

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL

MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE

Option A : Animation et gestion de l'espace commercial

Session 2022

ÉPREUVE E2

ANALYSE ET RÉOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES

**Le dossier comporte 18 pages numérotées 1/18 à 18/18.
Assurez-vous que le dossier qui vous est remis est complet.**

**L'usage du dictionnaire n'est pas autorisé.
L'usage de la calculatrice avec mode examen actif est autorisé.
L'usage de la calculatrice sans mémoire « type collègue » est autorisé.**

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

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL METIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
Option A : ANIMATION ET GESTION DE L'ESPACE COMMERCIAL		
E2 – ANALYSE ET RESOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES		
SUJET	COEFF. 4	DURÉE : 3 heures
NC 22SN-MCV A 2 1	SESSION 2022	PAGE 1 sur 18

SOMMAIRE

Le contexte professionnel	3
Mission 1 – GÉRER L’ACTIVITE COMMERCIALE	4
Activité 1 - Optimiser la gestion des stocks	4
Activité 2 – Rechercher un nouveau fournisseur	5
Activité 3 – Utiliser des outils d’aide à la décision	5
DOSSIER RESSOURCES MISSION 1	6
Ressource A1 – Commandes passées le 22 février 2022 sur le site marchand d’ESSIA Créations	6
Ressource A2 – Extrait de l’état des stocks au 22 février 2022 du CRM d’ESSIA Créations	7
Ressource A3 – Avis des clients du site marchand d’ESSIA Créations	8
Ressource A4 – Les offres de fournisseurs potentiels	9
Ressource A5 – Les labels et les certifications des tissus	9
Ressource A6 – Extrait du tableau de bord ESSIA Créations des produits avec tissu non éco-responsable	10
Ressource A7 – Relevé de prix moyen de la concurrence sur les sites marchands avec tissus écoresponsables	10
 Mission 2 – DÉVELOPPER L’OMNICALITÉ AFIN DE DÉMARCHER UNE NOUVELLE CLIENTÈLE	 11
Activité 4 – Préparer l’action commerciale « Fête des mères » et communiquer sur le stand éphémère	11- 12
Activité 5 – Évaluer l’action « Fête des mères »	12
DOSSIER RESSOURCES MISSION 2	
Ressource B1 – Comment décorer sa boutique éphémère à moindre coût ?	13
Ressource B2 – Cibler sa communication sur les réseaux sociaux	14
Ressource B3 – Communiquer sur <i>Facebook</i>	15
Ressource B4 – Extraits du tableau de bord : Résultats semaine du 23 au 28 mai 2022	16
Ressource B5 - 5 caractéristiques indispensables pour un site e-commerce performant	17
Ressource B6 – Le magasin éphémère	18

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL METIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
Option A : ANIMATION ET GESTION DE L’ESPACE COMMERCIAL		
E2 – ANALYSE ET RESOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES		
SUJET	COEFF. 4	DURÉE : 3 heures
NC 22SN-MCV A 2 1	SESSION 2022	PAGE 2 sur 18



ESSIA Créations est un magasin virtuel qui vend des produits textiles faits mains, aux finitions soignées, créée en mars 2020 par Christine Racon. Son siège social est situé à Ozoir-la-Ferrière (Seine et Marne – 77). Son site marchand (www.etsy.com/fr/shop/essiacreations) propose une large gamme de produits pour femme (pochette zippée, trousse de maquillage, *tote-bag**...), enfant (sac à dos à colorier, trousse de toilette enfant...), bébé (trousseau bébé, sortie de bain...) et maison (sac à tarte, de *lunch bag*** isotherme, coussin...).

Ces produits textiles sont créés par Christine Racon qui recherche elle-même ses fournisseurs et crée ses modèles en fonction de la mode et des demandes de ses clients. Elle propose un service de personnalisation des modèles et les clients peuvent la contacter directement pour des commandes spéciales. Elle cible des femmes actives âgées de 30 à 50 ans avec un niveau de revenu élevé.

Son site marchand est rattaché à un site support « *Etsy* » ***. Elle communique régulièrement via les réseaux sociaux tels que *Facebook* et *Instagram*.

Les marchés du « fait main » et du « *made in France* » sont en plein essor et ont permis de répondre à une demande pendant le confinement. Après deux années d'activité, elle souhaite s'orienter vers des produits fabriqués avec des tissus éco-responsables et relevant du développement durable dont les trois piliers sont une responsabilité sociale, une performance économique et un engagement écologique.

Jusqu'à présent, elle a géré seule l'ensemble des tâches suivantes :

- création des produits ;
- mise en avant des produits ;
- gestion des stocks et des commandes ;
- gestion des réseaux sociaux.

Ses problématiques actuelles sont, de rester compétitive en changeant de positionnement commercial (développer une gamme éco-responsable) et de conquérir de nouveaux clients.

