

الصفحة	<b>الامتحان الوطني الموحد للبكالوريا</b> <b>المسالك المهنية</b> <b>الدورة العادية 2021</b> <b>- الموضوع -</b>		الجمهورية المغربية وزارة التربية الوطنية والتعليم العالي والبحث العلمي المركز الوطني للتقويم والامتحانات
1			
8			
***	PPPPPPPPPPPPPPPPPPPP	NS 233B	

2h	مدة الإنجاز	الاختبار التوليقي في المواد المهنية - الجزء 2	المادة
10	المعامل	شعبة الخدمات مسلك التجارة	الشعبة أو المسلك

### Consignes

- L'utilisation de la calculatrice non programmable est autorisée.
- Aucun document n'est autorisé.
- La présentation de la copie doit être soignée : Eviter les ratures et surcharges, aérer le texte, numéroter les réponses, encadrer les résultats, utiliser la règle pour le traçage des tableaux.
- **Les annexes sont à compléter et à rendre avec la copie.**

### Barème et numéros de pages

#### Partie 2 : GRC et Promotion des ventes

Dossiers	Numéros de pages	Barème
Dossier N°1 : Gestion de la relation client	Pages 2 - 3	3.50 points
Dossier N°2 : Promotion des ventes	Pages 4 - 5	3.75 points
Présentation de la copie		0.25 point
<b>Total partie 2</b>		<b>7.50 points</b>

## Dossier N° 1 : Gestion de la relation client

### Document 1 : L'ONCF à l'écoute de ses clients

#### L'ONCF Lance des offres spéciales de fin d'année

L'Office National des Chemins de Fer (ONCF) lance des offres spéciales de fin d'année afin de récompenser la fidélité de ses clients. Ces derniers pourront bénéficier, en cette période de fêtes, de certaines réductions sur les prix. Il s'agit d'une réduction de 30% accordée à tout détenteur de carte Jeune et Sénior, à bord de tous les trains ONCF : AL BORAQ, AL ATLAS, et Train de Navette Rapide (TNR). Cette offre s'étend jusqu'au 31 décembre.

« Ces cartes plus simples et plus avantageuses, destinées aux personnes âgées de 60 ans et plus et aux jeunes entre 16 et 30 ans, sont valables une année au tarif de 50 DH seulement et donnent accès aux réductions jusqu'à l'expiration de leur validité », indique un communiqué de l'ONCF.

#### Digitalisation des services à l'ONCF

L'ONCF place le client au centre de ses préoccupations, il a ainsi mis en place un service digital lui permettant d'améliorer sa relation client :

- « ONCF Trafic » : application mobile gratuite qui permet aux voyageurs de mieux planifier leur voyage en s'informant en temps réel sur l'état du trafic (horaires des trains, heure d'arrivée, ...).
- « www.ONCF2255.ma » : la plateforme en ligne à l'écoute des voyageurs pour prendre en charge toutes leurs réclamations et suggestions avec des délais de traitement entre 24h et 5 jours.



#### Le Centre relation client ONCF

Opérationnel 7 jours sur 7 et 24h sur 24, le centre de relation client est accessible à partir de n'importe quel point du Maroc par un numéro unique facile à mémoriser 2255 (coût de communication locale).

Il s'agit d'une plateforme ultra moderne hébergée chez un professionnel du métier. Le centre de relation client ONCF s'appuie sur le professionnalisme de 25 télé-opérateurs, dédiés à traiter près de 5000 appels par jours.

Le centre de relation ONCF va plus loin que l'information horaire, en offrant des prestations liées au voyage : situation du trafic, tarifs de voyage, suggestions, réclamations ...

<b>Information :</b>	◆ Horaires, état du trafic	<b>Abonnement :</b>	◆ Nouveau client
	◆ Prix		◆ Renouvellement
	◆ Produits et promotions		
<b>Réclamation :</b>	◆ Questions fréquentes		
	◆ Litiges		

**Travail à faire N°1 / (3.5 pts)**

N°	Questions	Barème
1	Relever deux techniques de fidélisation mises en place par l'ONCF.	0.25 pt
2	Préciser le rôle du service de traitement des réclamations de l'ONCF.	0.50 pt
3	Identifier les moyens de gestion de la relation client à distance utilisés par l'ONCF.	0.50 pt
4	a- Déterminer le type du centre d'appel de l'ONCF.	0.25 pt
	b- Relever deux missions du centre de la relation client de l'ONCF.	0.25 pt
5	Compléter l'annexe n°1.	0.50 pt
6	a- Définir le taux d'attrition.	0.25 pt
	b- Compléter l'annexe n°2.	0.50 pt
	c- Proposer deux actions pour réduire la perte de clients.	0.50 pt

