

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL
MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE

OPTION B
Prospection clientèle et valorisation de l'offre commerciale

Session 2023

Durée : 3 heures – Coefficient : 4

E2

ÉPREUVE TECHNOLOGIQUE
Analyse et résolution de situations professionnelles

Le dossier comporte 17 pages numérotées 1/17 à 17/17.

Assurez-vous que le dossier qui vous est remis est complet.

Les candidats répondent uniquement sur les copies remises par le centre d'examen.

L'usage du dictionnaire n'est pas autorisé.

L'usage de calculatrice avec mode examen actif est autorisé.

L'usage de 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 B Prospection clientèle et valorisation de l'offre commerciale		
E2 Analyse et résolution des situations professionnelles		
Durée : 3 heures	Coefficient : 4	SESSION 2023
SUJET	2306-MCVB2-2	Page 1 sur 17

SOMMAIRE

Le contexte professionnel 3

MISSION 1 : ORGANISER UNE OPÉRATION DE PROSPECTION 4 à 10

DOSSIER RESSOURCES MISSION 1

Ressource n°1 : Pyeta, une entreprise en pleine croissance	5 à 10
Ressource n°2 : Le concurrent Ripaton	6
Ressource n°3 : Le concurrent La fabrique des pieds	7
Ressource n°4 : Les consignes de Sylvain Delapré pour déterminer la clientèle cible	8
Ressource n°5 : L'évolution du chiffre d'affaires Pyeta	8
Ressource n°6 : Un extrait du fichier commandes clients particuliers Pyeta	8
Ressource n°7 : Un extrait du fichier commandes clients professionnels Pyeta	9
Ressource n°8 : Une enquête auprès des professionnels	9
Ressource n°9 : Un extrait du fichier des prospects professionnels	10
Ressource n°10 : L'efficacité de la prospection téléphonique	10

MISSION 2 : PARTICIPER À UN SALON PROFESSIONNEL 11 à 17

DOSSIER RESSOURCES MISSION 2

Ressource n°11 : Les 3 salons nantais dédiés à l'ameublement	12 à 13
Ressource n°12 : La fiche produit pied Mikado	13
Ressource n°13 : Le jeu concours Emmanuelle Rivassoux	14
Ressource n°14 : Les réseaux sociaux en B2B	14 à 15
Ressource n°15 : Les conseils pour rédiger votre post sur le réseau social	16
Ressource n°16 : La note laissée par Sylvain Delapré à l'issue du salon	16
Ressource n°17 : Les coûts d'un salon à Nantes	16
Ressource n°18 : Les résultats du salon	17

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
OPTION B Prospection clientèle et valorisation de l'offre commerciale		
E2 Analyse et résolution des situations professionnelles		
Durée : 3 heures	Coefficient : 4	SESSION 2023
SUJET	2306-MCVB2-2	Page 2 sur 17

PYETA

En 2016, ne trouvant pas dans le commerce ou sur internet des pieds originaux, nous nous sommes mis en tête d'en fabriquer pour nos propres créations (tables et autres meubles). Puis face à la demande de pieds de table uniquement, nous avons créé Pyeta afin de les distribuer aux particuliers bricoleurs et aux professionnels (menuisiers, designers, ébénistes, cuisinistes, agenceurs, architectes d'intérieur...)

Sylvain Delapré, fondateur de Pyeta



Lorsqu'il s'est lancé dans cette aventure en 2012, Sylvain Delapré voulait une entreprise responsable, durable et engagée. C'est ainsi qu'il a eu l'idée de restaurer des horloges anciennes avec des matières telles que le bois et le métal. Fort de ses compétences dans la transformation de ces matériaux, il se diversifie dans la fabrication de meubles de style industriel.

Suite au succès des ventes de tables, Sylvain Delapré est confronté au problème des tables imposantes à pied fixe qui sont difficiles à livrer.

C'est de ce constat qu'en 2016, PYETA a été créée. C'est une entreprise spécialisée dans la fabrication et la commercialisation de pieds de table industriels en acier démontables. La clientèle est composée de particuliers et de professionnels qui peuvent également passer commande sur le site internet <https://www.pyeta.fr/>.

PYETA est installée dans la zone Artipac à Tuffalun dans le Maine et Loire (49) où les produits sont présentés dans un showroom. La demande est croissante et Sylvain Delapré se rend compte que son équipe commerciale est trop restreinte pour développer sa clientèle. Pyeta doit être plus visible sur son marché.

C'est pourquoi Sylvain Delapré a décidé d'analyser l'offre concurrentielle afin d'adapter sa stratégie de prospection.

Il souhaite également mettre en place une opération commerciale d'envergure pour accroître sa notoriété auprès de ses prospects.

C'est dans ce contexte que vous intégrez l'entreprise PYETA en tant que commercial afin de mener différentes missions.

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
OPTION B Prospection clientèle et valorisation de l'offre commerciale		
E2 Analyse et résolution des situations professionnelles		
Durée : 3 heures	Coefficient : 4	SESSION 2023
SUJET	2306-MCVB2-2	Page 3 sur 17

MISSION 1 : ORGANISER UNE OPÉRATION DE PROSPECTION

Avant de cibler et prospector votre clientèle, Sylvain Delapré vous demande de vous informer sur l'offre du pied de table industriel et de vous familiariser avec les produits de ce marché.

Activité 1 : Se positionner par rapport à la concurrence

Sylvain Delapré vous remet une documentation sur l'entreprise et ses concurrents. Il vous demande d'étudier vos concurrents afin de mieux repérer vos avantages concurrentiels à mettre en avant auprès de vos prospects.

⇒ **À partir des ressources n° 1 à 3 et de vos compétences, réaliser les activités 1.1 à 1.2**

1.1 Relever en les présentant dans un tableau, trois forces et trois faiblesses pour chacun des concurrents de Pyeta.

1.2 Identifier trois avantages concurrentiels pertinents de Pyeta que vous pourrez mettre en valeur lors de votre prospection future auprès de vos clients.

