



مكتب التكوين المهني وإنعاش الشغل
Office de la Formation Professionnelle
Et de la Promotion du travail

Direction de la Recherche et de l'Ingénierie de la Formation

Examen de PASSAGE
Session juin 2012

Filière : Technicien Spécialisé en Commerce

Épreuve : Synthèse 1

Niveau : Technicien Spécialisé

Durée : 5 heures

Barème : 120 Points

Document(s) et Matériel(s) autorisés :

Liste des comptes du plan comptable général, à l'exclusion de toute autre information.

Une calculatrice de poche à fonctionnement autonome

Document(s) et Matériel(s) strictement interdits :

L'usage des téléphones portables

L'utilisation des feuilles de brouillon personnelles ou non cachetées

Conseils pour la réussite de votre examen :

1. Inscrivez votre identification complète sur chaque feuille d'examen
2. Reproduisez le tableau suivant sur la première page de votre feuille de réponse
3. Commencez vos réponses à partir de la deuxième page
4. Procédez à la pagination des pages des copies de réponse
5. Recopiez le N° du dossier pour chacune des réponses correspondantes
6. Assurez-vous d'avoir reçu la totalité des pages de l'épreuve
7. NB : Les deux parties : Théorie et Pratique sont à traiter obligatoirement pour éviter la note éliminatoire.

Partie	N° DOSSIER	TRAVAUX À RÉALISER	NOTE PAR DOSSIER
Théorie	D1	Approche globale et environnement de l'entreprise	/10
	D2	Etudes et Recherches Commerciales Action Commerciale	/30
	Total Théorie		/40 points
Pratique	D3	Techniques de vente et négociation	/20
	D4	Gestion administrative des ventes	/20
	D5	Arithmétiques Commerciales Statistiques	/20
	D6	Concepts de base de la Comptabilité	/20
	Total Pratique		/80 points
Total Général			/120 points

THEORIE : (40 points)

Créée en 2011, l'Entreprise CASA FOOD est une SARL, au capital de 11 000 000 Dh, spécialisée dans la commercialisation des produits de grande consommation. Elle gère une chaîne de supermarchés situés dans les régions du Nord, Est, Ouest du Maroc. La Direction de l'Entreprise est assurée par Monsieur FILALI Rachid assisté par sa secrétaire. L'activité de cette Entreprise est organisée par régions car chaque supermarché est géré par un sous-directeur de la région qui assume la responsabilité :

- D'un service personnel : chargé de recrutement et de la gestion administrative du personnel
- D'un service financier : chargé de la comptabilité et de la paie
- D'un service commercial : chargé de la vente et de l'approvisionnement
- D'un service marketing : chargé de l'étude de marché.

Dossier 1 : (10 points)

- 1- Dresser l'organigramme de cette Entreprise. « 4 points »
- 2- De quel type de structure s'agit-il ? « 2 points »
- 3- Présenter ses avantages et ses inconvénients. « 2 points »
- 4- Définir le rôle de la fonction commerciale au sein de l'entreprise ? « 2 points »

Dossier 2 : (30 points)

A- Le directeur général de L'Entreprise M. FILALI fait appel au service marketing de chaque région pour l'aider à mener une étude de marché avant de lancer de nouveaux produits en Biscuiterie, importés sur le marché marocain. Il vous demande de coopérer avec son département marketing.

- 1- CASA FOOD opte pour une étude de marché quantitative, préciser la démarche à suivre pour chacune des techniques suivantes:
 - a- Recensement. « 2points »
 - b- Sondage. « 2points »
 - c- Panel. « 2points »
- 2- Rédiger un questionnaire sur la consommation de la Biscuiterie par le consommateur Marocain « 6 points ».
- 3- a- Quel mode d'administration de ce questionnaire proposez-vous ? « 1point »
b- Justifier votre réponse. « 1point »
- 4- Par quelles méthodes allez-vous dépouiller les résultats de ce questionnaire ? « 2points »

B- Suite aux résultats de l'étude Marketing, L'Entreprise continuera à proposer la même gamme de produits que les concurrents mais en y ajoutant une nouvelle marque de Biscuiterie Française « BISC », dont elle détient l'exclusivité sur le marché Marocain. CASA FOOD a pour objectif de faire bénéficier ses clients d'un choix plus large de produits et de promotions plus intéressantes.

Dans un premier temps, CASA FOOD se limitera à distribuer ce nouveau produit seulement sur le segment : région Nord, dont la clientèle, à pouvoir d'achat réduit, est connue par son désir d'acheter à prix convenable un produit de qualité.

- 1- Expliquer les mots soulignés « 5 points »
- 2- Préciser la politique de prix adoptée par l'Entreprise « 3 points »
- 3- Quel objectif cherche l'Entreprise à atteindre à travers cette politique « 2 points »
- 4- a- Citer quelques techniques de promotion de ventes qui peuvent être utilisées par l'Entreprise afin de développer ses ventes. « 2 points »
b- Donner un exemple pour chacune d'elles. « 2 points »

PRATIQUE :	(80 points)
------------	-------------

Dossier 3 : (20 points)

Vous êtes un vendeur chez un concessionnaire de véhicules. Monsieur FILALI vous reçoit dans son bureau, pour l'achat de véhicules de services pour ses commerciaux itinérants sur les différentes régions du Maroc.

Très occupé, Monsieur FILALI vous accueille difficilement entre deux appels téléphoniques.

Après entretien vous avez constaté que son langage est riche d'expression : « je pense que...quant à moi...je fais ceci », et dont voici un extrait :

Client : en passant par votre show-room hier, j'ai cru trouver chez vous de nouveaux modèles plus performants que ceux que j'ai acquis depuis 3 ans pour mon entreprise.

