

الصفحة	<p style="text-align: center;">الامتحان الوطني الموحد للبكالوريا المسالك المهنية الدورة الاستدراكية 2020 - عناصر الإجابة -</p>		<p style="text-align: center;">المملكة المغربية وزارة التربية الوطنية والتكوين المهني والتعليم العالي والبحث العلمي المركز الوطني للتقويم والامتحانات</p>
1			
4			

	PPPPPPPPPPPPPPPPPPPP	RR 233B	
2	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 points)

- 1 a) **Prestation avant-vente** : Ensemble des services connexes à la vente dont la fonction consiste à informer le client sur les produits du magasin, à faciliter l'achat du produit qui correspond à ses besoins et à lui permettre d'en tirer la meilleure satisfaction possible. 5 pts
- Prestation après-vente** : Ensemble des services fournis aux clients après la vente. Exemple : livraison, installation, réparation, conseil, assistance...
- N.B. : Accepter toute définition logique.**
- b) Intérêt des enquêtes de satisfaction pour Maroc Telecom : Recueillir les opinions des clients et identifier leurs attentes... 5 pts
- c) Proposition d'un autre moyen de mesure de la satisfaction client : 2.5 pts
- Visites ;
 - Réseaux sociaux et forum de discussion ;
 - Entretien qualitatif (...)
- N.B. : Accepter une seule proposition juste.**
- 2 a) Clientèle ciblée par le programme Fidelio : les clients abonnés ; 2.5 pts
- b) Conditions d'octroi des avantages clients du programme Fidelio : 5 pts
- Cumul des points sur les appels passés et services payants ;
 - Renouvellement de l'abonnement sur 12 ou 24 mois.
- c) Deux avantages du programme Fidelio pour le client : 5 pts
- Convertir les points cumulés en cadeaux ;
 - Bénéficier des meilleurs téléphones mobiles à des conditions plus avantageuses.
- 3 Deux objectifs recherchés par Maroc Telecom à travers son programme Fidelio : 10 pts
- Augmenter la fréquence d'achat des clients à travers le cumul des points ;
 - Pousser les clients vers des produits de gamme supérieures à travers le renouvellement de leur abonnement ;
 - Encourager les clients du service prépayé à souscrire des abonnements.
- N.B. : Retenir deux objectifs justes.**

الصفحة	2	RR 233B	الامتحان الوطني الموحد للبكالوريا - الدورة الاستدراكية 2020 - عناصر الإجابة - مادة: الاختبار التوليفي في المواد المهنية - الجزء 2- شعبة الخدمات مسلك التجارة
4			

Dossier N°2 :

Sujet 1 : Univers de la distribution (37.5 points)

- 1 a) Voir annexe n°1 ; 7.5 pts
b) Cosmos Electro offre à ses clients une expérience d'achat unique : 2.5 pts
« ... faire vivre une expérience client ludique et mémorable : Animation, tombola, vente flash... » ;
c) La fonction de la distribution : Fonction expérientielle. 5 pts
- 2 Deux avantages de la distribution hors magasin pour une enseigne : 7.5 pts
- Elargir l'offre de services ;
 - Toucher la clientèle hors de sa zone de chalandise ;
 - Accroître la notoriété de l'enseigne ;
 - (...)
- N.B. : Retenir deux avantages justes.*
- 3 La différence entre le positionnement voulu et le positionnement perçu est 10 pts
que le premier résulte de l'analyse des caractéristiques de la zone de chalandise, des attentes des consommateurs cibles et de la différenciation souhaitée au regard de l'offre des concurrents, tandis que le deuxième résulte de l'image et de l'expérience du consommateur confrontées à l'offre commerciale de l'enseigne.
- N.B. : Accepter toute réponse logique.*
- 4 Voir annexe n°2. 5 pts

Sujet 2 : Promotion des ventes (37.5 points)

- 1 Le concept de relations publiques consiste pour une entreprise à mener des 5 pts
campagnes de communication en vue de promouvoir l'image de marque de l'entreprise et d'entretenir un contact régulier avec les différents médias et publics.
- N.B. : Accepter toute réponse logique.*
- 2 Deux avantages du publipostage : 2.5 pts
- Réaliser des économies ;
 - Toucher plus de clients ;
 - Diffuser facilement des informations ;
 - Augmenter les taux de réponse ;
 - Cibler des clients précis grâce à des messages personnalisés ;
 -
- N.B. : Retenir deux avantages justes.*
- 3 Voir annexe n°3. 15 pts
- 4 Voir annexe n°4. 10 pts
- 5 Les limites d'une action promotionnelle axée exclusivement sur la 5 pts
réduction du prix : Fidélisation opportuniste ; ternir l'image de marque ; baisse du prix de référence chez le consommateur ; réduction de marges ; ciblage de clientèle restreint ; irritation du client ; ...
- N.B. : Accepter au minimum deux limites justes.*

Annexes / Univers de la distribution

Annexe n°1 : Fiche Cosmos Electro (7,50 pts)

Critères	Caractéristiques du magasin
Type de magasin (2 pts)	Grande Surface Spécialisée
Surface de vente (1,25 pt)	1200 m ²
Univers de la surface de vente (1,75 pt)	5 univers : - Image et son. - Multimédia et Téléphonie. - Gros électroménager. - Petit électroménager. - Atelier Cuisine.
Assortiment (1,25 pt)	Plus de 5 000 références.
Service après-vente (1,25 pt)	Installation et livraison gratuites.

Annexe n°2 : Type de magasin (5 pts)

1 pt par réponse juste

Caractéristiques	Grande surface spécialisée	Magasin traditionnel	Discounter	Grand magasin
Surface entre 2 500 m ² et 40 000 m ²				✗
Offre spécialisée par domaine	✗			
Assortiment restreint		✗	✗	
Surface inférieure à 100 m ²		✗		

Annexes / Promotion des ventes

Annexe n°3 : Techniques de promotion des ventes (15 pts)

Illustration	Technique (3 pts × 4)	Deux objectifs recherchés (1,5 pt × 2)
	Jeux & concours	<ul style="list-style-type: none"> • Augmenter la fréquence d'achat ; • Dynamiser le magasin ; • Attirer une clientèle nouvelle ; • Fidéliser les clients ; • Liquidier les stocks ; • Stimuler la vente des produits anciens ; (...)
	Prix barré (Réduction de prix)	
	Vente jumelée	
	Vente avec prime directe	

Annexe n°4 : Cible de la promotion des ventes (10 pts) / (2pts ×5)

Elément	Cible de la promotion (*)		
	Consommateur	Distributeur	Force de vente
Prime de 500 DH pour toute vente d'abonnement destiné aux clients professionnels.			×
Pour un article acheté, le deuxième est offert gratuitement.	×		
Une réduction de 10 % durant le mois de décembre pour toute commande de plus de 200 paquets de chocolat.		×	
Bon d'achat de 30 DH offert pour chaque parrainage.	×		
Tout vendeur dépassant son objectif de vente de 20% bénéficiera d'un voyage tous frais payés.			×

2.5 Points pour la présentation de la copie