Activité 2 : Identifier et cibler la clientèle à prospector

Souhaitant faire évoluer la stratégie de développement commercial de son entreprise, Sylvain Delapré souhaite que vous analysiez sa clientèle actuelle. Il attend vos propositions pour décider de la catégorie à prospector en priorité.

⇒ **À partir des ressources n° 4 à 7 et de vos compétences, réaliser l'activité 1.3.**

1.3 Déterminer la catégorie de clients vers laquelle l'entreprise devra cibler sa prospection et justifier le choix retenu avec trois arguments pertinents.

Activité 3 : Prospector la clientèle

Sylvain Delapré souhaite développer sa clientèle locale dans une zone géographique limitée à 200 km. Il vous demande de sélectionner les deux secteurs d'activité les plus porteurs pour effectuer votre prospection téléphonique. L'objectif de l'appel est de prendre rendez-vous afin de présenter l'entreprise PYETA et ses produits.

⇒ **À partir des ressources n° 8 à 10 et de vos compétences, réaliser les activités 1.4 à 1.6**

1.4 Lister les entreprises que vous allez démarcher en prospection téléphonique en justifiant votre choix.

1.5 Réaliser votre plan d'appel structuré afin de contacter les prospects sélectionnés pour leur proposer un rendez-vous.

1.6 Présenter l'analyse de la performance de votre prospection téléphonique. Citer trois autres moyens pour vous faire connaître auprès de votre nouvelle cible.

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
OPTION B Prospection clientèle et valorisation de l'offre commerciale		
E2 Analyse et résolution des situations professionnelles		
Durée : 3 heures	Coefficient : 4	SESSION 2023
SUJET	2306-MCVB2-2	Page 4 sur 17

Ressource n°1 : Pyeta, une entreprise en pleine croissance



Modèle MIKADO
Taille standard 560 €

Besoin d'un conseil ?

Tel: 02.52.47.02.41

Tel: 07.80.99.76.17

Nous contacter par Mail

SUIVEZ-NOUS



Au moment de la création de Pyeta, la tendance était au mobilier jetable et peu cher avec des matériaux de faible qualité. Sur la base de convictions fortes, Pyeta a voulu immédiatement créer des pieds de table originaux et personnalisables, de qualité supérieure, à partir de matériaux de qualité, très solides et durables et les commercialiser sans intermédiaire et au prix juste. L'entreprise adopte une démarche éco-responsable avec une production locale, des fournisseurs proches géographiquement et une optimisation de la livraison avec des pieds démontables.

C'est le seul fabricant à proposer des pieds XXL* adaptés à des tables de 4 mètres de long. Le coût du transport est optimisé car les pieds sont livrés en kit prêts à monter.

Tous les produits présentés sur le site internet sont en stock et peuvent être envoyés dans la journée. Pour les produits sur mesure, il faut prévoir un délai de 2 semaines.

Caractéristiques	
Nombre de modèles	30
Tailles	Existents en 3 tailles. La taille classique peut supporter jusqu'à 300 kg et le modèle XXL jusqu'à 500 kg. Possibilité d'autres tailles sur mesure.
Dimension du piétement	Solidité assurée par une fabrication à partir de tubes acier carrés ou ronds 10 cm X 10 cm
Finitions	Thermolaqué noir (plus solide que la peinture) ou 15 autres couleurs sur mesure
Démontable	Oui
Livraison	Expédié, démonté sur palette et livré par transporteur en France métropolitaine pour un coût de 40 €. Livraison gratuite à partir de 169 € TTC d'achat.
Païement	Uniquement sur le site internet à la commande.

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

(*) de grande taille

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
OPTION B Prospection clientèle et valorisation de l'offre commerciale		
E2 Analyse et résolution des situations professionnelles		
Durée : 3 heures	Coefficient : 4	SESSION 2023
SUJET	2306-MCVB2-2	Page 5 sur 17

Ressource n°2 : Le concurrent Ripaton

Extrait du site internet <https://www.ripaton.fr/fr/nos-pieds-de-tables/>

CONCEPT ESPACE PRO FAQ COMPTE

RIPATON

PIEDS DE TABLE PIEDS DE MEUBLE ÉTAGÈRES & SUPPORTS MURAUX PORTANTS KIDS SUR MESURE GAMME PRO KITS & ACCESSOIRES CONSEILS & DIY

L'Élégant - Mikado - Pied central - Acier

★★★★★ Basé sur 26 avis En stock !

Hauteur: 72cm

Coloris:

3x Paiement en 3x sans frais*

- 1 + AJOUTER AU PANIER - 490,00 €

Notre pied central Mikado revisité à la sauce Ripaton !

Fabriqué en acier solide et design, ce pied central est idéal pour vos grandes tables à manger ou tables de réunion.

Adapté à vos tables de 140 à 230 cm

Cliquez pour agrandir Voir en 3D

Ils ont craqué pour nous

(et ça nous fait plaisir)

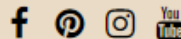
GRAZIA

marie claire
Maison

Maison & Travaux

La communauté Ripaton

Suivez-nous sur nos différents réseaux



LE CONCEPT RIPATON : FABRIQUER POUR DURER

Ripaton fabrique des pieds en acier, des portants et des étagères en acier. Les pieds et le mobilier sont **traités anti-rouille, sont solides et originaux**. L'entreprise tient à créer des produits de qualité, durables, éco-responsables et **100% fabriqués en France** au sein de son atelier.

Tous les modèles standards sont en stock et peuvent être envoyés sous 24 heures. Pour les produits sur mesure, prévoir un délai de 2 à 3 semaines.

