

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL

MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE

Option A : Animation et gestion de l'espace commercial

Session 2025

ÉPREUVE E2

ANALYSE ET RÉOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES

Le dossier comporte 19 pages numérotées 1/19 à 19/19.

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 MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
Option A : ANIMATION ET GESTION DE L'ESPACE COMMERCIAL		
E2 – ANALYSE ET RÉOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES		
SUJET	Coefficient : 4	Durée : 3 heures
25-BCP-MCVA-U2-MEAG2	page 1/19	

LA FOLLE ADRESSE

SOMMAIRE

Le contexte professionnel	3
MISSION 1 – PARTICIPER À L'APPROVISIONNEMENT DE L'UNITÉ COMMERCIALE PHYSIQUE ET VIRTUELLE	4
Activité 1 – Participer à la gestion des stocks du site internet marchand	4
Activité 2 – Lutter contre la démarque	5
Activité 3 – Sélectionner un nouveau fournisseur	5
DOSSIER RESSOURCES MISSION 1	6
Ressource A1 – Extrait des commandes du site internet marchand	6
Ressource A2 – Extrait de l'état des stocks du site internet marchand	7
Ressource A3 – Avis des clients sur le site internet marchand	8
Ressource A4 – Critères de sélection du nouveau fournisseur	9
Ressource A5 – Proposition commerciale du fournisseur Gousaveur	9
Ressource A6 – Proposition commerciale du fournisseur Alice Délice	10
MISSION 2 – PARTICIPER À LA MISE EN PLACE D'UNE OPÉRATION COMMERCIALE ET À SA COMMUNICATION	11
Activité 4 – Implanter les produits et mettre en scène l'offre	11
Activité 5 – Communiquer sur les réseaux sociaux	12
Activité 6 – Analyser les performances de l'opération « Cook chef »	12
DOSSIER RESSOURCES MISSION 2	13
Ressource B1 – Préconisations pour la sélection du mobilier	13
Ressource B2 – Caractéristiques de la poêle « La Fabuleuse » de Cookut	14
Ressource B3 – Recommandations pour la sélection des facteurs d'ambiance	15
Ressource B4 – Entretien avec Thibault – Organisation du concours « Cook chef »	16
Ressource B5 – Exemple de publication Facebook de l'enseigne	16
Ressource B6 – Tableau de bord des indicateurs d'attractivité de la publication Facebook	17
Ressource B7 – Augmenter son taux d'engagement sur Facebook	18
Ressource B8 – Indicateurs de performance de l'opération « Cook chef »	19

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
Option A : ANIMATION ET GESTION DE L'ESPACE COMMERCIAL		
E2 – ANALYSE ET RÉOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES		
SUJET	Coefficient : 4	Durée : 3 heures
25-BCP-MCVA-U2-MEAG2	page 2/19	

Le contexte professionnel

« La folle histoire de la Folle Adresse »



En 2012, un projet voit le jour dans la tête d'Amélie Bauvin et Thomas Poulain, respectivement restauratrice et ébéniste, accumulateurs compulsifs¹ et chineurs² dans l'âme. Ils lancent un site d'e-commerce appelé « La Folle Adresse » pour y proposer une sélection de produits originaux, décalés et éco-responsables, de la décoration, des produits culinaires et des jouets pour enfants.

Dans un second temps, à Boulogne-sur-Mer, ville côtière du nord de la France, dans le département du Pas-de-Calais, le premier magasin physique « La Folle Adresse » est ouvert. Il s'agit d'un *concept-store* (commerce de détail thématique) à la pointe de la décoration et un joyeux bazar poétique dans une ambiance colorée et bohème. Les clients peuvent y trouver des objets originaux et tendances pour la cuisine, en majorité écologiques ou dans une démarche verte.

En 2016, le second point de vente est ouvert à Wimereux (à 6 km de Boulogne-sur-Mer), avec une perspective de développement plus importante du fait de la situation géographique du magasin, dans une station balnéaire touristique, bénéficiant d'un plus fort pouvoir d'achat. L'année suivante, Thomas et Amélie embauchent Thibault pour les épauler dans la tenue des magasins et les seconder dans la logistique. Aujourd'hui, la société compte toujours les deux boutiques et le site internet marchand et propose un programme de fidélité avec une carte dématérialisée.