الصفحة	4	NS 233B	الامتحان الوطني الموحد للبكالوريا - الدورة العادية 2021 - الموضوع - مادة: الاختبار التوليقي في المواد المهنية - الجزء 2- شعبة الخدمات مسلك التجارة
8			

## Dossier N°2 : Promotion des ventes

Vous effectuez un stage dans l'enseigne «*Brico plus*», une surface spécialisée dans les équipements de bricolage et de jardinage. Le responsable du magasin vous communique le document suivant :

### Document 1 : Extrait du plan de l'action promotionnelle

Pour développer son rayon bricolage, «*Brico plus*» a mené une opération de promotion. Son objectif était de vendre 26 000 produits durant l'été 2020 à travers une campagne de marketing direct innovante et efficace.

#### Programme de promotion

- Street Marketing (\*) et animation dans différents points de vente parmi les plus fréquentés du réseau ;
- **Dispositif sur chaque point de vente** : un stand équipé pour accueillir les clients, un superviseur, et quatre animateurs ou animatrices habillées aux couleurs de «*Brico plus*».
- Coût et budget alloué à cette opération promotionnelle : 650 000 DH.
- Initialement prévu sur 10 points de vente, le dispositif a été étendu à 15 magasins avec les mêmes effectifs et sans coût additionnel, ce qui a permis de passer de 520 à 650 ventes quotidiennes.
- 50 jours de présence sur le terrain.
- Prix de vente promotionnel : 29.50 DH.

#### Résultats de l'opération

- 130 000 contacts.
- Augmentation des ventes de 25% par rapport à l'objectif initial.
- Notoriété du point de vente renforcée.

(\*) Le Street marketing est une technique marketing qui utilise la rue et les lieux publics pour promouvoir un produit ou une marque.

الصفحة	5	NS 233B	الامتحان الوطني الموحد للبكالوريا - الدورة العادية 2021 - الموضوع - مادة: الاختبار التوليقي في المواد المهنية - الجزء 2- شعبة الخدمات مسلك التجارة
8			

**Travail à faire N°2 / (3.75 pts)**

N°	Questions	Barème
<b>1</b>	A partir du <b>document 1</b> :	
	a- Remplir le tableau en <b>annexe n°3</b> ;	1.25 pt
	b- Citer quatre autres techniques de la promotion des ventes ;	0.50 pt
	c- Calculer le chiffre d'affaires promotionnel ;	0.75 pt
<b>2</b>	d- Déduire la marge nette dégagée suite à cette opération promotionnelle.	0.25 pt
	Cocher, sur l' <b>annexe n°4</b> , la bonne réponse.	1.00 pt

## Les annexes sont à compléter et à rendre avec la copie

### Annexe n°1 : Analyse des cartes de réduction de l'ONCF

Profil du voyageur	<i>Jeune (16-30ans)</i>	<i>Etudiant (moins de 26 ans)</i>	<i>Sénior (plus de 60 ans)</i>
Cartes de réduction	   	   	   
Avantages offerts au client	- ..... - ..... - .....	- ..... - ..... - .....	- ..... - ..... - .....
Objectifs des actions de fidélisation	- ..... - .....		

### Annexe n°2 : Analyse du portefeuille client géré par un agent commercial ONCF

	Carte d'abonnement <i>AL BORAQ DIMA</i>	Carte d'abonnement <i>NAVETTE</i>
<b>Nombre d'abonnements en 2019</b>	80	250
<b>Nombre de réabonnements en 2020</b>	64	230
<b>Nombre de clients perdus</b>		20
<b>Taux d'attrition (perte de client)</b>	20%	
<b>Taux de rétention</b>		92%

**N.B : Présenter le détail de vos calculs.**

**Annexe n°3 : Analyse de l'action promotionnelle mise en place**

<b>Période et durée</b>	- ..... - .....
<b>Objectifs poursuivis</b>	- ..... - .....
<b>Techniques promotionnelles utilisées</b>	- ..... - .....
<b>Moyens matériels</b>	- ..... - .....
<b>Moyens humains</b>	- ..... - .....
<b>Cible (*)</b> (*) Cocher la bonne réponse	<input type="checkbox"/> Consommateur <input type="checkbox"/> Distributeur

#### Annexe n°4 : Actions de promotion des ventes

Propositions	Vrai	Faux
1-La promotion des ventes est un outil d'étude de marché.		
2-La promotion des ventes est principalement destinée à accorder un avantage au fournisseur.		
3-Les opérations promotionnelles peuvent renforcer la notoriété de l'enseigne.		
4-La promotion des ventes permet de développer les ventes d'une entreprise à court terme.		
5-Dans un message publicitaire, l'axe émotionnel engendre une réaction affective qui provoque l'achat.		
6-La promotion des ventes s'adresse uniquement aux consommateurs.		
7-Une vente par lots ou vente « jumelée » est une vente à prime.		
8-La remise de référencement est une réduction pratiquée par le producteur sur la première commande d'un nouveau produit, effectuée par son réseau de distribution.		

