|  |  |
| --- | --- |
|   **OFPPT** |  |

**Office de la Formation Professionnelle**

**Et de la Promotion du travail**

***Direction de la Recherche et de l’Ingénierie de la Formation***

**Examen Fin de Formation**

 **Session juin 2013**

*On*

|  |  |
| --- | --- |
| **Filière : Technicien Spécialisé en Commerce****Niveau : Technicien Spécialisé** | **Épreuve : Synthèse 2** |
| **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** | **Gestion de la relation client**  | **/20**  |
| **D2** | **Stratégie commerciale internationale /****Environnement international**  | **/20** |
| **Total Théorie** |  **/40 points** |
| **Pratique** | **D3** | **Management de la force de vente**  | **/30** |
| **D4** | **Comptabilité analytique**  | **/20** |
| **D5** | **Douane et transit** **Paiement et financement à l’international**  | **/30** |
| **Total Pratique** |  **/80 points** |
| **Total Général** |  **/120 points** |

**THEORIE : (40 points)**

**Dossier 1:/20points**

Il existe aujourd’hui un consensus […] sur l’importance de la satisfaction des clients. En effet, les impacts entre satisfaction et fidélité d’une part et fidélité et rentabilité, d’autre part ont été prouvés par plusieurs études, même s’ils n’avaient pas besoin de l’être, tellement ils semblent évidents. [Car, comme nous l’avons tous expérimenté (du côté fournisseur ou du côté client), un client mécontent a tendance à communiquer beaucoup plus sur son insatisfaction. De plus, il est clair qu’il est bien plus difficile et beaucoup plus coûteux de gagner de nouveaux clients que de conserver les anciens.

L’enquête de satisfaction est l’outil idéal pour recueillir de manière objective l’avis des clients sur les produits et services de la société. Ces remontées d’information permettent d’identifier des priorités d’amélioration et de les hiérarchiser pour agir efficacement sur les sources d’insatisfaction […] L’objectivité de ces mesures doit aboutir notamment à la sensibilisation du personnel et encourager sa participation aux actions d’amélioration […] bien entendu, l’enquête de satisfaction n’est pas la seule source d’informations sur les attentes des clients, elle doit s’inscrire dans un dispositif plus large permettant d’apprécier la qualité des produits et services fournis par rapport aux besoins du marché.

1. Expliquer la relation entre satisfaction et fidélité, puis la relation entre fidélité et rentabilité. **(4pts)**
2. Quel est le rôle de l’enquête de satisfaction ? **(4pts)**
3. Sur quelles actions doit-elle déboucher pour être réellement efficace ? **(2pts)**
4. Citer d’autres dispositifs de mesure de la satisfaction susceptibles de venir compléter l’enquête de satisfaction. (**2pts)**
5. Dans le cadre d’une opération de marketing direct, la société SURF PRO réalise un publipostage pour faire connaître son nouveau modèle de planche de surf « la Vague Libre ».

Le publipostage est expédié sur 9000 adresses. Le nombre de demandes de documentation suite au publipostage a été de 100. Le nombre de ventes sur relance téléphonique des retours est de 40. Le coût total de l’opération a été de 30 000 DH.

**a** - Calculez le taux de retour du publipostage. (**2pts)**

**b** - Calculez le taux de transformation. (**2pts)**

**c** - Le coût au contact. **. (2pts)**

**d** - Coût d’acquisition du client. .(**2pts)**

**Dossier 2 :/20 points**

**A/ stratégie commerciale internationale : /10 points**

Pour ses besoins de croissance, la société SURF PRO décide de cibler le marché sénégalais pour la commercialisation de son nouveau modèle de planche « Vague Libre » qui respecte les normes internationales de ce type de produit.

Ce marché émergent encourage les sports aquatiques ce qui représente une bonne opportunité pour la société qui souhaite réaliser d’importantes marges bénéficiaires. Ainsi, elle a décidé d’opter pour la standardisation de son produit.

**1**- Expliquer en quoi consiste la standardisation du produit. **(2pts)**

**2**- Quels sont les avantages et les inconvénients de cette politique de standardisation pour la société ? **(4pts)**

**3**- Pour approcher le marché sénégalais, la société hésite entre le représentant salarié et l’agent commissionné. Quelle est la différence entre ces deux modes de présence ? **(4pts)**

**B/ environnement international : /10** **points**

La SMAEX est le dernier maillon de la chaîne de valeurs dans les exportations, mais pour autant, elle reste un maillon très important puisqu’elle garantit le paiement des opérations commerciales sur l’étranger. Dans cette optique, des dispositifs ont été élaborés avec le gouvernement marocain pour amortir le choc de la crise qui, par ailleurs, n’a pas fini de produire ses effets...

