

**BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL SERVICES
(ACCUEIL - ASSISTANCE - CONSEIL)**

SESSION 2001

Calculatrice à fonctionnement autonome autorisée
(circulaire 99-186 du 16.11.99)

CORRIGÉ

E1 : EPREUVE SCIENTIFIQUE ET TECHNIQUE

Sous-épreuve A1 : Organisation et gestion de prestations de services

- Dossier 1	pages 2 et 3	28 points
- Dossier 2	page 4	13 points
- Dossier 3	page 5	17 points
- Dossier 4 (annexe 1 à rendre avec la copie)	page 6	10 points
- Dossier 5	page 7	12 points

Total des points

80 points

DOSSIER 1 (28 points)

A - ZONE DE CHALANDISE ET OBJECTIFS

12 pts

1° Déterminer le nombre de clients potentiels sur la zone de chalandise

- * Population totale : 345 000 personnes
- * Nombre de foyers : 345 000/4 : 86250
- * Nombre de foyers équipés en téléphone : $86250 \times 0,99 = 85387,5$
- * Nombre de foyers équipés en mobile : $85387,5 \times 0,04 = 3415,5$
- * Nombre de foyers équipés en ligne fixe : $85387,5 - 3415,5 = 81972$

9 pts

Concurrence

$$\begin{array}{l} * \text{Directphone : } 81972 \times 0,24 = 19673,28 \quad (\text{ou } 81\,972 \times 0,60 = 49\,183,2) \\ * \text{Téléaccess : } 81972 \times 0,16 = 13115,52 \\ \hline 32788,80 \end{array}$$

$$\text{Abonnés France-Télécom : } 81972 - 19673,28 - 13115,52 = 49183,20 \quad \approx 49183$$

$$\text{Clients potentiels TOP MESSAGE : } 49183,20 \times 0,112 = 5508,51 \quad \approx 5508$$

France-Télécom devra prospecter 5508 abonnés ligne fixe dans le cadre de sa campagne TOP MESSAGE.

3 pts

2° Nombre d'abonnements prévisionnel

France-Télécom estime à 30 % le nombre d'abonnements qui seront souscrits suite à la campagne de prospection :

$$5508 \text{ prospects contactés} \times 0,3 = 1652,40 \quad \approx 1652$$

France-Télécom se fixe un objectif de 1652 abonnements signés.

DOSSIER 1

B - PREPARATION DE L'ENTRETIEN TELEPHONIQUE

16 pts

1° Principales caractéristiques distinctives du service de TOP MESSAGE.

10 pts

- prend plusieurs appels simultanément et prend les appels quand la ligne est occupée,
- permet de filtrer et d'intercepter les appels ou de les renvoyer vers une messagerie sans sonnerie du poste,
- entre en service automatiquement avant même d'avoir été personnalisé,
- informe des nouveaux messages sur mobile, internet...

2° Deux objections et arguments à développer

6 pts

Objection client

Argument France-Télécom

1 pt	- "Ça va apporter des complications... Je viens de changer mon poste, c'est bon.."	* pas de matériel à installer * mise en service automatique	2 pts
1 pt	- "Ça va encore augmenter le montant de mes factures...."	* pas de frais de mise en service * consultation gratuite des messages * prix abonnement compétitif	2 pts

DOSSIER 2 (13 points)

1/ Profil de l'abonné type :

Il s'agit de relever pour chaque critère les modalités de réponse obtenant les plus grandes quantités d'abonnés, voire la majorité. 6 pts

Il semble que les abonnés France Télécom ayant été séduits par TOP MESSAGE sont plutôt des foyers d'au moins 5 personnes (1380) probablement des couples avec 3 enfants au moins. 3 pts

La tranche d'âge des abonnés le confirme : 30-50 ans (1412).

Ces foyers sont des artisans-commerçants (710) ou des cadres (809), pcs disposant de peu à leur domicile du fait de leur activité. 3 pts

Ils habitent principalement sur Alençon (1820) à part égale entre la maison individuelle (1300) ou l'appartement (1450).