Caractéristiques	
Nombre de modèles	15
Tailles	Existe en 1 taille standard. Peut supporter jusqu'à 250 kg. Possibilité d'autres tailles sur mesure.
Dimension du piètement	Fabriqué à partir de tubes acier rectangulaires 6 cm X 3 cm
Finitions	Thermolaqué noir ou blanc (plus solide que la peinture), vernis mat, acier brut, ou 15 autres couleurs sur mesure
Démontable	Non
Livraison	Livraison par transporteur : 60 €
Paie ment	Uniquement sur le site internet, possibilité de paiement 3 fois sans frais.

Source : <https://www.ripaton.fr/fr/nos-pieds-de-tables/>

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
OPTION B Prospection clientèle et valorisation de l'offre commerciale		
E2 Analyse et résolution des situations professionnelles		
Durée : 3 heures	Coefficient : 4	SESSION 2023
SUJET	2306-MCVB2-2	Page 6 sur 17

The screenshot shows the website 'LA FABRIQUE DES PIEDS'. At the top, there is a navigation menu with links: NOS PIEDS, NOS PLATEAUX, QUEL PIED CHOISIR?, NOTRE HISTOIRE, INSPIRATION, CONTACT, BLOG, LE GRENIER, and ESPACE PRO. Below the menu is a banner that reads 'TOUS NOS PIEDS SONT FABRIQUÉS DANS LE NORD DE LA FRANCE'. The main content area features a product page for 'GRAND PIED MIKADO 71 CM' priced at 381,00 € TTC. A description states: 'Le grand pied mikado est un dérivé du pied circonflexe 71 cm. Les 4 branches sont soudées pour créer un pied plein. Il est fait pour des plateaux rectangulaires et ovales, de largeur de 85cm à 110cm et de longueur de 150cm à 220cm et donc pour 6 à 8 convives.' There is a 'Couleur' section with a warning: 'BRUT NON VERNIS - ATTENTION : aucune protection n'est appliquée, rend visible les traces de meulage sur les extrémités du pied.' A quantity selector is set to 1, and there is an 'AJOUTER AU PANIER' button with a note 'Nécessite un délai de fabrication'. A social media bar at the top left shows icons for Instagram, Pinterest, Facebook, YouTube, LinkedIn, and a phone number 09.72.61.48.41.

UN SAVOIR-FAIRE MADE IN FRANCE

Provocateur de tendances, nous croyons que le beau peut être accessible à tous. A la Fabrique, notre mission est de faire des produits de qualité artisanale à un prix très abordable tout en assurant des délais de fabrication courts à qualité constante. Tous nos produits sont fabriqués à la commande. Cette mission s'exprime au travers de notre savoir-faire où tout est pensé, créé et fabriqué depuis la France. Notre aventure est une histoire de rencontres et d'audace.



Démarche éco-responsable : nous proposons des produits de seconde main à prix cassés (shootings ou prototypes, retours ou annulations clients...).

Caractéristiques	
Nombre modèles	de 13
Tailles	Existe en 1 seule taille pour des tables de 150 à 220 cm. Peut supporter jusqu'à 250 kg.
Dimension du piètement	Fabriqué à partir de tubes acier rectangulaires 8 cm X 3 cm
Finitions	Non vernis non traité. Peinture métal. 35 coloris au choix.
Démontable	Non
Livraison	Expédié 5 jours après la commande, monté sur palette et livré par transporteur en France métropolitaine pour un coût de 49 €. Considéré comme produit volumineux.
Paiement	Uniquement sur le site internet, possibilité de paiement en 3 fois sans frais.

Source : <https://www.lafabriquedespieds.com/fr>

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
OPTION B Prospection clientèle et valorisation de l'offre commerciale		
E2 Analyse et résolution des situations professionnelles		
Durée : 3 heures	Coefficient : 4	SESSION 2023
SUJET	2306-MCVB2-2	Page 7 sur 17

Ressource n°4 : Les consignes de Sylvain Delapré pour déterminer la clientèle cible

Pour vous aider à choisir la catégorie de clients vers laquelle l'entreprise devra cibler sa prospection, vous devrez :

- calculer l'évolution du chiffre d'affaires entre 2020 et 2022 de chaque catégorie de clientèle ;
- déterminer la part de chiffre d'affaires réalisée par chaque catégorie de clients pour chaque année ;
- analyser les commandes clients de l'entreprise Pyeta.

Ressource n°5 : L'évolution du chiffre d'affaires de Pyeta

Année	Chiffre d'affaires TTC annuel en €		TOTAL
	Clientèle des particuliers	Clientèle des professionnels	
2020	76 500 €	13 500 €	90 000 €
2021	155 000 €	47 500 €	202 500 €
2022	138 500 €	102 000 €	240 500 €

Source : document d'auteurs

Ressource n°6 : Un extrait du fichier commandes clients particuliers Pyeta

Nom du client	Date de commande	Produit commandés	Montant de la commande en € TTC
ARTIS Jeanne	24/09/2022	Pied Mikado XXI	793 €
BLOUIN Arthur	19/04/2021	Pied Minikado	335 €
DUJARDIN Eric	13/10/2020	Pied Mikado medium	544 €
DUVERGNE Mélissa	30/01/2019	Pied Osaka	445 €
FAVET Damien	29/08/2020	Pied Tukado	560 €
FIRMIN Daniel	12/06/2021	Pied Mikado	560 €
GAVIN Théo	28/07/2021	Pied sur mesure	760 €
HERVOUET Simon	25/03/2019	Pied Mikado medium	544 €
	12/06/2022	Pied Chiba	750 €
HULIN Alexandre	23/02/2022	Pied Tukado	560 €
MARTIN Kevin	18/03/2021	Pied Tokyo	500 €
PRUDHOMME Jean	30/05/2021	Pied Quikado	520 €