L’objectif de la SMAEX étant d’informer les exportateurs marocains sur la crise et ses conséquences et surtout de les aider à sélectionner leur clientèle étrangère. Elle incite les exportateurs à déclarer la totalité de leur chiffre d’affaires à l’export afin d’éviter toute créance impayée, étant donné la situation en Europe qui est devenue une zone à risques. Elle leur conseille aussi de suivre de près leurs créances à l’étranger et de veiller à éviter les situations conflictuelles afin de protéger leurs relations commerciales. La SMAEX les encourage également à diversifier leurs marchés, notamment vers l’Afrique, un débouché qui présente autant d’opportunités que de risques.

**1**- Quelle est la mission de la SMAEX ? **(2pt)**

**2**- De quelle prestation de la SMAEX s’agit-il dans ce texte ? **(1pt)**

**3**- quel est l’avantage de cette prestation pour l’exportateur ? **(2pt)**

**4**- Quels sont les risques couverts par la SMAEX pour assurer l’exportateur contre le risque de non-paiement ? **(4pts)**

**5**- Citer les autres prestations de la SMAEX. **(1pts)**

**PRATIQUE : (80 points)**

**Dossier 3 : / 30points**

**A/16pts**

Manager des ventes à SURF PRO, M. Aissaoui vient de recevoir le nouveau modèle de planche « la Vague Libre ». Compte tenu de la qualité du produit et de son prix, il pense pouvoir réaliser de nombreuses ventes.

Les objectifs commerciaux de vente des planches n’ont pas encore été atteints par les trois vendeurs du rayon. M. Aissaoui décide d’étudier les performances de ses collaborateurs pour comprendre les raisons de ce retard.

1. Analysez les résultats obtenus par les trois vendeurs en calculant les ratios que vous jugez adéquats. (**8pts)**
2. Quelle(s) solution(s) proposez-vous pour accroître les performances commerciales de chacun des trois vendeurs **? (8pts)**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Nombre de clients rayon** | **Nombre de clients engagés** | **Nombre de clients intéressés par une planche** | **Nombre de clients argumentés** | **Nombre de planches vendus** | **Objectifs**  | **Ecarts sur objectifs** |
| **Farida** |  | 1 080 | 540 | 432 | 83 | 90 | -7 |
| **Mostapha** |  | 831 | 416 | 132 | 53 | 90 | -37 |
| **Laila** |  | 990 | 510 | 331 | 66 | 90 | -24 |
| **Totaux** | 3 780 | 2 901 | 1 466 | 1 095 | 202 | 270 | -68 |

**B/14pts**

Les vendeurs de la société sont rémunérés selon les éléments suivants

**• Commission** : 0,4% du chiffre d’affaire HT sur les ventes encaissées.

**• Primes :**

**•Prime d’objectif : -**  400Dh si l’objectif du chiffre d’affaires est atteint

 - 600Dh si le vendeur dépasse son objectif de 10%

 - 800Dh si le vendeur dépasse son objectif de 20%

 - 1 000Dh si le vendeur dépasse son objectif de 30%

**• Nombre de visites réalisées par jour ouvrable** : Quota de 3 visites par jour ouvrable

 Si le nombre moyen de visites est entre 3 et 4 : attribution d’une prime de 200Dh

 Si le nombre moyen de visites est entre 4 et 5 : attribution d’une prime de  400Dh

 Si le nombre moyen de visites est supérieur à 5 : attribution d’une prime de 600Dh

**• Nombre moyen d’accessoires vendus :**

 Si nombre moyen d’accessoires vendus est inférieur à 2 : pas de prime

 Si nombre moyen d’accessoires vendus est entre 3 et 5 : prime de 300Dh

 Si nombre moyen d’accessoires vendus est supérieur à 5 : prime de 600Dh

**• Vente au comptant :** Prime de 100Dh par vente au comptant réalisée

 Vous disposez d’éléments d’information suivants pour le mois de mai 2013 (23 jours ouvrables).

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **MAJDI Sanae** | **ABBADI Salah** |
| **Chiffre d’affaire HT encaissé** | 700 000 | 950 000 |
| **Objectif de chiffre d’affaire** | 550 000 | 900 000 |
| **Nombre de visites réalisées pendant le mois de mai** | 106 | 82 |
| **Nombre de ventes réalisées** | 12 | 18 |
| **Nombre d’accessoires vendus** | 45 | 100 |
| **Nombre de ventes au comptant réalisées** | 6 | 7 |

**1**/ Calculer la rémunération des deux vendeurs de la société **(8pts)**

**2**/ Quels avantages et inconvénients présente ce système de rémunération ? **(6pts)**

**Dossier 4 : /20points**

Un des enjeux de la fixation du prix de la planche de surf «  la Vague Libre » réside dans son impact sur la rentabilité de l’entreprise : des investissements importants ont été réalisés. Le risque financier est de ne pas arriver à absorber ces charges fixes avec les ventes du nouveau modèle. Le niveau prévisionnel des unités annuelles est de 1 000 unités.