Elle vous engage comme assistant commercial pour assurer la gestion commerciale et l'aider à développer son activité. Pour cela, elle vous confie deux missions.

Mission 1 : Gérer l'activité commerciale

Mission 2 : Développer l'omnicanalité afin de démarcher une nouvelle clientèle

*Tote bag : sac en toile souple à deux anses, porté à l'épaule pour faire les courses

**Lunch bag : sac pour ranger et transporter le repas.

*** Site support : hébergeur de site e-commerce

BACCALAUREAT PROFESSIONNEL METIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
Option A : ANIMATION ET GESTION DE L'ESPACE COMMERCIAL		
E2 – ANALYSE ET RESOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES		
SUJET		COEFF. 4
		DURÉE : 3 heures
NC 22SN-MCV A 2 1	SESSION 2022	PAGE 3 sur 18

Mission I - Gérer l'activité commerciale

À partir du dossier ressources mission 1 et du contexte professionnel :

Dans le cadre de vos fonctions d'assistant commercial, vous avez en charge les opérations préalables à la vente.

Afin de rester compétitive face à une concurrence accrue, Christine Racon vous demande d'optimiser sa gestion des stocks et de trouver un nouveau fournisseur qui réponde à la demande d'une clientèle en pleine évolution.

Activité 1 – Optimiser la gestion des stocks

Avec le développement de l'activité sur le site marchand, la gestion des stocks est devenue une préoccupation centrale pour Christine Racon. En effet, les clients doivent réaliser des pré-commandes en ligne, que vous devez systématiquement valider dans un deuxième temps. Vous devez tenir compte des stocks et des délais de fabrication qui sont estimés à quatre semaines.

Aujourd'hui, le 23 février 2022, comme tous les matins vous consultez les pré-commandes effectuées sur le site marchand. Vous vérifiez la disponibilité de ces produits sur votre état de stock et prenez les décisions qui s'imposent.

Dans un second temps, vous préparez l'expédition des produits que vous confiez à un transporteur.

À partir des ressources A1 et A2 et de la mobilisation de vos compétences :

1.1. Vérifier la disponibilité des produits pré-commandés par les clients.

1.2. Commenter l'état des stocks des références : 40110 et 40211.

Proposer une solution pour chaque référence afin d'en optimiser la gestion.

Christine Racon vous explique qu'elle rencontre régulièrement des problèmes au moment des livraisons des commandes clients. Elle constate que la démarque est importante et souhaite la réduire. Elle vous demande d'analyser les causes et les conséquences de cette démarque, pour le client et pour l'entreprise.

À partir de la ressource A3 et de la mobilisation de vos compétences :

1.3. Repérer deux causes de la démarque à partir des avis clients.

1.4. Proposer deux solutions afin de lutter contre la démarque liée aux livraisons des commandes client.

1.5. Indiquer deux conséquences de cette démarque pour l'entreprise.

BACCALAUREAT PROFESSIONNEL METIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
Option A : ANIMATION ET GESTION DE L'ESPACE COMMERCIAL		
E2 – ANALYSE ET RESOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES		
SUJET	COEFF. 4	DURÉE : 3 heures
NC 22SN-MCV A 2 1	SESSION 2022	PAGE 4 sur 18

Activité 2 – Rechercher un nouveau fournisseur

Afin d'adapter l'offre aux nouvelles orientations de développement de l'entreprise, Christine Racon a recherché de nouveaux tissus et en a choisi quatre. Deux fournisseurs ont retenu son attention. Christine Racon vous demande de sélectionner celui qui répond le mieux à ses exigences d'éco-responsabilité pour la création de sa nouvelle gamme.

À partir des ressources A4 et A5 et de la mobilisation de vos compétences :

- 2.1. Comparer les offres des deux fournisseurs, en sachant que vous allez commander 5 mètres pour chacune des quatre références.
Présenter la réponse sous forme de tableau. Arrondir les calculs à 2 décimales.**
- 2.2. Sélectionner le fournisseur qui répond aux critères définis.
Justifier ce choix en lien avec le positionnement.**

Activité 3 – Utiliser des outils d'aide à la décision

Vous avez sélectionné le fournisseur qui répond à vos nouvelles exigences. Vous devez maintenant réajuster vos prix en fonction du nouveau positionnement. Les prix des nouveaux tissus éco-responsables sont 20 % plus cher. Les prix des autres matières premières (boutons, fermetures éclair, fils...) restent inchangés. À partir d'un relevé de prix de produits similaires sur différents sites marchands concurrents, Christine Racon vous demande de vérifier si ses prix restent compétitifs en gardant ses taux de marque initiaux.

