



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 2014

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	/20
	D2	Techniques de vente et de négociation	/20
	Total Théorie		/40 points
Pratique	D3	Marketing Techniques du Merchandising	/40
	D4	Arithmétique Commerciale Documents commerciaux Statistiques	/20
	D5	Comptabilité Générale	/20
	Total Pratique		/80 points
Total Général			/120 points

Dossier 1 : (20 points)

L'entreprise « Technologica » est spécialisée dans la fabrication et la commercialisation des produits de technologie électrique.

L'entreprise créée en 1960, est dirigée aujourd'hui par le fils du fondateur qui en est le Directeur Général. Il a sous sa direction le Directeur de Production, le Directeur Administratif et Financier ainsi que le Directeur Commercial. La Direction Commerciale est subdivisée en trois zones afin de couvrir tout le territoire national : Tanger pour la zone nord, Casablanca pour le centre et Marrakech pour la région Sud.

L'entreprise est aujourd'hui confrontée à un contexte difficile marqué par une très forte concurrence et des exigences financières énormes. Elle est ainsi passée d'un statut de **société de personnes** à un statut de **société anonyme** et compte faire prochainement son introduction en bourse.

Pour améliorer son image, l'entreprise a mis en place un système qui permet de réduire les émissions de CO2 et donc de préserver l'environnement. De plus, elle a installé dans ses locaux une crèche destinée à accueillir les enfants de ses salariés, ce qui a été une source de motivation pour les salariés et a créé une bonne ambiance sociale.

1. Définir les mots soulignés **(4 points)**
2. Donner deux avantages et deux inconvénients de chaque type de formes juridiques citées dans le texte. **(4 points)**
3. Quelle est l'activité de l'entreprise **(1 point)**. De quel secteur d'activité s'agit-il ? **(1 point)**
4. Quelles sont (à partir du texte) les actions effectuées par l'entreprise pour répondre à ses finalités sociales et sociétales. **(2 points)**
5. Quel est le type de structure de l'entreprise « Technologica » ? **(1 point)**
6. Tracer l'organigramme de l'entreprise. **(5 points)**
7. Citer deux avantages et deux inconvénients de ce type de structure organisationnelle. **(2 points)**

Dossier 2 : (20 points)

1. Vous venez d'être recruté par un magasin de vente de produits de technologie. Durant votre première semaine de formation, on vous propose l'extrait suivant d'un entretien de vente. On vous demande de nommer les différentes phases de l'entretien et de donner leur rôle. **(Annexe 1 à compléter et à rendre avec la copie). (10 points)**

Annexe 1 : A compléter et à rendre avec la copie

N° de Situation	Entretien de vente	Nom	Rôle
1	<p>Vendeur : Bonjour Madame</p> <p>Cliente : Bonjour.</p> <p>V : Je vois que vous regardez les tablettes pour enfants... Je peux vous être utile ?</p> <p>C : Oui. Je cherche une tablette pour ma fille de 5 ans pour son anniversaire.</p> <p>V : Quel type de tablette ?</p> <p>2</p> <p>C : Eh bien ! J'aimerais une tablette aux couleurs assez jolies, qui émet de la musique et où ma fille peut jouer à des jeux éducatifs.</p> <p>V : D'accord. Et vous avez pensé à une fourchette de prix ?</p> <p>3</p> <p>C : Oui. Disons moins de 3000 Dh.</p> <p>V : Bien. Et en dehors du fait qu'elle soit aux couleurs assez jolies et qu'elle émette de la musique qu'elle permette de jouer à des jeux éducatifs, qu'est ce qui est important ?</p> <p>4</p> <p>C : Vous savez... A cet âge, je crois que les composantes sont essentielles. Elle ne doit être fabriquée de matières qui peuvent être mauvaises pour la santé. La sécurité, c'est essentiel. Vous voyez ?</p> <p>V : Tout à fait. Une tablette jolie, qui émet des mélodies, qui permet de jouer à des jeux éducatifs et surtout qui prend en compte la sécurité des enfants. Voyez-vous autre chose ?</p> <p>C : Exactement. Je crois que c'est tout...</p> <p>V : Très bien Madame ! Pour votre fourchette de prix, je pense que la tablette 10.0 de Tiji vous convient le mieux. Elle existe en vert avec des coccinelles, en rose avec des papillons et en rouge avec la tête de Hello Kitty ce qui lui donne un aspect tout joli et tout coquet. Qu'en pensez-vous ?</p> <p>C : Oui, en effet, c'est très mignon !</p> <p>V : Vous voyez, en plus à chaque fois que vous l'allumez elle émet une musique différente. Elle contient une carte avec plus de 50 livres et jeux interactifs, vous pouvez même ajouter des morceaux de musique ou d'autres jeux par vous-même.</p> <p>C : C'est super ! Et le prix ??</p>		

