Ce document a été mis en ligne par l'organisme FormaV®.

Toute reproduction, représentation ou diffusion, même partielle, sans autorisation préalable, est strictement interdite.

Pour consulter tous nos sujets d'annales et corrigés du Bac Pro MCV, veuillez visiter :
bacpromcv.fr/annales-sujets-et-corriges

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL

MÉTIERS DU COMMERCE ET DE LA VENTE - OPTION B : PROSPECTION CLIENTÈLE ET VALORISATION DE L'OFFRE COMMERCIALE

SESSION 2026

ÉPREUVE E2 : ANALYSE ET RÉSOLUTION DE SITUATIONS PROFESSIONNELLES

Coefficient : 4 Durée : 3 heures

Aucun document ou matériel autorisé en dehors de ceux fournis avec le sujet.

Composition de l'épreuve	Support
PARTIE 1 : Analyse du fichier et choix de la cible (5 points)	Dossier Questionnement
PARTIE 2 : Conception et chiffrage de l'opération de prospection (6 points)	Dossier Questionnement
PARTIE 3 : Préparation des supports et mise en œuvre (5 points)	Dossier Questionnement
PARTIE 4 : Suivi et évaluation de l'action (4 points)	Dossier Questionnement
DOSSIER TECHNIQUE ET RESSOURCES (DT 1, DT 2, DT 3)	Fourni avec le sujet
DOCUMENTS RÉPONSES (DR 1, DR 2) : À RENDRE AVEC LA COPIE	Fin de sujet

L'usage de calculatrice avec mode examen actif est autorisé. L'usage de calculatrice sans mémoire, « type collège », est autorisé.

Ce sujet comporte 10 pages numérotées de 1/10 à 10/10.
Dès que le sujet vous est remis, assurez-vous qu'il est complet.

LES DOCUMENTS RÉPONSES SITUÉS EN FIN DE DOSSIER SONT À COMPLÉTER ET À RENDRE OBLIGATOIREMENT AVEC LA COPIE.

DOSSIER SUJET

MISE EN SITUATION PROFESSIONNELLE ET CAHIER DES CHARGES : CYCLES DU PARC, MAGASIN DE CYCLES SITUÉ À TOURS (INDRE-ET-LOIRE)

Vous êtes chargé(e) de clientèle chez Cycles du Parc, magasin indépendant spécialisé dans les vélos et les équipements de mobilité. La direction souhaite prospecter de nouveaux clients pour développer les ventes de vélos à assistance électrique (VAE) et valoriser son offre de conseil et de services.

Une opération est prévue sur quatre semaines. Le fichier exploitable comporte 2 400 contacts particuliers ayant accepté de recevoir des communications commerciales par courrier électronique. Les contacts sont répartis en quatre secteurs géographiques. Une sélection de 600 contacts du secteur A est envisagée pour la campagne. Les personnes destinataires d'un courrier postal ou d'un appel téléphonique doivent également avoir été vérifiées au regard des oppositions enregistrées par l'entreprise. Les modalités détaillées de l'opération, les coûts et les données de résultats figurent dans le dossier technique.

Vous devez analyser les informations disponibles, proposer et préparer l'opération, puis évaluer ses résultats. Les calculs seront présentés avec leur formule, les valeurs utilisées et leur résultat arrondi à deux décimales lorsque cela est nécessaire.

PARTIE 1 : Analyse du fichier et choix de la cible (5 points)

Recherche et analyse des informations commerciales

À l'aide des documents DT 1 et DT 2, analysez le fichier de prospection et préparez une sélection cohérente avec l'objectif commercial de Cycles du Parc.

Répartition des contacts et signaux d'intérêt

Secteur	Contacts exploitables	Contacts ayant exprimé un intérêt pour la mobilité électrique
A : centre-ville et première couronne	720	432
B : quartiers nord	640	256
C : quartiers sud	520	104
D : communes périphériques	520	78
Total	2 400	870

Données extraites du système d'information commercial au 10 janvier 2026.

1.1 (1,5 point) Calculez, pour chaque secteur, la part des contacts ayant exprimé un intérêt pour la mobilité électrique. Présentez un calcul détaillé pour le secteur A et donnez les quatre résultats en pourcentage, arrondis à une décimale.