À partir des ressources A6 et A7 et de la mobilisation de vos compétences :

- 3.1. Actualiser les données de gestion présentées en ressources A6 pour tenir compte de l'augmentation du coût d'achat des tissus.
Arrondir les nouveaux prix de vente TTC à l'entier le plus proche.**
- 3.2. Vérifier si les prix restent compétitifs.
Proposer, le cas échéant, une solution pour pratiquer une politique d'alignement sur les prix des concurrents.**

BACCALAUREAT PROFESSIONNEL METIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
Option A : ANIMATION ET GESTION DE L'ESPACE COMMERCIAL		
E2 – ANALYSE ET RESOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES		
SUJET	COEFF. 4	DURÉE : 3 heures
NC 22SN-MCV A 2 1	SESSION 2022	PAGE 5 sur 18

Ressource A1 - Commandes passées le 22 février 2022 sur le site marchand d'ESSIA Créations

The screenshot shows the 'Articles vendus' (Sold Items) page on an Etsy shop. The page lists several completed orders, each with a customer name, a reference number, a price, a quantity, a product description, and contact information. The orders are organized into two columns.

Customer	Ref	Price	Quantity	Product Description	Contact Info
Kim	20211	7€	3	Sac à dos enfant à colorier Motif « monstres »	40 rue de la liberté Dijon (21) Kim@free.fr 06 54 24 37 97
	40310	22€	1	Lunch bag isotherme	
	10510	22€	1	Grande trousse de toilette bébé nid d'abeille	
Alice	40310	22€	1	Lunch bag isotherme	4 pl Ch de Gaulle – Poitiers (86) Alice.giofo@gmail.com 06 07 08 45 67
Mohamed	30410	30€	1	Grand sac de plage doublé tissu déperlant avec poche zippée	45 rue de Paris – Orsay (91) Mohamed@laposte.net 07 87 76 45 67
	40110	10€	1	Sac à pain doublé et brodé	
Camille	10510	22€	1	Grande trousse de toilette bébé nid d'abeille	56 rue des Vignerons - Colmar (68) Chenny@hotmail.fr 06 54 27 94 09
	10110	25€	1	Sortie de bain / gant « Dinosaur »	
	10310	8€	1	Lingette	
Marie-Louise	30210	7€	2	Pochette zippée madras	65 rue de la gare – Niort (79) MI.Vitel@hotmail.fr 06 56 45 36 28
Candy	40110	10€	1	Sac à pain doublé et brodé	54 rue du bac - Asnières sur Seine (92) Candy_prat@gmail.com 07 67 35 67 36
	30350	15€	1	Trousse de maquillage matelassée « cerisiers en fleurs »	

Source interne

BACCALAUREAT PROFESSIONNEL METIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE			
Option A : ANIMATION ET GESTION DE L'ESPACE COMMERCIAL			
E2 – ANALYSE ET RESOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES			
SUJET		COEFF. 4	DUREE : 3 heures
NC 22SN-MCV A 2 1	SESSION 2022	PAGE 6 sur 18	

Ressource A2 – Extrait de l'état des stocks au 22 février 2022 du CRM d'ESSIA Créations

Réf	Désignation	PVHT (en €)	Quantité en stock	Date dernière vente	Disponible à partir de ...
GAMME BEBE					
10110	Sortie de bain / gant « Dinosaur »	20,83	3	10 février 2022	
10310	Lingettes	6,67	6	10 février 2022	
10410	Trousse/Lingettes « Dinosaur »	25	3	30 janvier 2022	
10510	Grande trousse de toilette nid d'abeille à personnaliser	18,33	1	15 février 2022	
GAMME ENFANT					
20210	Sac à dos enfant à colorier Motif « princesse »	5,83	6	20 février 2022	
20211	Sac à dos enfant à colorier Motif « monstres »	5,83	10	4 février 2022	
GAMME FEMME					
30110	Grande trousse de toilette matelassée	20	7	2 décembre 2021	
30210	Pochette zippée madras	5,83	3	8 janvier 2022	
30233	Pochettes zippées pour masque ou autre... / Vert	5,83	0	15 février 2022	28 février 2022
30310	Trousse de maquillage madras	12,5	6	8 février 2022	
30350	Trousse de maquillage matelassée « cerisiers en fleurs »	12,50	4	19 février 2022	
30360	Trousse Paris Chic 10.5 x 20 cm	5,83	10	21 janvier 2022	
30410	Grand sac de plage doublé tissu déperlant avec poche zippée	25	3	3 octobre 2021	
30511	Tote-bag doublé wax fleuri	12,5	1	17 février 2022	
GAMME MAISON					
40110	Sac à pain doublé et brodé	8,33	2	18 février 2022	
40111	Sac à pain doublé	6,67	6	2 février 2022	
40210	Sac à tarte rouge et blanc brodé	10,83	3	8 janvier 2022	
40211	Sac à tarte bleu et blanc brodé	10,83	12	2 décembre 2021	
40310	Lunch bag isotherme	18,33	0	18 février 2022	5 mars 2022

Source interne

BACCALAUREAT PROFESSIONNEL METIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE Option A : ANIMATION ET GESTION DE L'ESPACE COMMERCIAL		
E2 – ANALYSE ET RESOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES		
SUJET	COEFF. 4	DURÉE : 3 heures
NC 22SN-MCV A 2 1	SESSION 2022	PAGE 7 sur 18

Ressource A3 – Avis des clients du site marchand d'ESSIA Créations



Didier le 22 février



Je suis très mécontent de mon produit. Le carton est arrivé tout abimé et quand je l'ai ouvert, la sortie de bain avait un trou.