Source : document d'auteurs

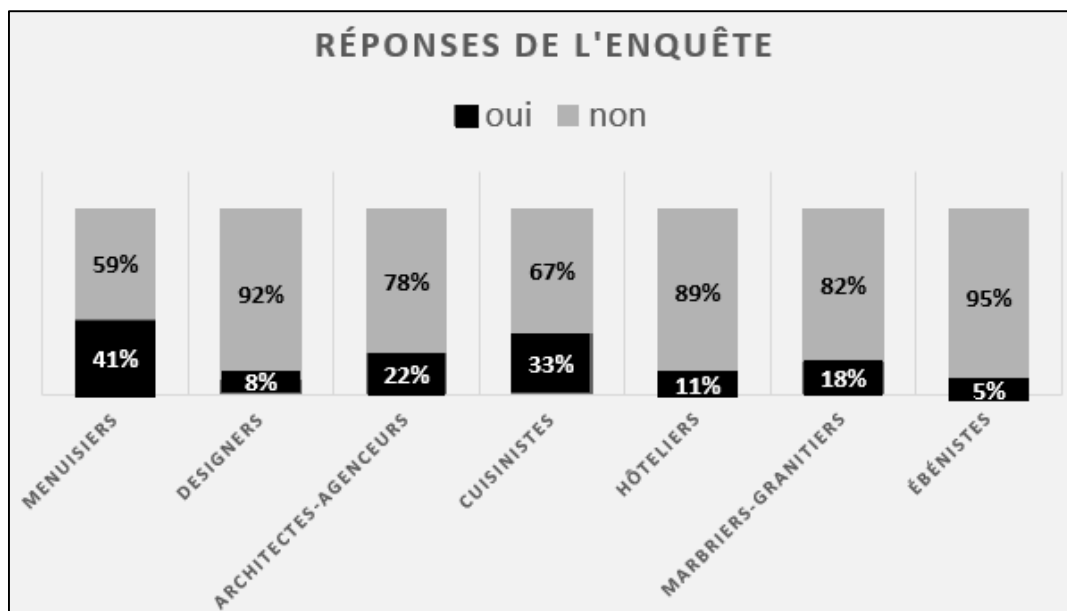
Ressource n°7 : Un extrait du fichier commandes clients professionnels Pyeta

Nom de l'entreprise	Date de commande	Produit commandé	Montant de la commande en € TTC
Atelier Laio	25/02/2021	Pied Quikado NM	544 €
Praticuisine	17/05/2020	Pied Mikado NM	560 €
	30/03/2021	Pied Quikado sur mesure	765 €
	03/08/2022	Pied Mikado NM	560 €
Entreprisetahri et fils	09/10/2021	Pied Quikado	520 €
	20/09/2022	Pied Quikado	520 €
Enseigne Comera	04/12/2021	Pied Tokyo	500 €
	19/07/2022	Pied Mikado NM	560 €
Menuiserie Reymond	21/03/2021	Pied Quikado VM	617 €
	19/09/2021	2 Tripodes	540 €
	09/05/2022	Pied Quikado XXL galva	1 205 €
	09/01/2023	Pied Quikado VM	617 €
SARL Gemmi	13/09/2022	Pied Minikado + Mikado XL	1 050 €
	05/02/2023	Pied Quikado VM	617 €
Rasclé Agencement	17/11/2022	Pied Mikado NM	560 €
Meubles bois Massifs	30/03/2022	Pied Mikado XXI	793 €
	19/05/2022	Pied Minikado	335 €
	23/11/2022	Pied Mikado NM	560 €
	16/02/2023	Tripode sur mesure	590 €

Source : document d'auteurs

Ressource n°8 : Une enquête auprès des professionnels

Une enquête a été menée auprès des fabricants de table sur mesure. La question posée était « **Seriez-vous prêt à acheter des pieds de table en acier style industriel pour concevoir vos créations ?** »



Source : document d'auteurs

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
OPTION B Prospection clientèle et valorisation de l'offre commerciale		
E2 Analyse et résolution des situations professionnelles		
Durée : 3 heures	Coefficient : 4	SESSION 2023
SUJET	2306-MCVB2-2	Page 9 sur 17

Ressource n°9 : Un extrait du fichier des prospects professionnels

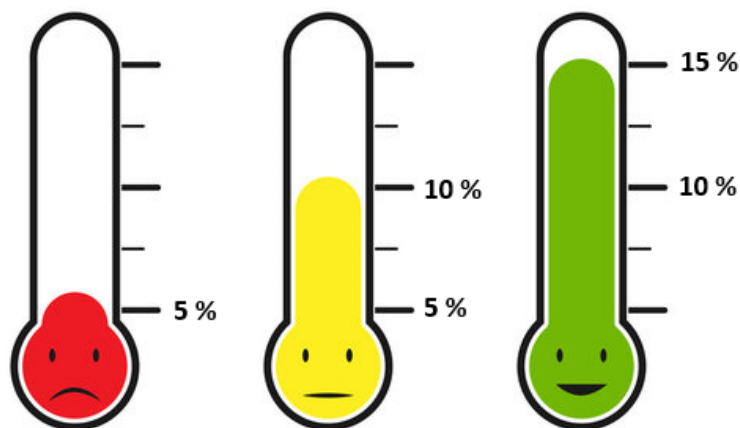
Nom	Ville	Secteur d'activité	Distance par rapport à l'entreprise en km
Marbrier Laio	Vihiers	Marbrier	15
Praticuisine	Orléans	Cuisiniste	250
Enseigne Comera	Rennes	Cuisiniste	180
Menuiserie Reymond	Tuffalun	Menuisier	8
L'Artisan du bois	Vihiers	Ebéniste	25
Cuisine Arthur Bonnet	Saumur	Cuisiniste	50
Penchaud Fils	Angers	Ebeniste	120
Créateurs menuisiers Artisans Réunis	Le mans	Menuisier	190
Jérôme Deray Artisan Créateur	Bordeaux	Menuisier	430
SLM Créations	Martigné	Agenceur	15
Fap Concept	Thouarce	Designeur	35
Ixina 6	Cholet	Cuisiniste	80
Atelier 23	Trelaze	Agenceur	140
0Hotel Royal	Vihiers	Hotelier	25
Design Rouet	Chalone	Designeur	78
Archi concept	Somloire	Architecte	60
Meubles bois Massifs	Cholet	Menuisier	75
Julien Oger Cuisine	Angers	Cuisiniste	120
Concept Ameublement	Le mans	Agenceur	180
Hôtel du centre	Orléans	Hotelier	250
Agenceurs Potier & fils	Orleans	Agenceur	250
Cuisinela	Brest	Cuisiniste	380
Draco Marbrier	Vihiers	Marbrier	25