1.2 (2 points) Choisissez le secteur à prospecter en priorité. Justifiez votre choix en vous appuyant sur les taux calculés, le nombre de contacts disponibles et la possibilité de sélectionner 600 contacts dans le secteur retenu.

1.3 (1,5 point) Indiquez trois vérifications ou mises à jour à effectuer dans le système d'information commercial avant l'envoi de la campagne et la transmission des coordonnées aux personnes chargées des appels. Précisez l'intérêt professionnel de chacune.

PARTIE 2 : Conception et chiffrage de l'opération de prospection (6 points)

Définition des objectifs, choix des moyens et évaluation prévisionnelle

La direction retient une cible de 600 contacts du secteur A. Chaque contact reçoit un courriel. Parmi eux, 120 reçoivent également un courrier postal et 60 font l'objet d'un appel téléphonique préparatoire. Les trois canaux peuvent concerner une même personne : le nombre de contacts uniques reste donc égal à 600. Le budget maximal prévu pour l'opération est de 350 €.

L'objectif est d'obtenir un rendez-vous en magasin pour 12 % des 600 contacts uniques. L'entreprise estime que 25 % des rendez-vous aboutiront à une vente. Le prix public du VAE est de 2 199 € TTC, le taux de TVA est de 20 % et le coût d'achat unitaire est de 1 350 € HT. Pour la prévision, aucun rabais n'est appliqué.

Coûts unitaires des moyens de prospection

Moyen de prospection	Volume prévu	Coût unitaire
Courriel	600 envois	0,04 € par envoi
Courrier postal	120 envois	1,35 € par envoi
Appel téléphonique	60 appels	2,20 € par appel

Tarifs internes applicables à l'opération.

2.1 (2 points) Calculez le coût prévisionnel de chaque moyen de prospection et le coût total de l'opération. Présentez les calculs. Vérifiez si le budget maximal de 350 € est respecté et indiquez le montant restant ou le dépassement.

2.2 (1,5 point) Calculez le nombre prévisionnel de rendez-vous et le nombre prévisionnel de ventes. Les résultats sont des nombres entiers de personnes : arrondissez au nombre entier le plus proche. Indiquez les formules utilisées.

2.3 (2,5 points) Calculez le prix de vente HT du VAE, la marge commerciale unitaire prévisionnelle, puis la marge totale prévisionnelle correspondant au nombre de ventes calculé en question 2.2. Calculez enfin la contribution prévisionnelle de l'opération après déduction de son coût total. Utilisez les formules suivantes : prix de vente HT = prix de vente TTC / 1,20 ; marge unitaire = prix de vente HT - coût d'achat HT ; contribution de l'opération = marge totale - coût de prospection.

PARTIE 3 : Préparation des supports et mise en œuvre (5 points)

Participation à la conception et mise en œuvre d'une action de prospection

La campagne doit présenter une offre compréhensible, susciter une prise de rendez-vous et permettre le suivi des réponses. Les éléments commerciaux à mettre en avant sont fournis dans le DT 2. Complétez le DR 1 et rédigez les éléments demandés.

Éléments de l'offre commerciale à valoriser

Élément	Donnée à communiquer
Produit	VAE urbain, modèle City 500
Prix public	2 199 € TTC
Service inclus	Réglage de sécurité offert lors de la remise du vélo
Conseil proposé	Essai gratuit sur rendez-vous, dans la limite des créneaux disponibles
Durée de l'opération	Du 2 au 27 mars 2026
Prise de rendez-vous	Téléphone : 02 47 00 18 26 ; accueil au magasin, 14 rue des Halles, Tours

Informations validées par la direction de Cycles du Parc.

3.1 (2 points) Rédigez un courriel de prospection de 80 à 120 mots destiné à un particulier du secteur A. Il doit comporter un objet, une accroche personnalisable, la présentation exacte d'au moins deux avantages de l'offre, un appel à l'action avec les coordonnées fournies et une indication claire permettant au destinataire de ne plus recevoir de sollicitations commerciales.

3.2 (1,5 point) Complétez le DR 1 en répartissant les actions de prospection dans le calendrier proposé. Respectez les dates de l'opération et prévoyez un suivi des contacts ayant demandé un rendez-vous.