Depuis quelques mois, Thibault enregistre de plus en plus de réclamations de la part des clients concernant leurs commandes sur le site internet et s'inquiète de l'impact sur ses ventes et sur la fréquentation en magasin.

Pour dynamiser les ventes et créer du trafic en magasin, le point de vente de Boulogne-sur-Mer mise sur l'évènement « La côte d'Opale fête la mer », organisé par la ville au mois de mai et qui attire beaucoup de touristes, pour proposer une opération commerciale de grande ampleur.

Vous êtes employé en tant que conseiller de vente dans le magasin de Boulogne-sur-Mer depuis quelques mois. Le responsable Thibault vous demande de l'assister dans les diverses opérations de gestion du point de vente et du site internet. De plus, votre responsable compte sur votre implication pour mettre en avant la prochaine opération commerciale « Cook chef » et pour analyser les retombées commerciales de cette opération.

1 Personne qui éprouve constamment des difficultés à se séparer de ses biens, qui conserve des objets principalement parce qu'elle sent qu'elle doit le faire, peu importe la valeur de l'objet.

2 Chasseur de bonnes affaires.

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
Option A : ANIMATION ET GESTION DE L'ESPACE COMMERCIAL		
E2 – ANALYSE ET RÉOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES		
SUJET	Coefficient : 4	Durée : 3 heures
25-BCP-MCVA-U2-MEAG2	page 3/19	

Mission 1 – Participer à l’approvisionnement de l’unité commerciale physique et virtuelle

Le site internet « La Folle Adresse » permet de commander en ligne tous les articles disponibles en magasin et de se faire livrer gratuitement à son domicile. Certains produits de l’univers cuisine (cocottes et accessoires) connaissent depuis quelques temps un certain engouement de la part des clients. Les ventes en ligne ne cessent d’augmenter, ce qui engendre plus de tension dans la gestion du site en ligne. L’objectif est de répondre à cette nouvelle évolution tout en assurant la satisfaction de la clientèle.

Il a été constaté ces derniers mois que certaines commandes passées *via* le site internet ne peuvent être honorées à cause de ruptures de stock. Les clients sont mécontents lors de la livraison de leurs colis.

Thibault s’inquiète de l’impact de ces dysfonctionnements sur les ventes et sur l’image des points de vente. Il souhaite améliorer, d’une part, la gestion des stocks du site internet et, d’autre part, sélectionner un nouveau fournisseur pour éviter les ruptures de stocks sur les produits phares de l’univers cuisine en ligne et en magasin.

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

Activité 1 – Participer à la gestion des stocks du site internet marchand

Dans un souci de lutte contre les ruptures de stock, Thibault vous demande d’être très attentif à la disponibilité des produits en ligne. Nous sommes le 26 avril et comme chaque matin, vous consultez les commandes internet effectuées par les clients. Vous vérifiez la disponibilité des produits dans votre état de stocks et vous prenez les décisions qui s’imposent.

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

1.1 Vérifier la disponibilité de chaque produit commandé en ligne par les clients.

1.2 Commenter l’état des stocks suite à ces commandes.

1.3 Proposer trois solutions pour optimiser la gestion des stocks de ces produits sur le site internet marchand.

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
Option A : ANIMATION ET GESTION DE L’ESPACE COMMERCIAL		
E2 – ANALYSE ET RÉOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES		
SUJET	Coefficient : 4	Durée : 3 heures
25-BCP-MCVA-U2-MEAG2	page 4/19	

Activité 2 – Lutter contre la démarque

Lorsqu'un client réalise une commande sur le site internet, la préparation et la livraison sont réalisées en interne par l'équipe de vente de « La Folle Adresse ». Depuis quelque temps, Thibault constate des problèmes au niveau des commandes des clients. De nombreux clients sont mécontents et les réclamations se multiplient. Les dysfonctionnements engendrent une démarque importante.