Source : Document d'auteurs inspiré du fichier entreprise Pyeta

Ressource n°10 : L'efficacité de la prospection téléphonique

Nombre de prospects contactés : 91

Nombre de rendez-vous obtenus : 13



Votre taux de prise de rdv est trop faible, il faut revoir votre technique ou mieux cibler les prospects

Votre taux de prise de rdv n'est pas mauvais mais peut être amélioré

Votre approche téléphonique pour prendre des rdv est efficace

Source : document d'auteurs inspiré de <https://www.citizencall.fr/>

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
OPTION B Prospection clientèle et valorisation de l'offre commerciale		
E2 Analyse et résolution des situations professionnelles		
Durée : 3 heures	Coefficient : 4	SESSION 2023
SUJET	2306-MCVB2-2	Page 10 sur 17

MISSION 2 : PARTICIPER À UN SALON PROFESSIONNEL

Cette année, Sylvain Delapré souhaite participer à un salon professionnel nantais dédié à l'ameublement. La cible de PYETA regroupe les professionnels du meuble (menuisiers, ébénistes, cuisinistes, agenceurs, architectes d'intérieur). Il vous confie la préparation du salon puis l'analyse des résultats.

Activité 1 : Justifier la participation à un salon professionnel

Votre responsable vous associe à sa réflexion pour participer à un salon, puis sélectionner le plus adapté. Sylvain Delapré s'est renseigné auprès de la société Exponentes qui organise et gère les événements nantais. Celle-ci lui propose trois possibilités.

⇒ **À partir de la ressource n° 11 et de vos compétences, réaliser les activités 2.1 à 2.2**

2.1 Présenter à votre responsable quatre bonnes raisons de participer à un salon.

2.2 Sélectionner le salon le plus approprié en justifiant votre choix par trois éléments.

Activité 2 : Préparer le salon

Lors du salon, vous serez amené à relever des contacts et à prendre des commandes. Sylvain Delapré souhaite vous confier la réalisation de tâches préparatoires pour anticiper les activités.

⇒ **À partir des ressources n° 12 à 15 et de vos compétences, réaliser les activités 2.3 à 2.6**

2.3 Concevoir la fiche contact qui vous servira à collecter les informations commerciales auprès des prospects.

2.4 Présenter sous forme d'un tableau trois arguments de vente structurés pour le modèle Mikado en fonction des mobiles d'achat possibles pour la clientèle.

Dans le but d'attirer un maximum de prospects au salon, votre responsable souhaite organiser un jeu concours, « Gagnez un post avec Emmanuelle Rivassoux », à destination des fabricants de meubles qui se déplaceront sur le stand Pyeta. Le gagnant aura la chance d'apparaître dans un post de l'influenceuse déco n°1 en France. Cela permettra au vainqueur de gagner en notoriété, d'améliorer sa visibilité et de développer sa clientèle.

Sylvain Delapré vous demande de communiquer sur un réseau social à propos de votre présence sur le salon et du concours pour informer votre cible de prospects.

2.5 Sélectionner le réseau social le plus adapté à votre cible et à votre message en justifiant votre choix.

2.6 Rédiger la publication qui apparaîtra sur le réseau social que vous avez choisi.

Activité 3 : Analyser les résultats du salon

Le salon s'achève. Vous avez eu l'occasion d'enregistrer des commandes et vous disposez des premières retombées de votre participation. Votre responsable souhaite maintenant analyser les résultats.

⇒ **À partir des ressources n° 16 à 18 et de vos compétences, réaliser les activités 2.7 à 2.8**

2.7 Évaluer la rentabilité financière de la participation de l'entreprise Pyeta au salon.

2.8 Préciser si les objectifs fixés ont été atteints en justifiant votre réponse, et proposer trois axes d'amélioration pour les salons futurs.

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
OPTION B Prospection clientèle et valorisation de l'offre commerciale		
E2 Analyse et résolution des situations professionnelles		
Durée : 3 heures	Coefficient : 4	SESSION 2023
SUJET	2306-MCVB-2 2	Page 11 sur 17

Ressource n°11 : Les 3 salons nantais dédiés à l'ameublement



La société EXPONANTES accueille ou organise chaque année plus de 85 événements : salons professionnels et grand public, congrès, conventions et événements d'entreprise, spectacles et rassemblements sportifs.



Du 14 au 16
février 2024

Salon pour les professionnels du meuble

Pourquoi Exposer ?

Un salon pour rencontrer 75 % du marché potentiel français à une période stratégique.

Nantes est une métropole attractive, reliée aux grandes villes françaises et européennes par TGV (2h de Paris, plus de 20 fois par jour) et grâce à l'aéroport international Nantes Atlantique.

Le Salon du Mobilier, véritable carrefour d'échanges avec les ¾ du territoire vous offre donc une large visibilité sur le marché national, sur des régions à fort potentiel économique.

Il se positionne comme un salon d'affaires mais aussi comme la vitrine des tendances et des nouveautés. Stratégiquement implanté en février, il permet aux négociants à une période favorable de créer l'ensemble de leurs gammes.

L'organisation du salon envoie 40 000 invitations aux professionnels concernés dans toute la France.

Quelle cible ?