3.3 (1,5 point) Proposez une trame d'appel comportant une prise de contact, une question de découverte, un argument directement lié à l'offre, une proposition de rendez-vous et une formule de clôture. Indiquez la vérification à effectuer avant l'appel et la manière de consigner son résultat dans le système d'information commercial.

PARTIE 4 : Suivi et évaluation de l'action (4 points)

Analyse des résultats et compte rendu de l'opération

À la clôture de l'opération, le responsable commercial extrait les résultats suivants du système d'information commercial. Les 600 courriels prévus ont été envoyés. Parmi eux, 480 ont été remis aux destinataires. L'opération a généré 66 rendez-vous et 15 ventes de VAE. Le coût réel de l'opération est égal au coût prévisionnel calculé en question 2.1.

Pour cette évaluation, le taux de remise des courriels est calculé par : courriels remis / courriels envoyés × 100. Le taux de prise de rendez-vous est calculé par : rendez-vous obtenus / courriels

remis × 100. Le taux de transformation des rendez-vous est calculé par : ventes / rendez-vous obtenus × 100.

Bilan réalisé et objectifs prévisionnels

Indicateur	Objectif prévisionnel	Résultat réalisé
Courriels envoyés	600	600
Courriels remis	Non fixé	480
Rendez-vous obtenus	72	66
Ventes réalisées	18	15
Coût de l'opération	À calculer	Égal au coût prévisionnel

Résultats consolidés au 27 mars 2026.

4.1 (1,5 point) Calculez le taux de remise des courriels, le taux de prise de rendez-vous et le taux de transformation des rendez-vous en ventes. Présentez les trois calculs et arrondissez les taux à une décimale.

4.2 (1,5 point) Comparez le nombre de rendez-vous et le nombre de ventes réalisés aux objectifs prévisionnels. Calculez l'écart en nombre et en pourcentage pour chacun des deux indicateurs, selon la formule : (résultat réalisé - objectif) / objectif × 100. Indiquez si chaque objectif est atteint.

4.3 (1 point) Formulez une conclusion professionnelle en deux éléments : un point positif fondé sur un indicateur calculé et une amélioration concrète à mettre en œuvre lors d'une prochaine opération.