1. Vendeur : (Vous).....
.....

Client : (M. FILALI) : c'est pour mes commerciaux ; je sais que votre marque produit des modèles robustes, et vraiment je veux quelque chose de distinctif, mon parc actuel ne répond pas à cela, plusieurs entreprises ont eux aussi ce modèle.

2. Vendeur : (fait la présentation du dernier modèle qui vient d'apparaître).....

Client : et pour les couleurs, je pense que vous avez des couleurs attrayantes qui pourraient nous convenir ?

3. Vendeur : bien évidemment.....

Client : et la garantie ?

4. Vendeur :.....
.....

Client : votre offre est vraiment intéressante, bien, votre marque est une garantie en elle-même. Et concernant le prix ?

5. Vendeur :.....

Client : c'est un peu cher !

6. Vendeur :
 Client : je vais réfléchir
 7. Vendeur :
 Client : d'accord: combien je peux payer comme
 avance.....

- 1) De quel type de client s'agit-il « client facile ou difficile ». « 1point »
 Justifiez votre réponse « 1point »
- 2) Quels sont ses mobiles d'achat ? Justifier vos réponses « 3points »
- 3) Compléter le dialogue « partie des points vid. » ? « 7 Points »
- 4) Reformuler les réponses aux objections suivantes : « 8 Points »
 - a- Vos catalogues sont très peu renseignés
 - b- J'ai déjà un fournisseur et j'en suis satisfait
 - c- Je dois en parler à mon Directeur Financier
 - d- Je vais réfléchir

Dossier 4 : (20 Points)

L'entreprise CASA FOOD souhaite commercialiser un nouveau produit « BISC » auprès des grandes et moyennes Surfaces Marocaines, ainsi que le commerce traditionnel.

Vous disposez des informations suivantes :

Le marché potentiel : 50 000 revendeurs. Objectifs de pénétration la première année : 15 %, La conclusion du contrat nécessite en moyenne 2 visites.

Emploi du temps des vendeurs :

Les vendeurs consacrent en moyenne 20% de leur temps de travail au traitement des documents administratifs et aux réunions, 10% est consacrée à la formation ;

Il convient de tenir compte d'une semaine de présence à un salon professionnel « soit 40 H », la durée moyenne de visite est estimée à une 1Heure 30mn ; la durée annuelle de travail est de 2400 heures.

Votre direction commerciale vous demande d'évaluer la taille de la force de vente nécessaire, sachant que les déplacements professionnels d'un vendeur sont estimés à 18 000 Km par an, avec une moyenne de 40 Km/h ;

- 1) Calculez la taille de la force de vente. « 8 points »

M. FILALI veut mesurer la productivité de deux de ses commerciaux KHALID et OTHMANE, veuillez lui indiquer les ratios nécessaires à cette analyse.

2) Remplir les tableaux suivants:

Expression du ratio	Ratio « 4 Points »	montant	Interprétation« 2 Points »
Chiffre d'affaires par visite		2000 Dh	
Nombre de visites par commande		5	
Conquête de clients		10%	
Effort de prospection		6%	

Expression du ratio	Ratio « 3 Points »	KHALID	OTHMANE
Productivité des contacts téléphoniques		50/300	60/600
Productivité des rendez-vous		20/ ?	5/ ?
Conquête de clients		20/ 100	15/150

3) Menez une analyse comparative en termes de productivité de ces deux vendeurs « 3 Points »

Dossier 5 :(20 points)

A- Le tableau suivant présente la répartition des avances sur salaires accordés par l'Entreprise CASA FOOD à ses employés :

Montant des avances en 1 000 Dh	Nombre d'employés
[10 - 20 [	10
[20 - 30 [	25
[30 - 40 [	35
[40 - 50 [	10
[50 - 60 [	5
[60 - 70 [	3

Travail à faire :

1) Préciser :

- a- le caractère étudié « 0,5 point »
- b- La nature du caractère « 0,5 point »

2) Calculer et interpréter les caractéristiques suivantes :

- a- Le mode « 2 points »
- b- La médiane « 2 points »
- c- La moyenne arithmétique « 2,5 points »
- d- l'écart- type « 2,5points »

B- L'entreprise négocie en date du 15 Avril un effet de commerce dont les caractéristiques sont comme suit :

- La date d'échéance est le 30 Avril
- Le montant est de 100 000 Dh

Les conditions de la banque se résument comme suit :

- Taux d'escompte 9%
- Commission de manipulation est de 40 Dh
- TVA : 10%
- Ajouter un jour de banque

Travail à faire :

- 1- Définir l'escompte « 2points »
- 2- Quelles sont les différentes commissions prélevées par la banque en cas d'escompte « 2points »
- 3- Calcule la valeur encaissée par le négociateur de l'effet « 6points »

Dossier 6 : (20 points)

Une Entreprise a été créée le 01/01/2010 avec les éléments suivants :

- Fonds de commerce 70 000 Dh
- Constructions 210 000 Dh
- Matériel de transport 70 000 Dh
- Marchandises 42 000 Dh
- Liquidités en caisse 100 000 Dh
- Avoir en banque 135 000 Dh

Durant le mois de janvier, l'entreprise a réalisé les opérations suivantes :

- 08/01/10 achat d'un lot de Marchandises 40 000 Dh réglé en espèce
- 10/01/10 vente de Marchandise 26 000 Dh 50 % réglée en espèce et le reste à crédit
- 13/01/10 règlement par chèque bancaire 3 000 Dh de loyer
- 18/01/10 achat de Marchandises à crédit 30 000 Dh
- 20/01/10 vente à crédit de 10 000 Dh de Marchandises.

Travail à faire :

- 1- Etablir le bilan de l'Entreprise au 01/01/10 « 8 points »
- 2- Enregistrer les opérations effectuées au journal de l'Entreprise « 12points »