Le salon est exclusivement réservé aux professionnels négociants et cuisinistes, menuisiers ainsi qu'à une sélection de spécialistes issus du monde de la décoration intérieure et du design. L'accès au salon est gratuit pour ces professionnels. Au sein même des entreprises qui sont conviées, les dirigeants et acheteurs sont les invités privilégiés du salon.

Dans le détail, les visiteurs du salon sont majoritairement les fabricants de meuble, menuisiers, designers, ébénistes, cuisinistes, agenceurs, architectes d'intérieur...)

Source : <https://m.salondumobilier.com/>



Du 23 au 25
février 2024

Pourquoi exposer ?

Pendant quelques jours au mois de février, ce sont plus de 10 000 visiteurs qui se rendent à la Halle de la Trocardière pour découvrir les produits de plus de 100 exposants en tout genre. L'occasion de découvrir toutes les offres du moment !

Quelle cible ?

Ce salon est dédié aux particuliers qui souhaitent rencontrer des professionnels de tous les secteurs de l'habitat. On retrouve par exemple : des constructeurs, des banques, des assurances, des agences immobilières, des associations, des architectes, des courtiers et bien d'autres.

Source : <https://www.exponantes.com/>

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
OPTION B Prospection clientèle et valorisation de l'offre commerciale		
E2 Analyse et résolution des situations professionnelles		
Durée : 3 heures	Coefficient : 4	SESSION 2023
SUJET	2306-MCVB-2 2	Page 12 sur 17

Pourquoi Exposer ?

21 562 visiteurs particuliers sont venus durant 3 jours arpenter et profiter des conseils des professionnels de la construction, de la rénovation, de l'aménagement d'intérieur et décoration ou encore l'aménagement d'extérieur. 78% de nos visiteurs recommandent Habitat Déco et 68% se disent prêts à revenir lors de la prochaine édition !



Le salon Maison & Déco de Nantes représente une belle occasion pour :

- Venir à la rencontre d'un public ciblé de particuliers
- Promouvoir et consolider votre image de marque
- Tester une innovation ou un service

Du 10 au 12 novembre 2023

Quelle cible ?

Clientèle de particuliers avec tout pour la maison : jardin, ameublement, architecture, construction, rénovation, décoration, second œuvre, énergies, spas-piscine, vintage, bricolage...

PROFIL VISITEUR



50 ans
d'âge moyen



87% sont
propriétaires



83% habitent
en maison



94% disposent
d'un extérieur

Source : <https://www.exponantes.com/>

Ressource n°12 : La fiche produit pied Mikado

IDENTIFICATION DU PRODUIT	
	<p>Dénomination : Pied de table métal Nom du modèle : Mikado Fabricant : Pyeta Lieu de fabrication : 49700 Tuffalun (Maine et loire)</p>
CARACTERISTIQUES TECHNIQUES	<p>Description : Le pied est fabriqué avec du tube d'acier de 10 x 10cm dans notre atelier. Dimensions : 70 cm de hauteur totale. Le bas du pied mesure 200 cm en longueur (150 cm sous plateau) et 71 cm en largeur (78 cm sous plateau). Longueur table : de 1,50 à 4 mètres selon la taille du pied. Poids maximal supporté par le pied : 300 kg pour le modèle standard, 500 kg modèle XXL Couleurs : Acier brut non traité : coloris acier foncé, non traité. L'acier peut comporter certaines marques et aspérités, signes de son authenticité, idéal pour un rendu industriel, brut, métal. Si utilisé à l'extérieur sans protection, il peut rouiller. Cette finition est disponible uniquement sur certains modèles. Vernis mat incolore / acier traité antirouille : il s'agit du même coloris que l'acier brut, avec un vernis incolore et mat qui protège l'acier. L'aspect est lisse et mat. Il peut être utilisé en intérieur et extérieur. Noir mat : thermolaquage noir, uni, qui recouvre l'acier. Utilisation en intérieur et extérieur. Blanc brillant : thermolaquage blanc, uni, qui recouvre l'acier. Utilisation en intérieur et extérieur. Pour toute couleur sur mesure, nous contacter.</p>
CARACTERISTIQUES COMMERCIALES	<p>Labels et normes : Produit éco-responsable. Nous utilisons de l'énergie 100 % verte et renouvelable dans nos locaux. Tous nos emballages sont issus de cartons recyclés. Nous réutilisons aussi nos chutes d'acier pour fabriquer de plus petits produits, comme nos pieds de lit ! Prix et modalités de règlement : 650 euros, uniquement sur le site internet à la commande. Livraison : Expédié démonté sur palette et livré par transporteur en France métropolitaine Pour un coût de 40 €. Livraison gratuite à partir de 169 € TTC d'achat. Garantie : Vous disposez de 30 jours à compter de la réception de votre commande pour nous la retourner pour un échange, remboursement ou avoir</p>

Source : Catalogue entreprise Pyeta

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
OPTION B Prospection clientèle et valorisation de l'offre commerciale		
E2 Analyse et résolution des situations professionnelles		
Durée : 3 heures	Coefficient : 4	SESSION 2023
SUJET	2306-MCVB-2 2	Page 13 sur 17

Ressource n°13 : Le jeu concours Emmanuelle Rivassoux



Je suis très heureuse de vous annoncer mon partenariat avec l'entreprise Pyeta. Je vous propose d'apparaître dans un de mes posts si vous êtes l'heureux gagnant du jeu concours organisé par Pyeta à l'occasion de sa présence sur un salon Nantais.

Emmanuelle Rivassoux est architecte d'intérieur et décoratrice de Stéphane Plaza dans les émissions "Maison à vendre" & "Mieux chez soi" sur M6. Elle anime également l'émission "Rénovation surprise" sur Gulli. N°1 en France des influenceuses déco, elle donne des conseils dans l'aménagement ou l'achat de mobilier adapté à votre style.