Article acheté



Réf 10110 - Sortie de bain / gant « Dinosaur »

Aurélie le 22 février



J'ai commandé le 21 janvier une trousse paris chic que je n'ai jamais reçue. Je veux bien que les délais de livraison soient longs, mais il doit y avoir un problème.

Article acheté



Réf 30360 - Trousse Paris chic

Source interne

BACCALAUREAT PROFESSIONNEL METIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
Option A : ANIMATION ET GESTION DE L'ESPACE COMMERCIAL		
E2 – ANALYSE ET RESOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES		
SUJET		COEFF. 4
DUREE : 3 heures		
NC 22SN-MCV A 2 1	SESSION 2022	PAGE 8 sur 18

Ressource A4 - Les offres des fournisseurs potentiels



SPÉCIALISTE TEXTILE
POUR PARTICULIERS ET PROFESSIONNELS

JPL Textiles « Made in tissus »
185 Route de la Sage ZA de la Sage
73330 DOMESSIN France
004 76 06 18 05
<https://www.madeintissus.fr/>

Compte professionnel : commande automatique en ligne.

7 % de remise sur les tissus

Prix moyen des 4 références sélectionnées :
21.50 € le m HT

Délai de livraison : 6 jours

Frais de livraison : 18.60 €

Paielement à 30 jours par virement

Tissus GOTS et label Oeko-tex standard 100

Source : <https://www.madeintissus.fr/>



StoffeBrünink & Hemmers GmbH
Adresse postale du siège :
Thüringer Str. 1, 48529 Nordhorn, **Allemagne**
Tél: 01 76 54 85 94
Fax: +49 (0)5 921 308 388 18
E-mail: service@tissus-hemmers.fr
<https://www.tissus-hemmers.fr/tissus-bio>

Compte professionnel

10 % de remise sur les tissus,

Prix moyen des 4 références
sélectionnées : 23.14 € le m HT

Frais de livraison : Franco de port

Délai de livraison : 8 jours

Paielement à 30 jours par virement

Tissus bio.

Source <https://www.tissus-hemmers.fr/>

Ressource A5 – Les labels et les certifications des tissus

La certification GOTS (*Global Organic Textile Standard*) garantit 95 % de fibres biologiques certifiées (cotons, laines, et toutes les fibres non artificielles. Cette certification prend en compte les facteurs environnementaux et les facteurs sociaux !

Les garanties GOTS pour les tissus bio :

- Moyens de production respectueux de l'environnement
- Produit dans le respect des conditions de travail pour les employés
- Fibres biologiques
- Sans intrants dangereux (métaux lourds toxiques, solvants aromatiques...)

Le **label Oeko-tex standard 100** garantit l'absence de produits toxiques pour la peau et pour l'environnement. Son appellation met en valeur les 100 critères minimaux devant être remplis à chaque étape du traitement du tissu (fils, teinture et matières premières utilisées) avant d'obtenir le label.

À noter : GOTS ou *Global Organic Textile Standard* est le label qui a cherché à harmoniser les pratiques de certifications des textiles biologiques dans le monde.

Source : <https://www.madeintissus.fr/>



BACCALAUREAT PROFESSIONNEL METIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
Option A : ANIMATION ET GESTION DE L'ESPACE COMMERCIAL		
E2 – ANALYSE ET RESOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES		
SUJET		COEFF. 4
DURÉE : 3 heures		
NC 22SN-MCV A 2 1	SESSION 2022	PAGE 9 sur 18

Ressource A6 – Extrait du logiciel de gestion d'ESSIA



Réf	Désignation	Coût de production		Marge (en €)	Taux de marque (en %)	Coefficient Multiplicateur	PVHT (en €)	PV TTC (en €)
		Prix du tissu non éco-responsable (en €)	Prix des autres matières premières* (en €)					
GAMME BEBE								
10110	Sortie de bain / gant « Dinosaur »	10,00	0,42	10,41	50	2,399	20,83	25,00
GAMME FEMME								
30310	Trousse de maquillage madras	4,00	1,25	7,25	58	2,857	12,50	15,00
GAMME MAISON								
40110	Sac à pain doublé et brodé	2,50	1,25	4,58	55	2,667	8,33	10,00

*Autres matières premières : tous les accessoires pour la fabrication (fermeture éclair, bouton, fil...)

