

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL
MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE

OPTION B
Prospection clientèle et valorisation de l'offre commerciale

Session 2025

Durée : 3 heures – Coefficient : 4

E2 ÉPREUVE TECHNOLOGIQUE Analyse et résolution de situations professionnelles

Corrigé

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 : 03h00	Coefficient : 4	SESSION 2025
CORRIGE	25-BCP-MCVB-U2-MEAG2C	Page 1/7

MISSION 1 : PARTICIPER A UNE OPÉRATION DE PROSPECTION

Damien PANACHE, chef des ventes, vous charge de réaliser une étude de marché des bières sans alcool. Cette mission vous aidera à mieux comprendre ses particularités, afin d'être en mesure de participer aux activités de prospection sur votre secteur.

Activité 1 : Analyser le marché

Pour vous permettre d'analyser ce marché, votre responsable vous remet un dossier documentaire afin de déterminer la stratégie commerciale à adopter pour le lancement du nouveau produit, le fût haut de gamme de bière sans alcool à la cerise auprès des CHR (cafés, hôtels, restaurants).

⇒ À partir des ressources n°1 à 6 et de vos compétences, réaliser les activités 1.1 à 1.2.

1.1 Relever, en les présentant dans un tableau, trois menaces et trois opportunités sur le marché de la bière sans alcool en France.

Corrigé ressources 1 à 4

Opportunités	Menaces
Boissons sans alcool favorable aux brasserie artisanales	Concurrence des industriels (Kronenbourg, Heineken)
L'interaction entre tradition brassicole et innovation se révèle être un moteur clé de croissance	Concurrence des MDD
Campagnes de sensibilisation pour la santé	Concurrence des GMS
Consommateurs soucieux du bien-être	Les prix
Les pics de chaleur	Les autres boissons sans alcool (Mocktails, soft drinks, bières alcoolisées)
Tendances de consommation vers le sans alcool	
Un marché en forte croissance	

Accepter toute autre réponse cohérente

Palier 4 : tableau avec trois opportunités et trois menaces.

1.2 Rédiger une note synthétique pour monsieur Panache analysant l'intérêt et les risques éventuels d'introduire un nouveau parfum cerise sur le marché des bières sans alcool, et terminer par une recommandation pour le lancement de ce produit.

Corrigé ressources 5 à 6

Palier 4 :

Structure : Titre, destinataire, date, salutation personnalisée, introduction, développement, une suggestion, conclusion, signature, fonction.

Fond :

- Développement :
 - Cohérence entre les opportunités et les menaces (cités en Q1.1)
 - Accepter toutes données chiffrées
- Suggestions possibles :
 - Entrer sur ce marché en expansion,
 - Lancer un produit qui se démarque de la concurrence,
 - Parfum cerise dans l'air du temps,
 - Boissons sans alcool plébiscitées pour la bonne santé
 - Lancement pertinent sur le « Dry January »...

Qualité de la rédaction

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 : 03h00	Coefficient : 4	SESSION 2025
CORRIGE	25-BCP-MCVB-U2-MEAG2C	Page 2/7

Accepter toute formulation cohérente

Activité 2 : Prospecter la clientèle

Monsieur Panache vous demande de préparer une grande opération de prospection téléphonique qui permette de répondre aux tendances du marché et de prendre en compte le positionnement haut de gamme de la bière sans alcool à la cerise. L'objectif des appels téléphoniques est de prendre rendez-vous afin de présenter ce nouveau produit aux CHR (Cafés, Hôtels et Restaurants).

⇒ À partir des ressources n° 7 à 8 et de vos compétences, réaliser les activités 1.3 à 1.5.

1.3 Sélectionner la liste des prospects relevant de la cible en justifiant vos choix

Corrigé ressource 7

- L'Hermitage Gantois : CHR 5 étoiles
- Le 8 Restaurant traditionnel
- L'arborescence : Restaurant gastronomique
- Le potager des demoiselles Restaurant traditionnel
- Le château de Beaulieu : CHR 5 étoiles
- La capsule : Bières du monde
- Le Mezquité : Restaurant étoile

Palier 4 : présence de 4 établissements au minimum correspondant au positionnement du produit avec justification cohérente.

1.4 Proposer 3 arguments de ventes structurés concernant le nouveau produit en mettant en avant 3 mobiles d'achat pour convaincre les prospects.

