

Examen National de Fin de Formation

Session de Décembre 2023

Examen de Fin de Formation (Epreuve Synthèse)

Eléments de correction

Secteur :	Gestion et Commerce	Niveau :	Technicien Spécialisé
Filière :	Gestion des Entreprises Option Commerce et Marketing		
Variante	1	Durée :	4h00
		Barème	/100

Consignes et Précisions aux correcteurs :

Veuillez respecter impérativement les consignes suivantes :

- Le corrigé est élaboré à titre indicatif,
- Eviter de sanctionner doublement le stagiaire sur les questions liées,
- Pour toutes les questions de synthèse et de compréhension le correcteur s'attachera à évaluer la crédibilité et la pertinence de la réponse du stagiaire. Et à apprécier toute réponse cohérente du stagiaire,
- Le stagiaire n'est pas tenu de fournir des réponses aussi détaillées que celles mentionnées dans le corrigé,
- Pour les exercices de calcul :
 - Prendre en considération la méthode de calcul correcte (formule et relation de calcul correcte) même si le résultat final de calcul est faux
 - Le résultat final correct non justifié ne doit pas avoir la totalité de la note.
- En cas de suspicion d'erreur au niveau du corrigé, prière de contacter la Division de Conception des Examens.

N° Des Dossiers	Travaux à réaliser	Barème
Partie Théorique		
Dossier : 1	Droit Commercial	/10
Dossier : 2	Management de la Relation Client	/10
Dossier : 3	Marketing Digital	/10
Dossier : 4	Marketing International	/10
		/40points
Partie Pratique		
Dossier : 5	Techniques de Vente et de Négociation	/10
Dossier : 6	Management de la Force de Vente	/15
Dossier : 7	Merchandising	/15
Dossier : 8	Techniques du Commerce International	/20
		/60points
Total Général		/100points

DOSSIER N°1 : DROIT COMMERCIAL / 10 Points**1) Rappeler les obligations du commerçant. (4 points)**

- La tenue d'une comptabilité conforme à la loi ;
- L'établissement des livres comptables et des états de synthèse ;
- L'ouverture d'un compte bancaire ;
- L'inscription au registre de commerce ;
- La publicité de l'inscription dans le bulletin officiel et dans un journal des annonces légales ;
- L'indication du numéro d'inscription au registre de commerce sur les factures et les autres documents commerciaux ;
- Le paiement des impôts ;
- Le respect de la législation du travail.

2) Énumérer les éléments incorporels constitutifs du fonds de commerce. (3 points)

- La clientèle
- L'achalandage
- Le droit au bail.
- La propriété industrielle et artistique.

3) Expliquer le nantissement du fonds de commerce. (3 points)

Le nantissement du fonds de commerce est un contrat par lequel le fonds se trouve affecté à la garantie de remboursement des dettes contractées par le commerçant pour le besoin de son commerce. Autrement dit, c'est l'acte qui met en gage le fonds de commerce, à titre de sûreté, pour garantir le remboursement de crédit aux créanciers nantis.

DOSSIER N°2 : MANAGEMENT DE LA RELATION CLIENT / 10 Points**1) Définir les termes soulignés en gras dans le texte. (4 points)**

- **Logiciel GRC** : c'est un système d'information qui permet d'optimiser la gestion de la relation client et de la prospection commerciale. Il centralise et actualise tout type d'information sur les clients et prospects dans une base de données.
- **Fidélisation de la clientèle** : l'ensemble des actions marketing menées par une entreprise en vue de tisser une relation durable avec un client.

2) Citer quatre outils de fidélisation de la clientèle. (4 points)

- La Lettre d'information
- La carte de fidélité
- Le parrainage
- Les cadeaux
- Le couponing
- Autres.....

3) Expliquer l'importance du traitement d'une réclamation. (2 points)

Répondre à une réclamation est si important car il permet de :

- Fidéliser un client
- Éviter l'érosion du portefeuille client
- Éviter le bouche-à-oreille négatif
- Autres....

DOSSIER N°3 : MARKETING DIGITAL / 10 Points

1) Rappeler les avantages de développer un plan marketing digital. (3 points)

- Augmenter la notoriété de l'entreprise
- Recruter de nouveaux clients
- Booster la politique de communication de l'entreprise
- Développer la visibilité du produit sur le web
- Cibler de nouveaux marchés
- ...etc.

2) Citer les étapes d'un plan marketing digital. (3 points)

- Définir les objectifs de la stratégie numérique
- Identifier les clients cibles (les fameux « persona »)
- Choisir les canaux de marketing digital (Écosystème Webs, Email, (CRM), Intranet, Médias sociaux à usage interne et externe, Paiement par clic
- Créer une stratégie éditoriale efficace (plutôt une approche d'Inbound marketing ou d'Outbound marketing ?)
- Gérer les ressources et le budget (définir un budget de marketing web)
- Mesurer et évaluer la performance des actions stratégiques.