1. Le prix de vente HT a été fixé à 864 DH. A partir des annexes, présentez le compte de résultat différentiel correspondant au niveau prévisionnel des ventes. Retrouvez le coût de revient de la planche de surf. **(10pts)**
2. Calculez le niveau minimal de ventes annuelles au-delà duquel la société commencera à faire des bénéfices. Commentez**. (10pts)**

**ANNEXES**

**Charges variables**

La fabrication du nouveau modèle incorpore un certain nombre de charges variables dont le montant est proportionnel au nombre de planches vendues :

* Main-d’œuvre des ouvriers affectés à la fabrication des planches : pour un exemplaire de «  la Vague Libre », il faut compter 10 heures à 15Dh, charges sociales comprises ;
* Matières premières : leur coût est évalué à 190,64Dh par planche fabriquée ;
* Accessoires : les accessoires (aileron, pied de mât, etc) sont sous-traités et achetés à l’extérieur.

L’ensemble des accessoires montés sur une planche coûtent 100 DH.

**Charges fixes**

Les charges fixes sont celles qui sont engagées, quel que soit le niveau des ventes de la planche. Elles comprennent essentiellement les investissements réalisés :

* L’infrastructure de l’atelier qui a été construit spécialement pour le nouveau modèle. Cet atelier a été construit pour plusieurs années. On considère que son coût d’exploitation par année est de 185 960 DH ;
* Les frais commerciaux investis dans la promotion et la distribution du nouveau modèle. On estime ces frais à 5% du chiffre d’affaires prévisionnel ;
* Les frais administratifs de gestion de la fabrication, de secrétariat, etc. on les estime à 50 200 DH.

**Coût d’exploitation par année**

- Le niveau prévisionnel des ventes est de 1 000 unités par an.

- Le prix de vente de la planche est de 864 DH HT.

**DOSSIER 5 : 30points**

Vous êtes en stage à SURF PRO .Vous êtes plus particulièrement chargé des commandes à l’importation des produits d’entretien des planches à surf et des relations avec les fournisseurs, vous avez constaté que la majorité des produits proviennent des USA, cela vous surprend et vous décidez alors de faire remarquer à votre responsable que la France est un grand producteur de ces produits et pourrait de ce fait être compétitif. Une action commerciale vous est alors confiée sur une catégorie de flacons de cire : vous devez rechercher un fournisseur français et comparer son offre avec celle du fournisseur habituel de l’entreprise. On prendra 1 euro= 11,30 MAD et 1 USD= 8,30 MAD.

**1**- À l’aide de l’annexe1, calculer le prix d’importation HT en provenance des USA. **(10pts)**

**2**- À l’aide de l’annexe2, calculer le prix d’importation HT en provenance de la France. **(12pts)**

**3**- Que pouvez- vous conclure ? **(2pts)**

Sachant que la société exige de ses clients le paiement par remise documentaire, il vous est demandé de :

**4**- Définir la technique de la remise documentaire. **(2pts)**

**5**- Expliquer et schématiser le déroulement de la remise documentaire. **(4pts)**

**Annexe 1 : Importation des USA**

Quantité mensuelle livrée : 5 000 flacons de 200grammes bruts chacun

Prix FCA : 15 USD l’unité

Transport aérien : 1 200 USD

Assurance : 0,80% de CIP majoré de 15%

Débarquement : 750 Dh

Droits de douane : 25%

Formalités douanières à l’import : 830 Dh

Post acheminement : 1 400 Dh

Règlement par remise documentaire

 **Annexe 2 : Importation de France**

Offre portant sur : 5 000 flacons de 200grammes bruts chacun

Volume du flacon emballé : 0,0015m3

Prix FCA : 12 euros l’unité

Cotation transport aérien :

 Moins de 500kg 16,50 euros/100kg

 De 500 à 1 000kg 16 euros/100kg

 Plus de 1 000kg 15,50 euros/100kg

Assurance : 0,75% de CIP majoré de 10%

Débarquement : 750 Dh

Droits de douane : aucun en raison de l’accord de libre-échange entre le Maroc et l’UE

Formalités de dédouanement à l’import : 830 Dh

Post acheminement : 1400 Dh

Règlement par remise documentaire