Corrigé ressource 8

Liste non exhaustive

CARACTERISTIQUE	AVANTAGE	PREUVE	MOBILE SONCASE
Bière haut de gamme	Se différencier	C'est une édition limitée	orgueil
Cerise issue agriculture biologique	Proposer un produit éco-responsable	Il comporte le Label agriculture biologique	Environnement
Prix de lancement	Marge, rentabilité	Le prix au litre est d'1 euro HT	Argent
3 conditionnements	Choix du volume qui s'adapte au lieu de stockage	Le fût est conditionné en 30/50/100 litres	confort
Système de fermentation	Ce procédé permet d'obtenir une boisson rafraîchissante sans les effets de l'alcool	La fermentation est contrôlée	sympathie
Acier inoxydable	Durabilité, isolation thermique	Le fût en acier inoxydable est utilisé couramment par les industriels	Sécurité

Palier 4 : trois arguments structurés avec méthode CAP et mobile d'achat
Accepter toute réponse cohérente

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 : 03h00	Coefficient : 4	SESSION 2025
CORRIGE	25-BCP-MCVB-U2-MEAG2C	Page 3/7

1.5 Préparer le plan d'appel structuré visant à prendre les rendez-vous.

Corrigé ressource 7

Contact	Bonjour monsieur ou madame, je suis Camille L. commercial(e) de la brasserie Goudale, producteur de bières, pourrais-je m'entretenir avec monsieur ou madame X s'il vous plaît ?
Raison	Notre brasserie propose une nouvelle bière sans alcool à la cerise haut de gamme en édition limitée. Celle-ci correspondra, j'en suis convaincu, à votre clientèle.
Objectif	Afin de vous présenter cette nouveauté, seriez-vous disponible le....àheure ou bien le....à.... heure ?
Conclusion	Très bien, je vous confirme notre rendez-vous du....àheure dans votre établissement situé au.....Je vous remercie de votre disponibilité et je vous souhaite une excellente journée monsieur, madame x.

Accepter toute rédaction cohérente

Qualité de la rédaction

Palier 4 : respecte toute structure cohérente et complète au niveau du contenu.

Activité 3 : Analyser les résultats

Lors de l'opération de prospection téléphonique, des ventes ont été réalisées, Damien PANACHE vous demande d'analyser les résultats obtenus.

⇒ À partir de la ressource n°9 et de vos compétences, réaliser les activités 1.6 à 1.7.

1.6 Calculer et présenter clairement les indicateurs de performance en fonction des résultats que vous avez obtenus.

Corrigé ressource 9

Taux d'appels argumentés : $84 / 120 = 0.70 / 70 \%$

Taux de conversion : $42 / 84 = 0.5 / 50 \%$

Taux de transformation : $18 / 42 = 0.4285 / 42.85 \%$

Palier 4 : Les 3 indicateurs ont été calculés et sont fiables. La méthode de calcul utilisée est présentée.

Accepter tout indicateur cohérent

1.7 Analyser ces indicateurs.

Analyse des appels argumentés : C'est un taux satisfaisant et qui montre une bonne maîtrise de la technique du plan d'appel.

Analyse du taux de conversion : l'objectif de 40 rdv est atteint et légèrement dépassé. C'est un score qui démontre une bonne argumentation du commercial.

Analyse du taux de transformation : l'objectif n'est pas atteint, cela nécessite éventuellement une meilleure formation des commerciaux/ connaissance produit.

Nous constatons que 78 prospects sont à recontacter rapidement ($120 - 42 = 78$)

Accepter toutes réponses cohérentes

Palier 4 : l'analyse est faite pour les 3 indicateurs et elle est cohérente.

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 : 03h00	Coefficient : 4	SESSION 2025
CORRIGE	25-BCP-MCVB-U2-MEAG2C	Page 4/7

MISSION 2 : VALORISER L'OFFRE DE L'ENTREPRISE GOUDALE

Damien Panache vous demande de préparer une opération d'envergure visant à mettre en valeur les bières sans alcool, dans le cadre d'une soirée dédiée au « *Dry January* » (mois de janvier sans alcool). L'objectif de l'évènement est de promouvoir cette gamme de produits.

Activité 1 : Participer à la préparation de la soirée

Damien Panache vous a laissé une note concernant l'organisation de cette soirée pour préparer la maquette de l'e-invitation (invitation digitale) que vous aurez à transmettre aux clients professionnels de votre portefeuille.

⇒ À partir des ressources n°10 à 13 et de vos compétences, réaliser les activités 2.1 à 2.3.

2.1 Sélectionner le réseau social le plus adapté pour diffuser l'e-invitation en justifiant votre choix.

Corrigé ressource 10

Le réseau LinkedIn car c'est un réseau utilisé en majorité par les professionnels

Palier 4 : Le réseau LinkedIn est sélectionné et le choix est justifié.

2.2 Concevoir la maquette de l'e-invitation qui sera diffusée sur ce réseau social.

Corrigé de la e-invitation ressource 11

Palier 4 : logo, Qr code, titre, accroche de l'offre de lancement, message (référence au Dry January et nouvelle gamme), date et heure de l'action, photo du produit, l'entreprise, lien de confirmation, prix de lancement.