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

2.1 Repérer les raisons qui ont engendré une démarque pour l'entreprise.

2.2 Indiquer quatre conséquences de ces démarques pour l'enseigne « La Folle Adresse ».

2.3 Proposer trois solutions pour lutter contre la démarque liée aux commandes des clients.

Activité 3 – Sélectionner un nouveau fournisseur

Pour adapter son offre aux tendances du marché, Thibault souhaite mettre en avant des produits très en vogue lors de l'évènement « La côte d'Opale fête la mer » et l'opération commerciale « Cook chef ». Il prévoit de réaliser une commande spéciale de 25 poêles Cookut La Fabuleuse « pivoine » et 25 poêles Cookut La Fabuleuse « polaire ». Ses fournisseurs actuels ne pouvant honorer cette commande exceptionnelle en totalité, il a décidé de faire jouer la concurrence.

À partir des ressources A4 à A6 et de la mobilisation de vos compétences :

3.1 Comparer les conditions commerciales des fournisseurs pour la commande exceptionnelle des poêles « La Fabuleuse » en tenant compte des critères de sélection de votre responsable.

3.2 Sélectionner le fournisseur le plus pertinent. Justifier votre choix.

Thibault applique habituellement les prix de vente toutes taxes comprises (TTC) conseillés par ses fournisseurs.

3.3 Calculer le coefficient multiplicateur pour chaque produit selon le fournisseur sélectionné si votre responsable décide d'appliquer le prix de vente conseillé. Détailler les calculs et arrondir à deux décimales.

Pour l'évènement « La côte d'Opale fête la mer », Thibault décide d'appliquer le coefficient multiplicateur de 2 pour fixer les prix de vente TTC des poêles La Fabuleuse « pivoine » et « polaire ».

3.4 Indiquer trois conséquences pour le point de vente d'appliquer ce coefficient multiplicateur de 2 sur cette gamme de produits.

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
Option A : ANIMATION ET GESTION DE L'ESPACE COMMERCIAL		
E2 – ANALYSE ET RÉOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES		
SUJET	Coefficient : 4	Durée : 3 heures
25-BCP-MCVA-U2-MEAG2	page 5/19	

Ressource A1 – Extrait des commandes du site internet marchand

☰

Commande

Commande

Livraison

Messagerie

Thibault

Commande client

" Boutique en ligne "

Le 26 avril 2025

COORDONNÉES CLIENT	DÉSIGNATION	QUANTITÉS	RÉFÉRENCES	PRIX UNITAIRE
Dupont Alice. 06 97 81 49 37	Cocotte 24cm "Polaire"	1	Réf : COC1248	130 €
7 rue Beaurepaire (62200) dupont.a@gmail.com	Couvercle tajine 24 cm	1	Réf : TAJ4796	30 €
Maison Théo. 07 45 13 69 71	Poêle la fabuleuse 28cm "Pivoine"	2	Réf : FAB2499	160 €
8 rue St Louis (75000) theo.f@live.fr	Ustensiles bois "Pivoine"	2	Réf : UST3497	20 €
Dupuis Anne. 06 74 23 89 00	Cocotte 28cm "Polaire"	4	Réf : COC1255	160 €
33 Bd de la liberté (11400) Adup@outlook.com	Livre recettes	3	Réf : LIV4795	20 €
Benbektî Alyssia 07 87 32 14 22	Cocotte 24cm "Polaire"	1	Réf : COC1248	130 €
3 Rue des écoles (13000) Benbektia@gmail.com	Gants torchon "Polaire"	5	Réf : GAN5794	30 €

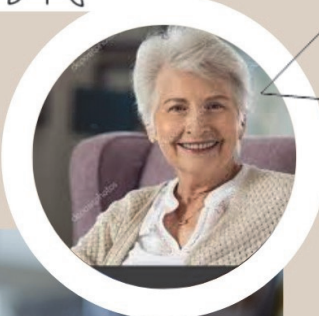
Source : les auteurs

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
Option A : ANIMATION ET GESTION DE L'ESPACE COMMERCIAL		
E2 – ANALYSE ET RÉOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES		
SUJET		Coefficient : 4
25-BCP-MCVA-U2-MEAG2		Durée : 3 heures
		page 6/19

