 0,25 pt	OUI	28 ans 0,25 pt
Disponible à très court terme (< ou = à 1 mois) 1 pt	OUI	Actuellement à l'ANPE 0,25 pt	OUI	Préavis 1 mois 0,25 pt	OUI	Préavis 1 mois 0,25 pt
Diplôme d'esthétique et Bac. Pro. Commerce ou équivalent 1 pt	OUI	Bac. Pro. Commerce MAS esthétique 0,25 pt	NON	CAP et BEP, pas de Bac. Pro. ou équivalent 0,25 pt	OUI	CAP esthétique et Bac. Pro. Vente - Représentation 0,25 pt
Expérience d'un an en qualité de vendeuse en DPH ou équivalent 1 pt	OUI	Vendeuse chez Yves ROCHER, 2 ans 0,25 pt	OUI	ELS rayon parfumerie depuis 1 an 0,25 pt	OUI	Représentante chez Nivéa, 1 an 0,25 pt
Candidate retenue pour l'entretien d'embauche	OUI	La totalité des exigences sont remplies 1 pt	NON	Deux exigences ne sont pas remplies (âge et diplômes) 1 pt	OUI	La totalité des exigences sont remplies 1 pt

* : répondre par OUI ou par NON La réponse (oui ou non) et la justification correctes = totalité des points attribuée, sinon aucun point attribué.

PARTIE .2. Les principaux éléments du profil de poste à apprécier lors de l'entretien d'embauche 3 points

Éléments du profil de poste à apprécier lors de l'entretien d'embauche	Justification des choix
1. Sens de l'accueil et du conseil 0,5 pt	Aptitude difficile à évaluer à partir du CV, nécessite un échange avec les candidates pour demander des illustrations, des précisions 0,5 pt
2. Sens de l'organisation 0,5 pt	Aptitude difficile à évaluer à partir du CV, nécessite un échange avec les candidates pour demander des illustrations, des précisions 0,5 pt
3. Sens du travail en équipe 0,5 pt	Aptitude difficile à évaluer à partir du CV, nécessite un échange avec les candidates pour demander des illustrations, des précisions 0,5 pt