3) Citer et expliquer les types de référencement. (4 points)

<u>Référencement payant</u> <u>SEA (search engine advertising)</u>	<u>Référencement gratuit</u> <u>SEO (search engine optimization)</u>
• Payant • Positionnement rapide • Trafic sur le site important dès le départ	• Gratuit • Positionnement lent • Trafic sur le site faible au départ

DOSSIER N°4 : MARKETING INTERNATIONAL / 10 Points

1) Citer les étapes de la démarche d'internationalisation d'une entreprise. (2points)

- La phase du diagnostic qui permet d'identifier les facteurs-clés de succès et les facteurs du macro-environnement
- La prise de décision pour s'engager sur un ou plusieurs marchés à l'export
- Le choix du ou des marchés étrangers cibles
- Le choix des moyens d'accès aux marchés cibles
- L'élaboration du programme de marketing international
- Le choix de la structure adéquate
- Le suivi et le contrôle du processus
- La remédiation
-

2) Relever la stratégie du marketing international que CUIRAM souhaite adopter. (2points)
La stratégie que l'entreprise souhaite adopter est la stratégie d'adaptation.

3) Indiquer les avantages et les inconvénients de cette stratégie. (4points)

- Avantages :
 - Permet de répondre aux mieux aux besoins des consommateurs de différents pays.
 - Réduire les risques liés à la méconnaissance du marché local et des spécificités culturelles
- Inconvénients :
 - Engendre des coûts supplémentaires
 - Incohérence de la marque (risque de perdre en cohérence et en reconnaissance de la marque à l'échelle mondiale)

4) Citer quatre outils d'étude de marché à l'international ? (2points)

Les outils utilisés pour étudier le marché à l'international :

- SWOT
- PESTEL
- Les 5 forces de porter
- Les enquêtes
- Matrice BCG
- Analyse BERI
-

PRATIQUE :

60 POINTS

DOSSIER N°5 : TECHNIQUES DE VENTE ET DE NEGOCIATION / 10 Points

1) Que faut-il préparer avant d'entamer un entretien de vente avec un client ? (2 points)

- Préparation documentaire : préparer la documentation nécessaire (flyers, dépliant, devis, contrats, ...)
- Préparation personnelle : se préparer physiquement est très important (aspect vestimentaire, coiffure, ...) et se préparer moralement.
- Préparation matérielle : préparer les échantillons, le matériel de démonstration, de test, ...etc.

2) Formuler les réponses aux objections suivantes : (4 points)

<u>Objections</u>	<u>Réponses aux objections</u>
a) Vos sacs sont chers.	Je comprends que notre produit peut sembler cher, mais il est de haute qualité et possède des caractéristiques qui le rendent unique sur le marché. Cela justifie le prix légèrement plus élevé.
b) Votre marque n'est pas notoire	Oui on est un nouvel arrivant sur le marché toutefois nos parts commencent à grandir grâce aux témoignages et recommandations de nos clients

3) Déterminer pour chaque phrase le type de motivation selon SONCAS. (2 points)

- a) Simple et facile à porter, c'est ce que je préfère. **Confort**
b) Très récent et à la mode, c'est ce que je cherche. **Nouveauté**

4) Classer Les signaux d'achat ci-dessous en signaux verbaux ou non verbaux : (2 points)

<u>Signaux verbaux</u>	<u>Signaux non verbaux</u>
• Le client pose des questions sur la qualité du cuir. • - Le client exprime son intérêt pour le produit.	• Le client regarde le produit pendant plusieurs secondes. • Le client fait un signe de tête affirmatif

DOSSIER N°6 : MANAGEMENT DE LA FORCE DE VENTE / 15 Points

1) Rappeler les différentes tâches d'une équipe de vente. (3 points)

- La prospection
- La vente
- SAV
- Traitement des réclamations
- Remontée de l'information
- etc....

Filière	GEOCM	Variante	1	Page	Page 4 sur 7
CORRIGE Examen	Fin de Formation	Session	Décembre 2023		

2) Calculer la taille optimale de la FDV de l'entreprise. (4 points)

- Nombre de jours consacré aux visites : 40 semaines x 4,5jrs = 180 jours
- Nombre d'heures consacré aux visites par jour : 8h - (1 + 1,5) = 5,5h de face à face par jour
- Nombre d'heures consacré aux visites par an : 180 jrs x 5,5h = 990h
- Nombre de visites réalisé par un commercial par an : 990/0,75 = 1 320 visites ou bien : (990 x 60) / 45

On déduit la taille optimale de la force de vente : $11\ 880 / 1\ 320 = 9$ vendeurs.