Source : les auteurs

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
Option A : ANIMATION ET GESTION DE L'ESPACE COMMERCIAL		
E2 – ANALYSE ET RÉOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES		
SUJET		Coefficient : 4
		Durée : 3 heures
25-BCP-MCVA-U2-MEAG2		page 7/19




Olivia Wilson
 J'avais commandé une cocotte sur le site pour l'anniversaire de ma petite fille. Le carton est arrivé abîmé. Heureusement le produit n'a pas été impacté mais je suis déçue et je souhaite un geste commercial.




Léo Fraterni
 J'ai commandé le livre de recettes le 2 mars, nous sommes le 26 avril et je n'ai toujours pas reçu mon article. Je pense qu'il y a un problème avec ma commande et je n'ai aucun moyen de suivre mon colis. Je vais demander un remboursement.




Samira Hadid
 Les gants et torchons que j'avais commandés sont arrivés troués. Je trouve cela honteux, ces derniers valent tout de même 30 euros !




Herbert Nouva
 J'ai bien reçu ma commande mais ce n'est pas la cocotte bleue que j'avais commandée...elle est rouge ! Je ne souhaite pas la garder.

Source : les auteurs

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
Option A : ANIMATION ET GESTION DE L'ESPACE COMMERCIAL		
E2 – ANALYSE ET RÉOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES		
SUJET	Coefficient : 4	Durée : 3 heures
25-BCP-MCVA-U2-MEAG2	page 8/19	

Ressource A4 – Critères de sélection du nouveau fournisseur



Source : les auteurs

Ressource A5 – Proposition commerciale du fournisseur Gousaveur



Source : les auteurs

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
Option A : ANIMATION ET GESTION DE L'ESPACE COMMERCIAL		
E2 – ANALYSE ET RÉOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES		
SUJET	Coefficient : 4	Durée : 3 heures
25-BCP-MCVA-U2-MEAG2	page 9/19	

Fournisseur 2



ALICE DÉLICE

06.23.65.00.56

alicedelice@gmail.com

2, rue de la poule. 59000 Lille

Le 26 avril 2025

Objet : Proposition de collaboration
PJ: Catalogue fournisseur

Cher Thibault,

Je suis Alice, Directrice commerciale de chez Alice Délice, entreprise spécialisée dans la vente d'ustensiles de cuisine pour professionnels et amateurs.

Nous avons identifié votre entreprise, La Folle Adresse, comme ayant des valeurs et des objectifs en harmonie avec les nôtres. Nous pensons qu'une collaboration entre nos deux sociétés pourrait générer des opportunités.

Pour vous donner une idée plus précise, voici notre proposition commerciale concernant la poêle "La Fabuleuse Pivoine" de chez Cookut, référence: FAB2499. Nous proposons cette dernière au PA HT (Prix d'achat hors taxe) de 80 euros et au PV TTC conseillé (Prix de vente toutes charges comprises) de 160 euros. Pour "La Fabuleuse Polaire", notre PA HT est de 85 euros et notre PV TTC est de 165 euros.

Concernant nos conditions commerciales, nous effectuons une remise de 15 % sur le PA HT à partir de 50 produits commandés, le délai de paiement est de 60 jours date de facturation et nous effectuons un prix franco de port à partir de 1000€ d'achat HT. Le délai de livraison classique est de 15 jours mais nous vous proposons d'être livré sous 8 jours pour toute commande exceptionnelle.

Je serais ravie de collaborer avec vous et je reste à votre disposition pour toute information supplémentaire.

Dans l'attente de votre retour, veuillez recevoir, Thibault, l'expression de mes salutations les plus sincères.