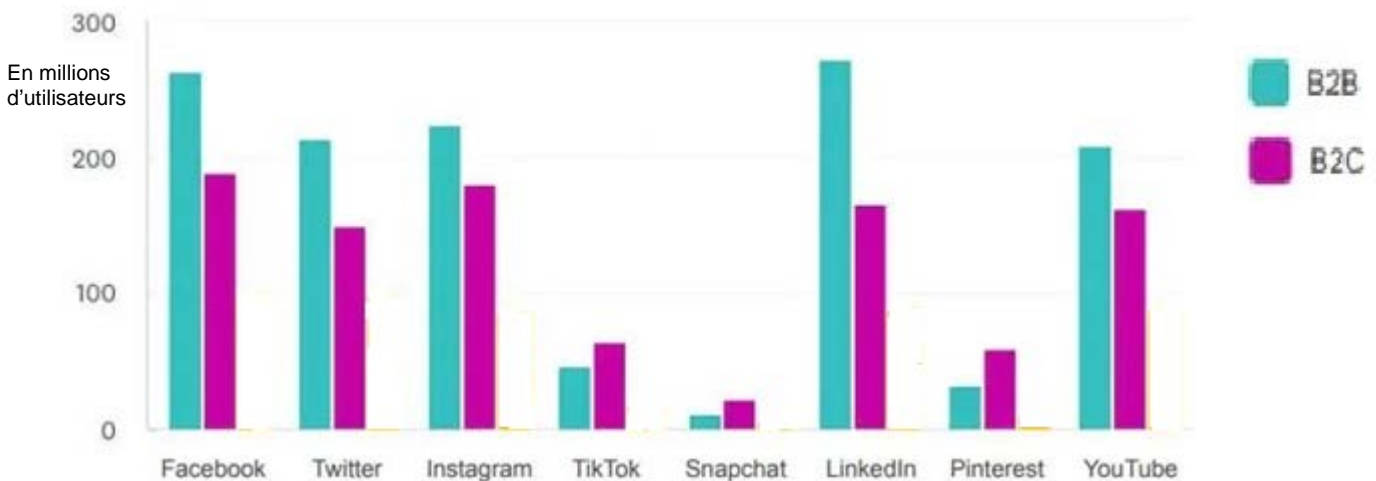


STYLE INDUSTRIEL




Source : document d'auteurs inspiré de <https://emmanuelrivassoux.com/>





Ressource n°14 : Les réseaux sociaux en B2B*



Source : <https://www.meltwater.com/>

(*) Business to business – entreprises à entreprises

Réseau social	Nombre d'utilisateurs en France	Caractéristiques
 Twitter	15 millions	Twitter est un réseau social incontournable pour faire une veille des actualités de certaines industries. Ainsi, plusieurs décideurs en B2B s'y trouvent ; <ul style="list-style-type: none"> • 85 % des spécialistes marketing utilisent ce réseau social • 50 % d'entre eux considèrent que c'est un levier efficace Les meilleures pratiques : <ul style="list-style-type: none"> • notoriété de la marque <ul style="list-style-type: none"> ○ publier des tweets plusieurs fois par jour pour être visible ○ retweeter, mais en y ajoutant votre grain de sel.

Réseau social	Nombre d'utilisateurs en France	Caractéristiques
 LinkedIn	14 millions	<p>Avec plus de 3 millions d'entreprises inscrites, LinkedIn est le réseau social professionnel par excellence. D'ailleurs, 80 % des leads B2B des réseaux sociaux viennent de LinkedIn. La page professionnelle permet aux entreprises d'afficher leurs activités et actualités. C'est également une excellente plateforme pour travailler votre image de marque et accroître l'influence de votre entreprise.</p> <p>Les meilleures pratiques :</p> <ul style="list-style-type: none"> • page LinkedIn entreprise : <ul style="list-style-type: none"> ○ bien étoffer votre profil ○ ajouter vos clients, vos fournisseurs, vos employés et les personnes ayant un lien avec votre entreprise à votre réseau • publications : <ul style="list-style-type: none"> ○ interagir et partager vos nouvelles sur les groupes de discussion ○ publier des articles intéressants régulièrement
 Facebook	33 millions	<p>Facebook n'est pas qu'un réseau social. Grâce aux publicités, Facebook permet aux entreprises, même en B2B, de toucher un grand nombre de personnes et de cibler précisément celles que vous voulez toucher.</p> <p>Les meilleures pratiques :</p> <ul style="list-style-type: none"> • page Facebook entreprise : <ul style="list-style-type: none"> ○ bien étoffer votre profil et configurer votre compte ○ créer votre catalogue de produits • publications : <ul style="list-style-type: none"> ○ bien choisir les hashtags ○ opter pour les contenus visuels, comme les vidéos et les photos <p>Susciter l'interaction pour augmenter la visibilité</p>
 Instagram	16 millions	<p>Si Instagram est loin d'être le réseau social le plus intuitif pour les entreprises en B2B, il offre tout de même une belle opportunité. Instagram compte plus de 1 milliard d'utilisateurs dans le monde. Il est possible d'y faire de la publicité payante en ciblant précisément l'audience à partir de Facebook</p> <p>Les meilleures pratiques :</p> <ul style="list-style-type: none"> • page Instagram entreprise : <ul style="list-style-type: none"> ○ utiliser le lien dans votre biographie pour envoyer des abonnés vers votre site web • publications <ul style="list-style-type: none"> ○ présenter des photos professionnelles et créatives ○ repartager du contenu généré par les utilisateurs
 Pinteres	12 millions	<p>Pinterest offre la possibilité aux entreprises de créer des pages professionnelles sur la plateforme. C'est un endroit d'excellence pour développer un univers graphique autour de votre marque.</p> <p>Les meilleures pratiques :</p> <ul style="list-style-type: none"> • s'assurer de la qualité des images publiées • les images d'épingles les plus performantes sont : <ul style="list-style-type: none"> ○ les images verticales. ○ les images avec plusieurs couleurs reçoivent 3,25 fois plus de pins que les images avec une seule couleur ○ créer des infographies et optimiser les descriptions de vos images