Accepter toutes les propositions cohérentes.

2.3 Créer une fiche contact qui permettra d'enrichir le SIC (système d'information commercial) de l'entreprise.

Informations minimales à titre d'exemple

FICHE CONTACT GOUDALE

Date	
Auteur de la fiche	

Information sur l'entreprise

Nom de l'entreprise	
Adresse	
Téléphone	
Nom du contact	
Téléphone du contact	
Courriel du contact	
Fonction du contact	

Informations complémentaires / commerciales

Secteur d'activité	
Besoins du client	
Remarques	

Accepter toute structure cohérente (structure niveau 4)

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 : 03h00	Coefficient : 4	SESSION 2025
SUJET	25-BCP-MCVB-U2-MEAG2C	Page 5/7

Activité 2 : Évaluer les résultats de la soirée

A la suite de la soirée, Damien Panache vous demande d'établir un bilan pour mesurer la rentabilité de l'évènement.

⇒ À partir des ressources n°14 à 16 et de vos compétences, réaliser les activités 2.4 à 2.6.

2.4 Évaluer le coût de la soirée en détaillant les calculs.

Prestataire : $3\,000 + 500 + 350 = 3\,850$ € HT

Frais personnel : $20 * 4 \text{ heures} * 5 \text{ commerciaux} = 400$ € HT

Communication : $159 + (0,30 * 300) = 249$ € HT

Goodies : $(0,59 + 6,07 + 5,88) * 50 = 627$ € HT

Total coût : $3\,850 + 400 + 249 + 627 = 5\,126$ € HT

Palier 4 : tous les calculs sont exacts et toute erreur dans les calculs n'est pénalisée qu'une seule fois (accepter le total avec l'erreur)

2.5 Déterminer et analyser le chiffre d'affaires réalisé lors de la soirée.

Chiffre d'affaires réalisé (prix lancement 1 euros le litre)

50 fûts de 100L = $50 * 100 = 5\,000$ €

80 fûts de 50L = $80 * 50 = 4\,000$ €

20 fûts de 30L = $20 * 30 = 600$ €

CA total : $5\,000 + 4\,000 + 600 = 9\,600$ €

Analyse : L'objectif du CA est atteint, ce qui signifie que ce nouveau produit pourra figurer dans la durée au sein du portefeuille produit de l'entreprise.

Palier 4 : tous les calculs sont exacts et l'analyse est cohérente

2.6 Mesurer la rentabilité de la soirée et proposer 2 axes d'amélioration des performances de l'opération.

Taux de marque (60 %)

Marge : $9\,600 * 0,6 = 5\,760$ €

Rentabilité de la soirée

$5\,760 - 5\,126 = 634$ €

La rentabilité est trop faible par rapport à l'objectif envisagé (1 000 €).

Il faudra peut-être revoir une diminution des coûts de la soirée (nombre de goodies, nombre de commerciaux, mieux négocier le prix du traiteur...).

Nous pourrions aussi revoir le prix de lancement du produit...

Accepter toute réponse cohérente.

Palier 4 : tous les calculs sont exacts et l'analyse est cohérente

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 : 03h00	Coefficient : 4	SESSION 2025
SUJET	25-BCP-MCVB-U2-MEAG2C	Page 6/7

Activité 3 : Communiquer sur l'opération sur les réseaux sociaux

Monsieur Panache souhaite communiquer via les réseaux sociaux sur l'évènement qui vient d'avoir lieu. Il vous confie la tâche de préparer une publication qui mettra en avant les moments forts de la soirée.

⇒ À partir des ressources n°17 à 18 et de vos compétences, réaliser l'activité 2.7 à 2.8

2.7 Justifier, pour la brasserie Goudale, l'intérêt de communiquer après l'évènement sur les réseaux sociaux.

**Continuer à promouvoir la marque et ou le produit, pouvoir interagir avec les internautes, prospecter, récolter des avis...
Accepter toutes réponses cohérentes**

Palier 4 : 3 intérêts cités

2.8 Préparer la publication à proposer à Damien Panache avant sa mise en ligne en incluant tous les éléments nécessaires.

- **Accroche et contexte**
- **Hashtags**
- **Emoticônes**
- **Call to action**
- **Les mentions (noms de personnes avec @...)**
- **Visuels**
- **Lien vers le site**

Qualité de la rédaction

Accepter toutes réponses cohérentes

Palier 4 les 7 points sont présents

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 : 03h00	Coefficient : 4	SESSION 2025
SUJET	25-BCP-MCVB-U2-MEAG2C	Page 7/7