Alice Délice

Directrice commerciale

Source : les auteurs

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
Option A : ANIMATION ET GESTION DE L'ESPACE COMMERCIAL		
E2 – ANALYSE ET RÉOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES		
SUJET	Coefficient : 4	Durée : 3 heures
25-BCP-MCVA-U2-MEAG2	page 10/19	

Mission 2 – Participer à la mise en place d'une opération commerciale et à sa communication

Que ce soit pour des raisons de santé, d'économie ou d'accomplissement de soi-même, le fait-maison alimentaire est redevenu à la mode. Cuisine maison, recettes bien-être ou santé, tous les aspects de la vie quotidienne sont concernés.

Pour surfer sur cette tendance et mettre à l'honneur la poêle à tout faire « La Fabuleuse » de Cookut, votre responsable organise en magasin un concours de cuisine « Cook chef ». Cet événement invite les lycéens et apprentis des formations culinaires du secteur géographique à participer.

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

Activité 4 – Implanter les produits et mettre en scène l'offre

Vous avez reçu la commande exceptionnelle des poêles « La Fabuleuse ». Thibault souhaite investir dans un nouveau meuble pour les mettre en avant le jour de l'opération commerciale « Cook chef ».

Il vous demande de participer à l'implantation de ces produits dans le magasin.

À partir des ressources B1 à B2 et de la mobilisation de vos compétences :

4.1 Sélectionner le meuble le plus adapté pour cette implantation. Justifier votre choix.

4.2 Calculer la capacité de stockage pour le meuble sélectionné. Détailler les calculs.

Thibault souhaite aménager la terrasse du point de vente où vont se dérouler le concours de cuisine « Cook chef », les démonstrations et les dégustations. Il vous rappelle que cette opération se déroule pendant l'évènement « La côte d'Opale fête la mer ».

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

4.3 Proposer cinq facteurs d'ambiance nécessaires à la théâtralisation du concours « Cook chef » pendant l'évènement « La côte d'Opale fête la mer ». Justifier vos propositions.

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
Option A : ANIMATION ET GESTION DE L'ESPACE COMMERCIAL		
E2 – ANALYSE ET RÉOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES		
SUJET	Coefficient : 4	Durée : 3 heures
25-BCP-MCVA-U2-MEAG2	page 11/19	

Activité 5 – Communiquer sur les réseaux sociaux

Le responsable de l'enseigne « La Folle Adresse » utilise régulièrement Facebook pour communiquer sur son actualité et ses nouveautés. L'opération « Cook chef » sera donc mise en avant sur Facebook.

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

5.1 Rédiger les éléments de la publication Facebook qui annonce l'opération « Cook chef ».

Activité 6 – Analyser les performances de l'opération « Cook chef »

La semaine suivant l'opération commerciale, Thibault vous demande d'analyser les performances de la publication Facebook pour l'opération « Cook chef » afin de connaître l'efficacité de votre communication digitale.

À partir des ressources B6 à B7 et de la mobilisation de vos compétences :

6.1 Analyser la réalisation des objectifs de la publication Facebook.

6.2 Proposer trois solutions pour améliorer l'engagement des abonnés lors d'une prochaine publication.

Thibault souhaite également évaluer les retombées commerciales de l'opération.

À partir de la ressource B8 et de la mobilisation de vos compétences :

6.3 Calculer les indicateurs de performance de l'opération :

- le chiffre d'affaires toutes taxes comprises (TTC) total de la journée ;
- le panier moyen ;
- le panier moyen d'un client encarté et le panier moyen d'un client non encarté ;
- le taux de transformation ;
- la part de chiffre d'affaires TTC des clients encartés ;
- le taux d'évolution du chiffre d'affaires TTC total ;
- le taux de réalisation des objectifs de vente de poêles.

Détailler les calculs et arrondir à deux décimales.