Source interne

Ressource A7 - Relevé de prix moyen de la concurrence sur les sites marchands avec tissu éco responsable

Désignation	PV TTC (en €)
Sortie de bain / gant bébé	30,00
Trousse de maquillage femme	15,00
Sac à pain doublé	12,00

Source interne

BACCALAUREAT PROFESSIONNEL METIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE Option A : ANIMATION ET GESTION DE L'ESPACE COMMERCIAL		
E2 – ANALYSE ET RESOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES		
SUJET	COEFF. 4	DUREE : 3 heures
NC 22SN-MCV A 2 1	SESSION 2022	PAGE 10 sur 18

Mission II – Développer l’omnicanalité afin de démarcher une nouvelle clientèle

Christine Racon vend ses produits exclusivement à travers son site marchand et souhaite développer son activité en développant l’omnicanalité. Elle envisage pour la première fois, d’aller à la rencontre de ses clients sur des lieux de vente physique et a choisi d’ouvrir un stand éphémère (« *pop up* ») pour un évènement calendaire. Elle vous demande de préparer cette opération commerciale et sa communication. À la fin de l’opération commerciale, vous évaluez, en fonction des résultats, l’opportunité de sa reconduction.

À partir du dossier ressources mission 2 et du contexte professionnel :

Activité 4 – Préparer l’action commerciale « Fête des mères » et communiquer sur le stand éphémère

Christine Racon souhaite profiter de la période de la Fête des mères pour mettre en avant les produits de la gamme « Femme » et plus particulièrement, ceux dont le tissu utilisé est éco-responsable. Elle décide de louer un stand éphémère du lundi 23 mai au samedi 28 mai 2022, dans le centre commercial de Carrefour Pontault Combault en Seine et Marne (77), lors de l’évènement spécial « Fête des mères ». Cette opération sera également présente sur son site marchand.

À partir de la ressource B1 et de la mobilisation de vos compétences :

4.1. Indiquer quatre facteurs d’ambiance que vous pourriez mettre en place sur le stand éphémère, en adéquation avec la gamme de produits choisie. Justifier vos choix.

Afin de démarcher une nouvelle clientèle, il est nécessaire que Christine Racon communique sur l’évènement. *Facebook* est son réseau de prédilection. Christine Racon souhaite que vous lui prépariez la publication qui annonce l’évènement.

À partir de la ressource B2 et de la mobilisation de vos compétences :

4.2. Rédiger les éléments de la publication *Facebook*.

BACCALAUREAT PROFESSIONNEL METIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
Option A : ANIMATION ET GESTION DE L'ESPACE COMMERCIAL		
E2 – ANALYSE ET RESOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES		
SUJET	COEFF. 4	DURÉE : 3 heures
NC 22SN-MCV A 2 1	SESSION 2022	PAGE 11 sur 18

Actuellement elle communique via *Facebook* et *Instagram* pour les actualités de son site-marchand. Elle vous interroge sur les choix à adopter en termes de réseaux sociaux complémentaires pour promouvoir le stand éphémère « Fête des mères ». Elle ne dispose pas de budget pour cette communication.

À partir de la ressource B3 et de la mobilisation de vos compétences :

4.3. Sélectionner les réseaux sociaux complémentaires les plus adaptés à l'évènement « Fête des mères », et aux contraintes de Christine Racon. Justifier ces choix.

Activité 5 – Évaluer l'action « Fête des mères »

À la fin de la semaine de l'opération « Fête des mères », Christine Racon vous demande d'analyser les résultats de celle-ci. Elle veut savoir si l'opération est à renouveler. Elle vous charge de faire le bilan de cette action tant au niveau du site marchand que du stand.

À partir des ressources B4 et B5 de la mobilisation de vos compétences :

**5.1. Analyser les performances du site marchand.
Proposer deux axes d'amélioration.**

Elle vous demande, maintenant, de mesurer la rentabilité du stand en sachant que le coût du stand est de 350 € HT et que son taux de marque est à 49 % pour tous les produits. Le coût salarial n'est pas pris en compte.

À partir des ressources B4 et B6 de la mobilisation de vos compétences :

**5.2. Analyser les performances du stand éphémère.
Évaluer sa rentabilité.**

5.3. Conclure sur l'opportunité de reconduction de ce type d'opération pour le développement de l'entreprise. Justifier votre réponse.

BACCALAUREAT PROFESSIONNEL METIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
Option A : ANIMATION ET GESTION DE L'ESPACE COMMERCIAL		
E2 – ANALYSE ET RESOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES		
SUJET	COEFF. 4	DURÉE : 3 heures
NC 22SN-MCV A 2 1	SESSION 2022	PAGE 12 sur 18

Ressource B1 - Comment décorer sa boutique éphémère à moindre coût ?

[...]

Quelques astuces déco pour personnaliser votre boutique éphémère

Les plantes sont vos amies

Les plantes permettent d'apporter de la vie à une pièce et de lui donner du cachet. Vous pouvez agrémenter votre **espace de vente éphémère** de plantes diverses, que vous aimez et qui correspondent à votre univers.