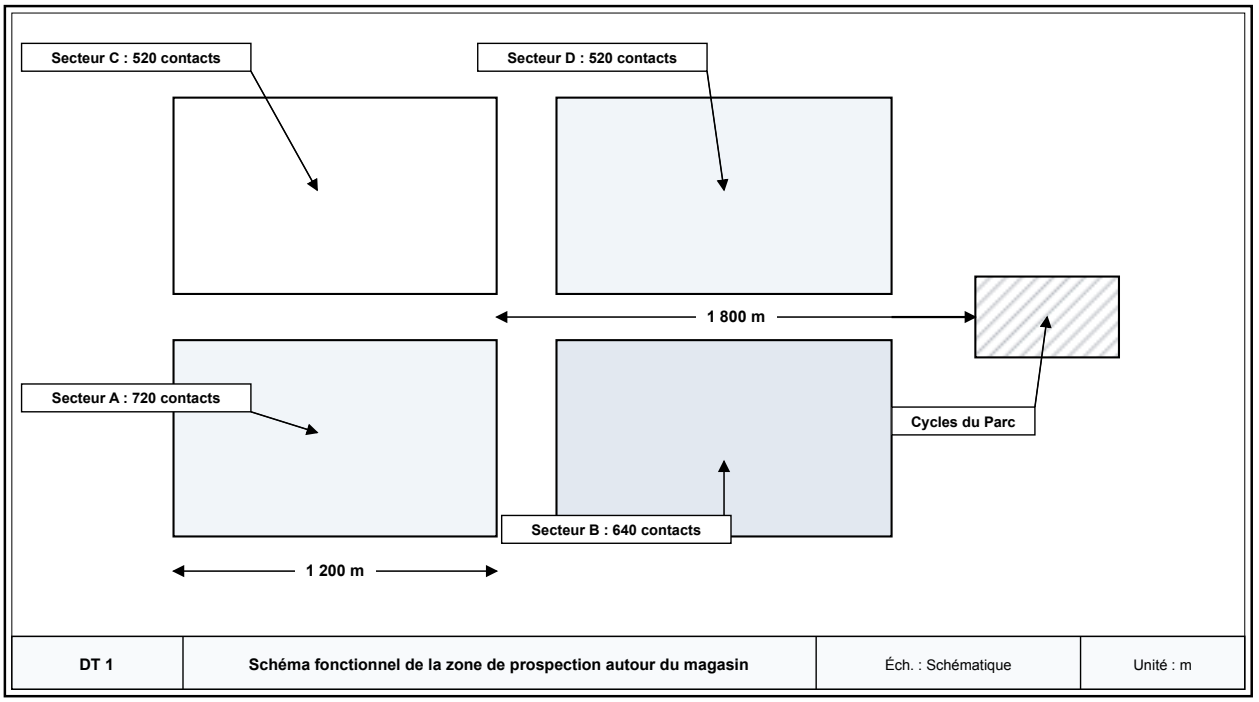
DOSSIER TECHNIQUE ET RESSOURCES

Documents ressources nécessaires à la résolution du sujet

DT 1 : RÉPARTITION GÉOGRAPHIQUE DES CONTACTS ET SCHÉMA DE LA ZONE DE PROSPECTION

Le fichier comporte 2 400 contacts exploitables répartis entre les secteurs A, B, C et D. Un contact exploitable dispose de coordonnées suffisamment renseignées pour être traité par le canal concerné. Les données de répartition et de signaux d'intérêt sont reproduites dans le tableau de la partie 1.

Le schéma ci-dessous est une représentation fonctionnelle simplifiée, non destinée au guidage routier. Il situe le magasin, les quatre secteurs et des distances indicatives en mètres. Le secteur A est retenu comme cible prioritaire après analyse des taux d'intérêt. Les valeurs de distance servent à organiser la zone de prospection et ne constituent pas une mesure cadastrale.



Représentation schématique. Distances indicatives en mètres, sans valeur de plan cadastral.

Données de segmentation du fichier

Secteur	Contacts exploitables	Contacts avec signal d'intérêt
A	720	432
B	640	256
C	520	104
D	520	78
Total	2 400	870

Extraction du système d'information commercial.

DT 2 : FICHE OFFRE, COÛTS DE PROSPECTION ET CONSIGNES DE TRAITEMENT DES DONNÉES

Offre commerciale validée : VAE urbain City 500 au prix public de 2 199 € TTC. La TVA applicable fournie pour les calculs du sujet est de 20 %. Le coût d'achat unitaire est de 1 350 € HT. La remise du vélo comprend un réglage de sécurité offert. Un essai gratuit est proposé sur rendez-vous, dans la limite des créneaux disponibles.

Coûts de prospection : courriel, 0,04 € par envoi ; courrier postal, 1,35 € par envoi ; appel téléphonique, 2,20 € par appel. Le plan prévoit 600 courriels, 120 courriers postaux et 60 appels. Le budget maximal est de 350 €.

Traitement des contacts : le fichier de campagne comprend des particuliers ayant accepté les communications commerciales par courriel. Avant tout traitement par un autre canal, vérifier les coordonnées disponibles, les préférences exprimées, les oppositions enregistrées et les règles applicables au canal. Les demandes d'opposition ou de désinscription sont enregistrées sans délai et prises en compte dans les sélections ultérieures. Limiter l'accès aux données aux personnes chargées de l'opération et ne saisir dans le système d'information commercial que les informations utiles au suivi de la relation client.

Caractéristiques de l'offre et de l'opération

Donnée	Valeur
Prix public du VAE	2 199 € TTC
Taux de TVA fourni	20 %
Coût d'achat unitaire	1 350 € HT
Courriel	600 envois à 0,04 €
Courrier postal	120 envois à 1,35 €
Appel téléphonique	60 appels à 2,20 €
Budget maximal	350 €
Période de l'opération	Du 2 au 27 mars 2026

Données validées par l'entreprise pour la session de prospection.

DT 3 : CALENDRIER OPÉRATIONNEL ET RÈGLES DE SUIVI DES RÉSULTATS

Le calendrier de l'opération s'étend du 2 au 27 mars 2026. La préparation du fichier et des supports précède les premiers envois. Les rendez-vous sont enregistrés dans le système d'information commercial avec la date, le statut de confirmation et le canal d'origine. À l'issue de chaque contact, consigner un résultat normalisé : rendez-vous demandé, intéressé sans rendez-vous, à recontacter à une date convenue, refus, coordonnées invalides ou opposition à la prospection.