6.4 Analyser les résultats de l'opération « Cook chef ».

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
Option A : ANIMATION ET GESTION DE L'ESPACE COMMERCIAL		
E2 – ANALYSE ET RÉOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES		
SUJET	Coefficient : 4	Durée : 3 heures
25-BCP-MCVA-U2-MEAG2	page 12/19	

Ressource B1 – Préconisations pour la sélection du mobilier

NOTE : SÉLECTION DU MOBILIER



PRÉCONISATIONS

À l'occasion de notre concours de cuisine "Cook chef", nous avons décidé de mettre en valeur la poêle à tout faire "la Fabuleuse" de la marque Cookut. Ce concours aura lieu le samedi 10 mai 2025. Il est ouvert aux lycéens et étudiants inscrits dans une formation culinaire. Ils s'inscriront par équipe de 3 et cuisineront dans les poêles Cookut pour préparer des verrines. Les clients de la Folle Adresse présents seront invités à déguster et voter pour la meilleure verrine. Tu seras chargé d'implanter un maximum de poêles Cookut en magasin. Avant de les implanter, il faudra choisir le meuble le plus adapté afin de respecter la politique de l'enseigne.

Nous souhaiterions un mobilier à notre image, c'est-à-dire éco responsable et permettant de dégager une image qualitative et poétique de nos produits.

Meuble 1

Étagère Symira 4 tablettes bois



Dimensions

L x P x H : 170 x 50 x 220 cm
Matières principales : Métal et bois
Couleur : Noir et bois clair
Style industriel
Hauteur entre chaque étagère de 50 cm

Meuble 2

Rack métallique 4 niveaux



Dimensions

L x P x H : 150 x 60 x 200 cm
Matière: métal
Couleur : gris acier
Hauteur entre chaque étagère de 45 cm

Meuble 3

Présentoir 4 étagères en bois massif



Dimensions

L x P x H : 170 x 50 x 200 cm
Matière: bois massif
Couleur : naturel vernis
Hauteur entre chaque étagère de 50 cm
Forme légèrement arrondie

Sources : les auteurs et le site internet la Folle Adresse

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE
Option A : ANIMATION ET GESTION DE L'ESPACE COMMERCIAL

E2 – ANALYSE ET RÉOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES

SUJET

25-BCP-MCVA-U2-MEAG2

Coefficient : 4

Durée : 3 heures

page 13/19



Sources : les auteurs et le site internet Cookut

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
Option A : ANIMATION ET GESTION DE L'ESPACE COMMERCIAL		
E2 – ANALYSE ET RÉOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES		
SUJET	Coefficient : 4	Durée : 3 heures
25-BCP-MCVA-U2-MEAG2	page 14/19	

LA FOLLE ADRESSE MÉMO



À : Équipe de vente Boulogne-sur-mer

OBJET : **Recommandations – Facteurs d'ambiance**

DE : Thibault

DATE : 02 mai 2025

À l'occasion de l'évènement "La côte d'Opale fête la mer" et de notre concours de cuisine "Cook chef", je vous rappelle que la poêle à tout faire "la Fabuleuse", de la marque Cookut, sera mise en valeur.

Nos cuisiniers auront pour thème "le poisson", ce qui est évident lorsqu'on vit dans la ville du premier port de pêche de France. Je veux donc respecter le thème de la mer et de l'été pour la théâtralisation des produits et la mise en place des facteurs d'ambiance dans le magasin. Je vous laisse choisir une décoration et un code couleur en harmonie avec ce thème.

Indiquez-moi ce dont vous avez besoin pour égayer le magasin et faire vivre une belle expérience au client. Le stand de dégustation se tiendra en terrasse, devant le magasin puisque nous avons la chance d'être dans une rue piétonne. L'ambiance sera festive, une ambiance musicale serait la bienvenue.

De plus, la mairie a donné l'autorisation d'installer quelques mange debout. Les clients dégusteront les verrines proposées par nos cuisiniers.

Enfin, un animateur de la marque Cookut tiendra un stand pour apporter des conseils personnalisés aux clients intéressés par le produit. Il mettra des poêles à la disposition des clients pour montrer le principe des poignées détachables et prouver la légèreté du produit.

N'oubliez pas que le marketing sensoriel est votre meilleur allié pour proposer des facteurs d'ambiance adaptés.

Soyez créatifs et soignez la mise en scène !

Bon courage.