De plus, le style tropical est très tendance en ce moment. Plantes suspendues, grands modèles ou plus réduits, utilisez-les pour mettre en valeur vos produits et meubler les espaces vides de votre **pop-up store** [...].

La décoration murale

Une excellente astuce pour apporter plus de dimension à votre **boutique éphémère** c'est d'habiller les murs ! Pour cela, les options sont multiples : affiches, tableaux, photos... toujours en rapport avec votre univers.

De plus, c'est une option qui peut être très économique dans la mesure où vous pouvez utiliser des cadres que vous avez déjà chez vous. Ou encore imprimer des photos de vos produits en grand format. [...]

On chine et on recycle

[...] La tendance est à l'*upcycling** ! Soit transformer des déchets en matériaux ou les transformer pour une autre utilisation. Vous avez peut-être une vieille échelle dont vous pouvez faire étagère en y rajoutant quelques planches de bois ?

Les caisses en bois ou les palettes de transport que vous pouvez trouver auprès des grands magasins constituent aussi de formidables ressources pour **créer vos propres supports**. Laissez parler votre créativité !

**upcycling* : recyclage « par le haut »

<https://www.l-emplacement.com/decorer-sa-boutique-ephemere/>

BACCALAUREAT PROFESSIONNEL METIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
Option A : ANIMATION ET GESTION DE L'ESPACE COMMERCIAL		
E2 – ANALYSE ET RESOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES		
SUJET	COEFF. 4	DURÉE : 3 heures
NC 22SN-MCV A 2 1	SESSION 2022	PAGE 13 sur 18

Ressource B2 - Cibler sa communication sur les réseaux sociaux

Réseau social	Caractéristiques
<p>Réseaux sociaux</p> 	<ul style="list-style-type: none"> Communiquer gratuitement et en continu. Diffuser des contenus personnalisés et interactifs. Présenter les nouveautés et les promotions. Cibler la clientèle. Générer des visites sur le site internet. Présenter des informations en temps réel, originales et attractives.
<p><i>Facebook</i></p> 	<p>Les internautes partagent une information assez généraliste sur ce réseau populaire grand public. <i>Facebook</i> propose de nombreux outils intégrés : les pages (pour créer un profil pour l'entreprise), les événements (pour communiquer sur les événements de l'entreprise), les groupes (pour impliquer votre audience autour de sujets spécifiques), <i>Messenger</i> (pour communiquer directement avec votre cible) 84 % des 18-29 ans ont un profil <i>Facebook</i> mais y sont peu actifs.</p>
<p><i>Twitter</i></p> 	<p>Plutôt prisé par le monde médiatique et journalistique avec une information de terrain. Ce réseau social fonctionne sur l'instantanéité avec de courts messages <u>Cible :</u> 18 - 34 ans : 47 % 35 – 54 ans : 44%</p>
<p><i>LinkedIn</i></p> 	<p>Plus adapté pour une communication <i>B to B</i>. Les recruteurs y vont dénicher leurs talents et les dirigeants d'entreprise partagent leur vision du monde. Ce réseau propose un service de publicité très précis. Les entreprises qui communiquent sur <i>LinkedIn</i> veulent souvent faire passer à leur cible le message qu'elles sont expertes dans leur domaine.</p>
<p><i>Instagram</i></p> 	<p>Idéal pour cibler les jeunes. Application de photos, chaque utilisateur possède une galerie de photos et peut créer des stories. <u>Cible :</u> 72 % des 13 – 17 ans 64 % des 18 – 29 ans 40 % des 30 – 49 ans Outil idéal pour une marque située dans le domaine du <i>lifestyle</i>* (mode, cuisine, beauté...) car c'est un secteur très visuel.</p>
<p><i>Snapchat</i></p> 	<p>Idéal pour cibler les jeunes et en particulier les adolescents, notamment si votre entreprise se situe dans le domaine du <i>lifestyle</i>. <u>Cible :</u> 69 % des 13 – 17 ans 68 % des 18 – 29 ans L'application repose sur un concept particulier puisque les vidéos et photos envoyées disparaissent une fois que le destinataire les a vues.</p>

D'après <https://www.smallbiz.ch/reseaux-sociaux-cible/>

* *Lifestyle* : style de vie, tendances

BACCALAUREAT PROFESSIONNEL METIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
Option A : ANIMATION ET GESTION DE L'ESPACE COMMERCIAL		
E2 – ANALYSE ET RESOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES		
SUJET	COEFF. 4	DURÉE : 3 heures
NC 22SN-MCV A 2 1	SESSION 2022	PAGE 14 sur 18

Ressource B3 – Communiquer sur *Facebook*

Créer des posts sur *Facebook* est un exercice qui paraît simple en théorie. Mais en pratique, ce n'est pas si aisé, et il faut le préparer en amont. Nous vous livrons notre recette pour **créer le post parfait sur *Facebook***. Ce n'est pas un secret : avec ses 2 milliards d'utilisateurs, *Facebook* est le **réseau social le plus utilisé au monde**.