2/ Repérer les habitudes de consommation des clientèles afin de :

4 pts

- déterminer les produits à promouvoir (sans consommation),
- les produits à proposer en priorité (le plus consommé).

3/ Autre produit France Télécom susceptible d'intéresser l'abonné type TOP MESSAGE.

3 pts

1^{ère} solution :

Bipappel (pour ceux qui ne l'ont pas) car déjà bien apprécié (1812 sur 2750 y sont abonnés. Un signal sonore avertit d'un nouvel appel si on est en communication. On peut prendre cet appel tout en gardant un correspondant de la 1^{ère} ligne. 1,5 pt

2^{ème} solution :

Les adultes du foyer ont entre 30 et 50 ans, leurs enfants sont ou seront bientôt des adolescents : la ligne Voice pourrait leur être proposée, d'autant plus qu'ils sont très peu nombreux à l'utiliser (2,6 %). 1,5 pt

Si la ligne de ces abonnés est souvent occupée, cela suppose qu'ils utilisent souvent et longtemps leur poste fixe : Top liste + facturation détaillée pour contrôler leur budget semblent bien adaptés.

DOSSIER 3 (17 points)

Présentation d'Internet, de ses principes, de ses applications

Plan :

10 pts

- Qu'est ce qu'Internet ? → www
- Principe de fonctionnement (ex : réseau d'accès, fournisseur d'accès, routeur, serveur ...).
Illustration par des exemples.
- Différence entre site et e-mail.
- Quelques exemples d'application : recherche sur site, envoi et réception de message, chat, fournisseurs....
- Equipement à posséder.

Exiger ces différents éléments.

Supports :

3 pts

- Poste multimédia avec modem.
- Diaporama.
- Tableau papier pour noter les termes clés ou rétro projecteur.
- Documentation (dépliant, fiche...).

Formule d'animation :

4 pts

- Intranet pour que 3 personnes occupant les 3 postes reçoivent et s'envoient des messages entre elles (graphique du courrier électronique).
- Recherche sur un site d'information concernant un sujet donné. Sa ville par exemple..
- Utiliser les liens entre les informations proposées.
- Recherche personnelle dans la page proposée par le moteur de recherche.

Accepter toute réponse cohérente.

DOSSIER 4 (10 points)

FICHE D'IMMOBILISATION			
Désignation : Micro-ordinateurs	Date d'inventaire : 31 mai N		
Coût d'acquisition HT : 32 583 (1,5 pts)	Durée d'utilisation : 24 mois (1 pt)		
Date d'acquisition : 01/06/N	Taux d'amortissement linéaire : 50 % (1,5 pts)		
Date de mise en service : 01/06/N			
PLAN D'AMORTISSEMENT			
ANNEE VALEUR D'ORIGINE	ANNUITE	CUMUL	VALEUR COMPTABLE NETTE
.N.....	16 291,50.....	16 291,50.....	16 291,50....
.N+1.....	16 291,50	32 583,00.....	0.....

4 pts

6 pts

DOSSIER 5 (12 points)

1) Désagréments subis par le client.

3 pts

- le client n'a pas pu bénéficier des avantages du service Top Message pendant 6 jours,
- il a peut-être perdu des appels importants et manqué des rendez-vous.

2) Conséquences de cette erreur pour France Télécom

sur le plan commercial	sur le plan administratif
<ul style="list-style-type: none">- gérer la réclamation (simple) : perte de temps- perte de client- perte financière	<ul style="list-style-type: none">- refaire l'opération d'abonnement coût, gestion du temps)- donner des consignes au personnel pour que cela ne se reproduise pas- tenue de statistiques, des situations similaires.

6 pts

3) Comment dédommager le client ?

- regagner sa confiance, en le contactant immédiatement la personnel.
- lui rappeler les différentes fonctions offertes par Top Message,
exemple : « journal » qui permet de connaître les appels reçus avec ou sans réponse,
- faire cadeau d'un mois d'abonnement à Top Message,
- offrir un autre service.

3 pts

Toute proposition peut être acceptée à condition d'être en relation avec la situation de M. MONETIE.