الصفحة	<b>الامتحان الوطني الموحد للبكالوريا</b> <b>الممالك الممennie</b> <b>الدورة العادية 2021</b> <b>- عناصر الإجابة -</b>		الجمهورية المغربية وزارة التربية الوطنية والتعليم العالي والبحث العلمي المركز الوطني للتقويم والامتحانات	
1			الجمهورية المغربية وزارة التربية الوطنية والتعليم العالي والبحث العلمي المركز الوطني للتقويم والامتحانات	
4			الجمهورية المغربية وزارة التربية الوطنية والتعليم العالي والبحث العلمي المركز الوطني للتقويم والامتحانات	
***			الجمهورية المغربية وزارة التربية الوطنية والتعليم العالي والبحث العلمي المركز الوطني للتقويم والامتحانات	
PPPPPPPPPPPPPPPPPPPP		NR 233B		
2h	مدة الإنجاز	الاختبار التوليقي في المواد المهنية - الجزء 2		المادة
10	المعامل	شعبة الخدمات مسلك التجارة		الشعبة أو المسلك

Corrigé indicatif

**Dossier N° 1 : Gestion de la relation client : 35 pts**

1	<b>Deux techniques de fidélisation mises en place par l'ONCF :</b> - Centre de relation client - Cartes de réduction - Site internet - Application mobile ... <i>N.B Accepter deux réponses justes</i>	2.5 pts
2	<b>Rôle du service de traitement des réclamations de l'ONCF :</b> - Répondre aux questions fréquentes des voyageurs ; - Gérer les litiges ; - Traiter les demandes des voyageurs dans un délai entre 24h et 5 jours. <i>N.B Accepter une réponse juste</i>	5 pts
3	<b>Moyens de gestion de la relation client à distance utilisés par l'ONCF :</b> - Internet (Application mobile, Site internet) - Téléphone (Centre relation client : 25 téléopérateurs)	5 pts
4	a- <b>Type du centre d'appel de l'ONCF :</b> Centre d'appels entrant (en réception).	2.5 pts
	b- <b>Deux Missions du centre de relation client de l'ONCF :</b> - Informer sur la situation du trafic, les horaires, - Informer sur le tarif des voyages (prix), les produits et promotion, - Gérer les abonnements, - Traiter les réclamations. <i>N.B Accepter deux réponses justes</i>	2.5 pts
5	<b>Annexe 1.</b>	5 pts
6	a- Le taux d'attrition est un indicateur qui mesure la proportion des clients perdus par l'entreprise sur une période donnée.	2.5 pts
	b- <b>Annexe 2.</b>	5 pts
	c- <b>Deux actions pour réduire la perte de clients :</b> - Personnaliser la relation client en s'appuyant sur les outils de marketing relationnel, action d'e-mailing, publipostage, newsletter, promotion, SAV... - Mettre des barrières à la sortie : des cartes de fidélité ou de réduction payantes... <i>N.B Accepter deux réponses justes</i>	5 pts

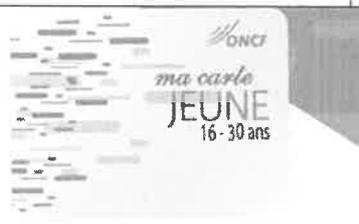
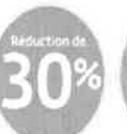
الصفحة	2	NR 233B	الامتحان الوطني الموحد للبكالوريا - الدورة العادية 2021 - عناصر الإجابة - مادة: الاختبار التوليقي في المواد المهنية - الجزء 2- شعبة الخدمات مسلك التجارة
4			