Dans ces conditions, **comment créer un post parfait pour sa page *Facebook* entreprise ?**

Faites des publications courtes

[...] Un bon post doit être concis, marquant, captivant et agréable à lire. Les textes courts obtiennent un meilleur taux d'engagement – c'est à dire plus de mentions j'aime, de partages et de commentaires – que les textes longs car ils sont plus lus.

Vous devez aller droit au but, l'objectif de votre texte est de transmettre rapidement et simplement une idée ou une information. L'internaute doit en définitive, **comprendre rapidement votre objectif, la valeur de ce que vous proposez et ce qu'il a à y gagner**. Il est important de privilégier la qualité de vos informations plutôt que la quantité. Quelle que soit la nature de l'information (actualité, promo), cherchez à être **le plus direct et percutant possible**.

Un manque d'informations peut conduire à un désintéressement de l'internaute, mais un excès peut le faire fuir.

Communiquez avec des visuels, images ou vidéos

On ne peut pas envisager de bien communiquer sur *Facebook* sans utiliser des visuels de qualité. Une publication avec photos ou vidéo sera plus visible et aura un meilleur impact qu'un texte seul. [...]

La plupart des utilisateurs de *Facebook* survolent leur fil d'actualités, le visuel doit capter plus facilement leur attention. N'hésitez pas à **innover** et à **utiliser des visuels variés et pertinents**.

Si vous voulez que vos publications soient remarquées, joignez toujours une image ou une vidéo attractive à vos textes. [...] Vous pouvez aussi y rajouter votre logo afin d'être rapidement identifié (en tant que marque).

Utilisez des *Hashtags*

Les *Hashtags* (mots-dièse ou mots-clic selon Le Robert) sont des **balises qui vous permettent de regrouper des publications autour d'une même thématique**, et ce, **sur tous vos réseaux sociaux**.

Le # vous donne en effet la possibilité de faire du **cross média** : un Hashtag utilisé sur *Facebook* pourra être réutilisé sur *Twitter*, *Instagram*, *Linkedin*, *Youtube*, *Viadeo*, etc (très utile pour mesurer, d'une part la viralité d'un sujet, d'autre part pour déterminer sur quels réseaux votre audience est la plus active).

Engagez l'internaute

Un post parfait sur *Facebook* est un post qui **crée de l'engagement**. Placez à la fin de votre post **un call-to-action** (en français, un bouton d'appel à l'action) pour **amener le visiteur vers votre blog ou votre site internet**.

Il s'agit bien souvent du bouton "En savoir plus", "Acheter" ou encore "J'aime la page". Pensez toujours à intégrer un **CTA efficace**, afin de **pousser l'internaute vers l'action désirée**. Avoir des fans c'est bien, avoir des fans engagés, c'est mieux !

Source : D'après <https://digitalfreedomcaraiibe.com/10-bonnes-pratiques-pour-bien-communiquer-sur-facebook/>

BACCALAUREAT PROFESSIONNEL METIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
Option A : ANIMATION ET GESTION DE L'ESPACE COMMERCIAL		
E2 – ANALYSE ET RESOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES		
SUJET	COEFF. 4	DURÉE : 3 heures
NC 22SN-MCV A 2 1	SESSION 2022	PAGE 15 sur 18

Ressource B4 – Extraits des tableaux de bord : Résultats semaine du 23 au 28 mai 2022

Extrait du tableau de bord Site marchand « gamme Femme » semaine du 23 mai au 28 mai 2022



Objectif de ventes (en nombre de panier client)	Objectif Taux de conversion* (en %)	Objectif de chiffre d'affaires en HT (en €)	Nombre de Visites	Panier abandonné en quantité	Ventes réalisées (en nombre de panier client)	Taux de conversion réalisé (en %)	Chiffre d'affaires HT réalisé (en €)
145	2,8	2 460,00	5178	40	121	2,3	2 057,00

*taux de conversion = (Ventes réalisées / nombre de visites) x 100

Extrait du tableau de bord Stand éphémère « Fête des mères » du 23 mai au 28 mai 2022

Coût du stand éphémère HT (en €)	Objectif en chiffre d'affaires Total HT (en €)	Ventes en quantité Gamme « femme »	Chiffre d'affaires HT (en €) Gamme « femme »
350,00	4 500,00	284	4 653,00

Source interne

BACCALAUREAT PROFESSIONNEL METIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE			
Option A : ANIMATION ET GESTION DE L'ESPACE COMMERCIAL			
E2 – ANALYSE ET RESOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES			
SUJET		COEFF. 4	DUREE : 3 heures
NC 22SN-MCV A 2 1	SESSION 2022	PAGE 16 sur 18	

Ressource B5 – Cinq caractéristiques indispensables pour un site e-commerce performant

1 – Offrir une expérience m-commerce optimisée sur votre site e-commerce



Offrir la possibilité d'acheter via le mobile est devenu indispensable. Aussi, faut-il privilégier le développement d'un site web responsive ou une application.