3) Calculer la rémunération du mois de Novembre de chaque vendeur. (6 points)

Éléments de calcul	Salim	Nada	Laila
(a) Salaire fixe	4 000	4 000	4 000
CA article « A »	31 500	19 600	49 000
CA article « B »	42 180	68 400	11 400
CA Total	73 680	88 000	60 400
Taux de commission	3,5%	5%	3,5%
(b) Montant de la commission (3 pts)	2 578,8	4 400	2 114
(c) Prime d'objectif (1,5 pt)	2 109	3 420	570
Rémunération de Novembre = a + b + c (1,5pt)	8 687,8	11 820	6 684

Montant de la commission = CA total x Taux de commission

Prime d'objectif = CA article (B) x 5%

4) Commenter ce système de rémunération. (2 points)

Le mode de rémunération attribué à cette équipe est :

- Varié (Salaire fixe, commission et prime)
- Adaptable aux caractéristiques commerciales des produits vendus
- Motivant (récompense en cas de ventes difficiles)
- Équitable en fonction des efforts fournis
- ... (Accepter toute réponse cohérente.)

DOSSIER N°7 : MERCHANDISING / 15 Points

1) Calculer pour chaque référence, les indicateurs de performance suivants :

- Chiffre d'affaires. (1,5 point)
- Linéaire développé (en mètre). (3 points)
- Rentabilité du linéaire. (4,5 points)

Références	CA (1,5 pt)	LD (3pts)	Marge brute	BB	Rentabilité (4,5pts)
Bandoulière	96 000	9	240	28 800	3 200
Bourse	76 500	5,4	230	20 700	3 833,33
Cabas	67 500	3,6	315	23 625	6 562,5

Éléments de calcul	Formule de calcul	Ex de détail de calcul pour la 1 ^{ère} référence
CA	PVHT x Quantité	800 x 120 = 96 000 DH
LD	LD du meuble x taux d'occupation	(6m x 3niveaux) x 50% = 18 x 50% soit 9M. Linéaire
Marge Brute	PVHT- PAHT	800 – 560 = 240 DH
Bénéfice Brut	MB x QV	240 x 120 = 28 800 DH
Rentabilité	BB/LD	28 800/9 = 3 200 DH

- 2) Pour optimiser l'implantation des trois références sur toute la gondole, on demande de
- Calculer l'indice de sensibilité au chiffre d'affaires (ISCA). (4,5 points)
 - Déterminer le nouveau linéaire développé en mètre (NLD). (1,5 point)

Références	LD actuel	%LD	CA	%CA	ISCA (4,5pts)	Nouveau LD (1,5pts)
Bandoulière	9	50	96 000	40	0,8	7,2
Bourse	5,4	30	76 500	31,875	1,06	5,72
Cabas	3,6	20	67 500	28,125	1,40	5,04
Total	18	100	240 000	100		

DOSSIER N°8 : TECHNIQUES DU COMMERCE INTERNATIONAL / 20 Points

- 1) Calculer la valeur du fret maritime. (4 points)

Volume = $80 \times 1 \times 0,8 \times 0,5 = 32 \text{m}^3$

Poids brut total = 20T

Eléments	Taux	Montant
Fret	32	4 800
BAF	3%	144
Fret corrigé		4 944
CAF	2%	98,88
Fret Total		5 042,88
Ristourne	1,50%	75,64
Fret Total Net		4 967,24

- 2) Calculer en USD la valeur CIF/CIP Tanger en passant par EXW, FCA et FOB. (8points)

Eléments	Valeur	Barème
Valeur de la M/ses : $(6000 \times 10) + (7000 \times 10)$	130 000	
Emballages : 80×30	2400	
EXW H2H COUROS	132 400	2 points
Pré acheminement	1 250	
Dédouanement export	900	
FCA port de TUBARAO	134 550	2 points
Déchargement sur quai	1 800	
FAS port de TUBARAO	136 350	
Chargement à bord	2 200	
FOB Navire RIOBONTY	138 550	2 points
Fret	4 967,24	
CFR Tanger Med	143 517,24	
Assurance : $[143 517,24 / (1 - ((1 + 10\%) \times 1,25\%))] - 143 517,24$	2 000,87	
CIF Tanger Med	145 518,11	2 points

- 3) Préciser les avantages du crédit documentaire irrévocable et confirmé pour H2H COUROS. (4 points)

- Sécurité de paiement
- Garantie de livraison
- Renforcement de la crédibilité (montre l'engagement de l'importateur à respecter les conditions de la transaction)
- Protection contre les risques politiques et commerciaux

4) Calculer la dette douanière en MAD. (4 points)

Eléments	Taux	Valeur en USD
CIF		2 000
Aconage		790
Valeur déclarée		2 790
Droits de douane	10,00%	279
Taxe parafiscales	0,25%	6,98
TVA	20%	615,20
Dette douanière		901,17
Remise		3,69
Crédit d'enlèvement		904,86 USD

Donc la dette douanière en MAD = 904,86 x 9,95 = 9 003,35 MAD

ofppt.info