Thibault
Responsable



09.51.35.29.80

thibault.responsable@gmail.com



www.lafolleadresse.com

9 rue Victor Hugo 62200 Boulogne-sur-Mer



Source : les auteurs

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE
Option A : ANIMATION ET GESTION DE L'ESPACE COMMERCIAL

E2 – ANALYSE ET RÉOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES

SUJET

Coefficient : 4

Durée : 3 heures

25-BCP-MCVA-U2-MEAG2

page 15/19

Ressource B4 – Entretien avec Thibault – Organisation du concours « Cook chef »



Notre concours « Cook chef » aura lieu le samedi 10 mai, de 10h à 17h, pendant l'évènement « La côte d'Opale fête la Mer ». Nous allons profiter de ce week-end animé pour créer du trafic en magasin. Je souhaite donc que vous réalisiez une publication Facebook pour informer les clients de notre concours.

À cette occasion, les verrines cuisinées par les participants au concours dans la poêle à tout faire «La Fabuleuse» seront offertes à la dégustation aux clients qui pourront voter pour la meilleure équipe. Avant le concours, il faudrait avoir une idée du nombre de participants aux dégustations. Les personnes intéressées devront s'inscrire sur Facebook.

Gabin, un animateur de Cookut, sera présent pour répondre aux questions et présenter la poêle «La Fabuleuse».

Nous proposerons ce jour-là une offre de 10% de remise sur tout le magasin ainsi que les poêles « La Fabuleuse » à un prix préférentiel.

Source : les auteurs

Ressource B5 – Exemple de publication Facebook de l'enseigne

La Folle Adresse
25 mars · 🌐

JOUR -2 avant notre ATELIER BIEN-ÊTRE 🍷

Pour l'occasion, Amandine représentante de la marque **Panier des Sens** vous fera découvrir en avant-première la nouvelle gamme **SAFRAN**, des soins lift & fermeté, ainsi que la toute dernière fragrance **Pétale d'IRIS**, qui viendra enrichir les autres senteurs de la marque. 🌸 Une occasion unique de découvrir les secrets d'une peau éclatante 🧴👤

On a hâte de vous chouchouuuuuter ! 🍷

🕒 Horaire: 14h00 - 16h00
🆓 Atelier gratuit mais places limitées (envoyez-nous un message)
📍 Lieu: La Folle Adresse, Boulogne-sur-Mer #folleadresse #sens#Safran

EXTRAIT DE SAFRAN & PRÉ ET POSTBIOTIQUES
UN COMPLEXE UNIQUE AU POUVOIR ANTI-OXYDANT ET PROTECTEUR

ACIDE HYALURONIQUE
HYDRATANT ET RÉPULSANT

10 likes, 4 comments

Sources : Page Facebook La Belle Adresse et site internet Panier des sens

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
Option A : ANIMATION ET GESTION DE L'ESPACE COMMERCIAL		
E2 – ANALYSE ET RÉOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES		
SUJET	Coefficient : 4	Durée : 3 heures
25-BCP-MCVA-U2-MEAG2	page 16/19	

Ressource B6 – Tableau de bord des indicateurs d'attractivité de la publication Facebook

Nombre de *followers* : 10 000

	Indicateurs	Objectifs prévus	Objectifs réalisés	Taux de réalisation
VISIBILITÉ	Nombre de vues	800	950	118.75%
	Nombre de « j'aime »	110	160	145.45%
ENGAGEMENT	Nombre de clics sur « participera »	80	48	60.00%
	Nombre d'interactions*	350	240	68.57%
	Nombre de partages	40	27	67.50%

Source interne

* Les interactions englobent toutes les personnes **ayant cliqué au moins une fois** à n'importe quel endroit de votre publication : j'aime, commentaires, partager, un clic sur un lien, une photo, ceux qui ont regardé une vidéo, ceux qui ont mentionné une personne, ceux qui ont aimé un commentaire, ceux qui ont cliqué sur la page mentionnée.