Les résultats consolidés de clôture sont les suivants : 600 courriels envoyés, 480 courriels remis, 66 rendez-vous obtenus et 15 ventes réalisées. Le coût réel est égal au coût prévisionnel calculé à partir des volumes et des coûts unitaires du DT 2.

Pour les calculs d'évaluation, appliquer les définitions données dans la partie 4. Un taux se calcule par : valeur étudiée / valeur de référence × 100. Un écart relatif à un objectif se calcule par : (résultat réalisé - objectif) / objectif × 100.

Repères de calendrier et de suivi

Période ou étape	Action attendue	Trace à conserver
Avant le 2 mars 2026	Contrôler et sélectionner les contacts, préparer les supports	Date de sélection, canal autorisé, statut des oppositions
Du 2 au 6 mars 2026	Lancer les courriels et les courriers postaux	Date d'envoi, canal, statut de remise ou de retour
Du 9 au 20 mars 2026	Réaliser les appels prévus et traiter les demandes de rendez-vous	Résultat de l'appel, demande, refus ou date de rappel
Du 2 au 27 mars 2026	Accueillir les prospects et assurer les essais sur rendez-vous	Rendez-vous réalisé, essai effectué, vente ou motif de non-achat
À partir du 27 mars 2026	Consolider les indicateurs et rendre compte	Bilan des volumes, taux, écarts aux objectifs et propositions

Étapes à organiser par le chargé de clientèle.

NE RIEN ÉCRIRE DANS CETTE PARTIE

DR 1 : Document réponse à rendre avec la copie : Question 3.2 **À RENDRE AVEC LA COPIE**

Complétez le tableau en indiquant les actions à mener et les traces à conserver. Respectez les dates de l'opération indiquées dans le dossier technique.

Calendrier opérationnel à compléter

Période	Action à planifier	Trace de suivi dans le système d'information commercial
Avant le 2 mars 2026	.....	.....
Du 2 au 6 mars 2026	.....	.....
Du 9 au 20 mars 2026	.....	.....
Du 2 au 27 mars 2026	.....	.....
À partir du 27 mars 2026	.....	.....

Cadre réservé aux justifications, calculs complémentaires ou schémas du candidat :

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

NE RIEN ÉCRIRE DANS CETTE PARTIE

DR 2 : Document réponse à rendre avec la copie : Questions 4.1 et 4.2

À RENDRE AVEC LA COPIE

Complétez le tableau. Présentez les résultats avec une décimale pour les taux et les écarts relatifs. Indiquez clairement si chaque objectif est atteint.

Tableau de calcul et d'analyse des résultats

Indicateur	Formule et calcul	Résultat	Écart à l'objectif et conclusion
Taux de remise des courriels	.....	.....	Sans objectif chiffré
Taux de prise de rendez-vous	.....	.....	Rendez-vous : objectif 72 ; réalisé 66
Taux de transformation des rendez-vous en ventes	.....	.....	Ventes : objectif 18 ; réalisé 15
Écart relatif sur les rendez-vous	.....	.....	.....
Écart relatif sur les ventes	.....	.....	.....

Cadre réservé aux justifications, calculs complémentaires ou schémas du candidat :

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Copyright © 2027 FormaV®. Tous droits réservés.

FormaV® est une marque déposée auprès de l'INPI sous le numéro 5227897.

Ce document a été élaboré par FormaV® avec le plus grand soin afin d'accompagner chaque apprenant vers la réussite de ses examens. Son contenu (textes, graphiques, méthodologies, tableaux, exercices, concepts, mises en forme) constitue une œuvre protégée par le droit d'auteur.

Toute copie, partage, reproduction, diffusion ou mise à disposition, même partielle, gratuite ou payante, est strictement interdite sans accord préalable et écrit de FormaV®, conformément aux articles L.111-1 et suivants du Code de la propriété intellectuelle. Dans une logique anti-plagiat, FormaV® se réserve le droit de vérifier toute utilisation illicite, y compris sur les plateformes en ligne ou sites tiers.

En utilisant ce document, vous vous engagez à respecter ces règles et à préserver l'intégrité du travail fourni. La consultation de ce document est strictement personnelle.

Merci de respecter le travail accompli afin de permettre la création continue de ressources pédagogiques fiables et accessibles.