Source : document d'auteurs inspiré de recherches internet consultées en décembre 2022

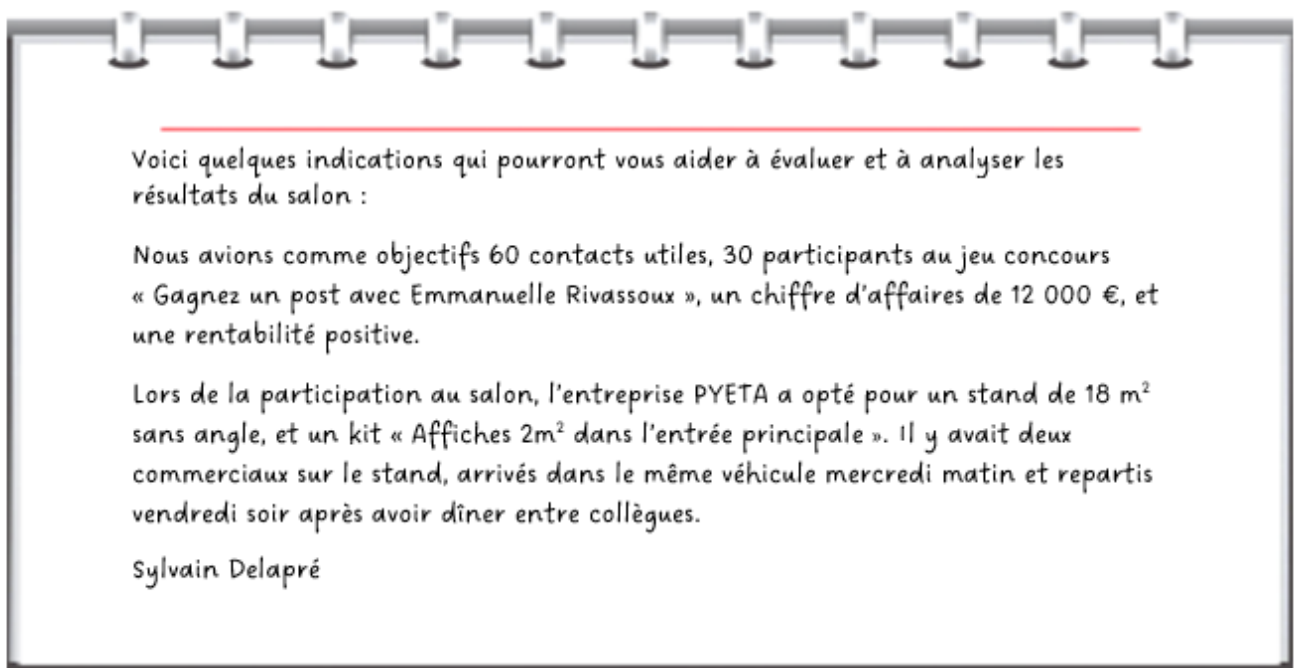
BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
OPTION B Prospection clientèle et valorisation de l'offre commerciale		
E2 Analyse et résolution des situations professionnelles		
Durée : 3 heures	Coefficient : 4	SESSION 2023
SUJET	2306-MCVB-2	Page 15 sur 17

Ressource n°15 : Les conseils pour rédiger votre post sur le réseau social



Source : document d'auteurs

Ressource n°16 : La note laissée par Sylvain Delapré à l'issue du salon



Source : document d'auteurs

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE		
OPTION B Prospection clientèle et valorisation de l'offre commerciale		
E2 Analyse et résolution des situations professionnelles		
Durée : 3 heures	Coefficient : 4	SESSION 2023
SUJET	2306-MCVB-2 2	Page 16 sur 17

Ressource n°17 : Les coûts d'un salon à Nantes**LES STANDS PROPOSÉS**

Stand de 9 m² 1 648 € 3m X 3m – sans angle	Stand de 9 m² 1 848 € 3m X 3m + angle ouvert	Stand de 18 m² 2 719 € 6m X 3m – sans angle	Stand de 18 m² 2 817 € 6m X 3m + angle ouvert
---	---	--	--

KITS DE COMMUNICATION PROPOSÉS PAR EXPONANTES

Distribution de produits ou documents à l'entrée du salon. Coût à la ½ journée	400 €
Visibilité sur la billetterie en ligne. Bannière sur la billetterie Exponantes	990 €
Visibilité sur le site internet. Espace publicitaire	750 €
Votre logo illustrant votre raison sociale sur l'annuaire exposants	124 €
Web visibilité + : votre fiche descriptive complète visible dès l'ouverture de l'annuaire exposants	362 €
E-invitations. Par lot de 50 invitations	25 €
Location d'une salle pour vos événements, réunions, comités. La ½ journée	500 €
Publicité sur les e-billets imprimés par les visiteurs	1 990 €
Affiches 2 m ² dans l'entrée principale (à fournir par vos soins)	250 €
Stickers au sol. Jusqu'à 12 dalles en fonction du hall	900 €
Votre pub sur plan à l'entrée du hall	1 200 €

Source : <https://www.exponantes.com/>**Ressource n°18 : Les résultats du salon**

Chiffre d'Affaires hors taxes réalisé lors du salon	13 200 €
Taux de marque	40 %
Nombre de professionnels accueillis	78
Nombre de contacts utiles	49
Nombre de prospects ayant participé au jeu concours	22

FRAIS DIVERS

Frais kilométriques pour se rendre au salon (aller-retour)	125 €
Prix d'une chambre d'hôtel pour une personne par nuit	95 €
Coût moyen d'un repas	20 €
Frais de personnel pour 2 commerciaux pour la durée du salon	960 €

Source : document d'auteurs