Ressource B7 – Augmenter son taux d'engagement sur Facebook

Le taux d'engagement sur Facebook est un indicateur permettant de mesurer l'efficacité de votre contenu et stratégie sur la plateforme. (...)

Utilisation de Réels

Ces courtes vidéos dynamiques sont devenues un outil puissant pour capturer l'attention des utilisateurs et stimuler l'engagement. Les Réels offrent l'opportunité de participer à des défis de tendance ou d'utiliser des *hashtags* populaires. Ces éléments peuvent augmenter significativement l'engagement en plaçant votre contenu devant un public plus large et plus engagé. (...)

Création de contenu « humain »

Dans le paysage actuel des médias sociaux, dominé par une abondance de contenu, les publications qui véhiculent une touche humaine et authentique se démarquent en captivant davantage leur audience. En effet, l'engagement sur Facebook est fortement influencé par la capacité du contenu à établir une connexion émotionnelle, à susciter de la résonance et à refléter l'authenticité. Par exemple : des **portraits d'employés et anecdotes** qui permettent aux utilisateurs de voir les personnes réelles qui travaillent derrière les produits ou services ; des **storytelling et témoignages** pour raconter l'histoire de votre marque ou de vos clients. Les témoignages de clients satisfaits ou les récits de la manière dont votre produit/service a amélioré la vie de quelqu'un peuvent être très puissants ; un **contenu divertissant et humoristique** en intégrant de l'humour ou des éléments de divertissement dans vos publications peut augmenter l'engagement et des **publications participatives** pour encourager la participation de votre communauté, par exemple en demandant à vos abonnés de partager leurs propres histoires ou expériences liées à votre marque.

Utilisation stratégique des concours

Les concours sur Facebook représentent une tactique stratégique et efficace pour augmenter à la fois le nombre de fans et le niveau d'engagement. Bien conçus et correctement ciblés, ils peuvent dynamiser votre page, attirer de nouveaux abonnés et stimuler l'interaction avec votre contenu existant.

Redirection et intégration multicanal

L'utilisation stratégique de plusieurs canaux de communication pour diriger le trafic vers vos pages Facebook est une approche clé pour élargir votre audience et augmenter l'engagement. En intégrant et en synchronisant vos efforts marketing sur différentes plateformes, vous pouvez créer une stratégie multicanal cohérente et efficace. Utilisez votre site internet vos autres canaux de réseaux sociaux, comme Instagram, X (Twitter), LinkedIn, YouTube ou TikTok, pour promouvoir votre contenu Facebook. Incluez des liens (*Call to action*/appel à l'action) vers votre page Facebook dans vos bios et publications.

D'après : <https://mylittlebigweb.com/blogue/comment-augmenter-votre-taux-dengagement-sur-facebook/>

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
Option A : ANIMATION ET GESTION DE L'ESPACE COMMERCIAL		
E2 – ANALYSE ET RÉOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES		
SUJET	Coefficient : 4	Durée : 3 heures
25-BCP-MCVA-U2-MEAG2	page 18/19	

INDICATEURS	
Nombre de visiteurs	358
CA TTC clients encartés*	3380
CA TTC clients non encartés	1850
Nombre total de passage en caisse	112
Nombre de passages en caisse clients non encartés	46
Objectif de ventes de poêles "La Fabuleuse"	12
Vente de poêles "La Fabuleuse"	18

Données
Samedi 10 mai 2025

Le panier moyen et les chiffres d'affaires sont exprimés en euros.

Le chiffre d'affaires N-1 est de 2960 euros.

**individu ayant adhéré à notre programme de fidélité et qui est donc porteur de la carte fidélité dématérialisée.*

Thibault vous précise qu'habituellement le samedi est un jour de forte affluence (250 visiteurs), que le panier moyen est de 38 euros et le taux de transformation de 25 %

Source : les auteurs d'après des données internes

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
Option A : ANIMATION ET GESTION DE L'ESPACE COMMERCIAL		
E2 – ANALYSE ET RÉOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES		
SUJET	Coefficient : 4	Durée : 3 heures
25-BCP-MCVA-U2-MEAG2	page 19/19	