**Dossier N°2 : Promotion des ventes : 37,5 pts**

1	<p>a- <b>Annexe 3</b></p> <p>b- <b>Quatre autres techniques de la promotion des ventes :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- vente par lot ;</li> <li>- Prix barré ;</li> <li>- Prime ;</li> <li>- Cadeau gratuit.</li> </ul> <p><i>N.B. accepter quatre réponses justes</i></p> <p>c- <b>Calcul du chiffre d'affaires promotionnel :</b></p> <p style="text-align: center;"><math>650 \times 50 \times 29.5 = 958\ 750\ \text{DH}</math></p> <p>Ou <math>26000 \times 1.25 \times 29.50 = 958\ 750\ \text{DH}</math></p> <p>d- <b>Déduction de la marge nette dégagée suite à cette opération promotionnelle :</b></p> <p style="text-align: center;"><math>958\ 750 - 650\ 000 = 308\ 750\ \text{DH}</math></p>	<p>12.5 pts</p> <p>5 pts</p> <p>7.5 pts</p> <p>2.5 pts</p>
2	<b>Annexe 12</b>	10 pts

### Annexes :

#### Annexe n° 1 : Analyse des cartes de réduction de l'ONCF (5 pts)

Profil du voyageur	Jeune (16-30ans)	Etudiant (moins de 26 ans)	Sénior (plus de 60 ans)
Cartes de réduction			
	  	  	  
Avantages offerts au client (2.25 pts)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Réduction de 15%</li> <li>- Nombre illimité de voyages</li> <li>- SAV plus souple</li> </ul> <b>(0.25 pt x 3)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Réduction de 30%</li> <li>- Nombre illimité de voyages</li> <li>- SAV plus souple</li> </ul> <b>(0.25 pt x 3)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Réduction de 15%</li> <li>- Nombre illimité de voyages</li> <li>- SAV plus souple</li> </ul> <b>(0.25 pt x 3)</b>
Objectifs des actions de fidélisation (2.75 pts)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Récompenser les clients fidèles,</li> <li>- Intensifier les achats de billets de train,</li> <li>- Augmenter le chiffre d'affaires,</li> <li>- Améliorer l'image de marque,</li> <li>- Renforcer la notoriété.</li> </ul> <b>N.B Accepter deux réponses justes (1.375 pt x 2)</b>		

#### Annexe n°2 : Analyse du portefeuille client géré par un agent commercial ONCF (5 pts)

	Carte d'abonnement <i>AL BORAQ DIMA</i>	Carte d'abonnement <i>NAVETTE</i>
Nombre d'abonnements en 2019	80	250
Nombre de réabonnements en 2020	64	230
Nombre de clients perdus : <b>1 pt</b>	<b>80 - 64 = 16</b>	20
Taux d'attrition (perte de client) : <b>2 pts</b>	20%	<b>(20/250) x 100 = 8%</b>
Taux de rétention : <b>2 pts</b>	<b>(64/80) x 100 = 80 %</b>	92%

**Annexe n°3 : Analyse de l'action promotionnelle mise en place (12.5 pts)**

<b>Période et durée (2.4 pts)</b>	- Durant l'été 2020 - 50 jours
<b>Objectifs poursuivis (2.4 pts)</b>	- Promouvoir les ventes des produits du rayon sur la période, - Fidéliser les clients, - Intervenir sur l'image... <i>N.B. Accepter deux réponses justes</i>
<b>Techniques promotionnelles utilisées (2.4 pts)</b>	- Campagne de marketing direct, - Animation promotionnelle. ( Accepter également Street Marketing)
<b>Moyens matériels (2.4 pts)</b>	- 15 stands équipés pour accueillir les clients, - Habits aux couleurs de Brico Plus.
<b>Moyens humains (2.4 pts)</b>	- 10 superviseurs ; - 40 animateurs et animatrices.
<b>Cible (0.5 pt)</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Consommateur <input type="checkbox"/> Distributeur

**Annexe n°4 : Actions de promotion des ventes (10 pts = 1.25 pt x 8)**

Propositions	Vrai	Faux
1- La promotion des ventes est un outil d'étude de marché.		✓
2- La promotion des ventes est principalement destinée à accorder un avantage au fournisseur.		✓
3- Les opérations promotionnelles peuvent renforcer la notoriété de l'enseigne.	✓	
4- La promotion des ventes permet de développer les ventes d'une entreprise à court terme.	✓	
5- Dans un message publicitaire, l'axe émotionnel engendre une réaction affective qui provoque l'achat.	✓	
6- La promotion des ventes s'adresse uniquement aux consommateurs.		✓
7- Une vente par lots ou vente « jumelée » est une vente à prime.		✓
8- La remise de référencement est une réduction pratiquée par le producteur sur la première commande d'un nouveau produit, effectuée par son réseau de distribution.	✓	

**2.5 Points pour la présentation de la copie**