La vitesse d'affichage impacte directement l'impression de fluidité (sur le site ou sur le mobile) et donc l'expérience de vos clients. C'est ainsi un élément majeur de réassurance qui nourrit la confiance de vos clients.

2 – Favoriser l'achat et améliorer l'expérience de votre site e-commerce par l'image

L'image est omniprésente et une bonne expérience d'achat doit appliquer cette règle. Un visuel de qualité est souvent associé à une qualité de produit dans l'esprit du consommateur. Il peut également contribuer à l'amélioration de l'expérience client. Votre image doit impérativement permettre de « prendre en main » le produit : gros plans, détails, matières...

Pour favoriser l'immersion, n'hésitez pas à recourir à des vidéos ou des vues 3D. C'est d'autant plus vrai que la recherche de produits par l'image est désormais pratique commune chez les consommateurs.

3 – Fluidifier le paiement de votre site e-commerce

Le paiement est une étape clé dans le processus d'achat. Voici deux recommandations pour accélérer la procédure d'achat et optimiser l'efficacité de votre site tout en augmentant le nombre de ventes et la satisfaction client :

- proposer plusieurs moyens de paiement,
- simplifier le tunnel de commande en donnant la possibilité de finaliser l'achat via un mode *guest* (invité), sans création de compte client, simplement via l'email et les informations nécessaires à la finalisation de la transaction.

4 – Améliorer la qualité de la recherche dans votre site e-commerce

Il ne faut pas négliger l'influence de votre propre moteur de recherche sur la satisfaction de vos clients. La recherche est l'élément central pour permettre à vos clients de parcourir votre catalogue et de trouver le produit correspondant à leur besoin. La pertinence de votre moteur de recherche et sa capacité à faire des suggestions jouent donc fortement sur la qualité de l'expérience client et influent sur le nombre de ventes clôturées via votre site.

Nouveauté : la recherche vocale prend de plus en plus d'importance : adaptez vos fiches produit dans ce sens.

5 – Offrir une expérience client personnalisée sur votre site e-commerce

Il est essentiel de donner la possibilité au client de choisir :

- son mode de livraison,
- ses moyens de contact (plus ces moyens sont démultipliés plus le client aura l'impression de contrôler sa relation avec votre site e-commerce),
- ses recommandations personnelles (à partir de ses achats ou de son panier, afin de lui proposer les produits les plus pertinents).

Source : <https://blog.ism.fr/5-caracteristiques-indispensables-pour-un-site-e-commerce-performant/>

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL METIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
Option A : ANIMATION ET GESTION DE L'ESPACE COMMERCIAL		
E2 – ANALYSE ET RESOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES		
SUJET	COEFF. 4	DURÉE : 3 heures
NC 22SN-MCV A 2 1	SESSION 2022	PAGE 17 sur 18

Ressource B6 - Le magasin éphémère

Ça y est, votre commerce est lancé ! Vous avez fait des ventes. Problème, vous êtes uniquement présent en ligne. Vos clients vous harcèlent sur les réseaux sociaux à coup de : “On voudrait voir la marchandise avant d’acheter.” “On voudrait vous rencontrer !”.

On a compris, ils veulent une boutique physique. Cependant, vous n’avez pas les moyens de vous payer une boutique toute l’année...

Pourquoi ne pas profiter d’événements particuliers pour ouvrir une boutique éphémère ou un *pop-up store** ?



Le budget de votre boutique éphémère

Nous n’allons pas vous mentir, pour lancer votre boutique éphémère : vous aurez besoin de dépenser un peu d’argent.

Communiquer en amont de l’ouverture de votre boutique

Lorsqu’on ouvre une boutique éphémère, il est important de communiquer en amont auprès de vos clients, notamment si ceux-ci ont l’habitude de vous voir sur internet plutôt qu’en vrai !

Les aspects juridiques et la réglementation liés au fonctionnement de votre boutique éphémère

Votre magasin éphémère devra juste être déclaré au Registre du commerce et des sociétés (RCS) comme “création d’un établissement secondaire à votre entreprise”.

Source : <https://www.thebusinessplanshop.com/fr/blog/creer-une-boutique-ephemere>

Pourquoi ouvrir une boutique éphémère ?



Source <https://www.carmila.com/boutiques-ephemeres/>

*Pop up store : boutique éphémère

*e-shop : boutique en ligne

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL METIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
Option A : ANIMATION ET GESTION DE L'ESPACE COMMERCIAL		
E2 – ANALYSE ET RESOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES		
SUJET	COEFF. 4	DURÉE : 3 heures
NC 22SN-MCV A 2 1	SESSION 2022	PAGE 18 sur 18