	<p>V : Normalement, elle coûte 3500 Dh. Mais il se trouve qu'elle est en promotion et qu'elle coûte 2700 Dh ce qui correspond tout à fait à votre fourchette de prix.</p> <p>C : Ok !</p> <p>V : Voilà Madame. Comme vous pouvez le remarquer, elle respecte toutes les normes de sécurité que ça soit au niveau des matières ou même au niveau de l'utilisation. Vous préférez la verte, la rose ou la rouge ?</p> <p>C : La rouge... Qu'est-ce que vous en pensez ?</p> <p>V : Vous avez raison. C'est un look particulièrement charmant. En plus, elle est disponible en stock. Donc une Tablette 10.0 Tiji rouge Hello Kitty. Nous sommes d'accord ?</p> <p>C : Parfaitement.</p> <p>V : Je vais vous l'emballer.</p> <p>V : Vous allez d'abord payer à la caisse, puis je vous ramènerai le paquet et le ticket de garantie. Elle sera très contente votre fille...</p> <p>C : Oui. C'est sûr... Au revoir.</p> <p>V : Au revoir madame, revenez nous voir</p>		
--	---	--	--

2. Reprendre les trois situations présentées au niveau **de l'annexe1** et préciser pour chacune les motivations et les besoins. Utiliser la grille SONCAS pour les classer. (4 points).

A compléter et à rendre avec la copie

Situation	Besoins exprimés par le client	SONCAS
1		
2		
3		
4		

3. Reprendre les caractéristiques du produit proposé au niveau de l'entretien de vente : « Tablette tactile pour enfants » et proposer un argumentaire plus complet que celui du vendeur en utilisant la méthode CAP. Présenter les réponses sous forme de tableau. (6 points : 0,5 point par réponse).

A compléter et à rendre avec la copie

Caractéristiques	Avantages	Preuves

PRATIQUE :

(80 points)

Dossier 3 : (40 points)

A / Marketing : (20 points)

BIMO lance « Tango vanille » et « Extra Cookies »

L'été livrera cette année ses premiers instants sur un parfum de vanille et de cacao. Un pari que **Bimo** – leader de la biscuiterie au Maroc – s'est lancé, encouragé par le succès de sa marque phare **Tango** et de son sens inné à l'innovation avec **Cookies**.

Plus qu'un biscuit sandwiché fourré à la vanille, Tango Vanille est le fruit d'une recherche soutenue pour la diversification de sa gamme et le renforcement de la position de leader de la marque au Maroc. Il est le résultat d'un travail d'analyse approfondie du comportement des consommateurs, de recherche et développement, d'un ensemble d'études poussées, dont les premiers pas ont été effectués en 2009.

« Tango Vanille est doté, d'après son directeur marketing, d'un emballage dont l'esthétique saisit les esprits, dont la fusion entre le sablé de son biscuit et le goût fondant de son fourrage vanillé fait voyager les sens ». Tango vanille s'adresse à une population de jeunes et adolescents, âgés entre 12 et 25 ans, recherchant un bon produit à petit prix, qui les calent et les libèrent pour profiter du moment présent. Le lancement de ce produit est soutenu par un dispositif pluri média comprenant l'affichage (panneaux sucettes), des spots radios, du web, du sponsoring, et enfin la distribution d'échantillons dans les magasins.

Soucieuse de satisfaire l'ensemble des consommateurs marocains et notamment les adolescents à la recherche de produits généreux, bons et accessibles à la fois, Bimo lance Extra Cookies, 6 délicieux biscuits aux pépites de cacao à un dirham seulement. Cette offre permettra ainsi à Bimo de renforcer sa position sur le segment des cookies dans lequel elle est déjà présente avec sa marque **Diafy Cookies**.

Sur un marché qui consomme en moyenne 2 milliards d'unités de biscuit par an, soit 70 unités par an par habitant, soit 1.3 biscuits par semaine et par habitant. , «**Tango Vanille** » et « Extra Cookies viennent garnir l'éventail de marques de Bimo et renforcer sa compétitivité. En effet, ces deux nouveaux produits concourent à la consolidation des acquis, à la conquête de nouveaux consommateurs et la pérennisation de la position de leader de Bimo.

I/ (12 points)

1. Définir les mots soulignés : **(2 points)**
2. Quelle est la position de BIMO sur le marché marocain ? **(1 point)**
3. **a - A quel segment de marché s'adressent les deux produits de BIMO ? (1 point).**
b- Quel est le critère de segmentation choisi pour la marque Tango? (1 point)
4. Quelle est la motivation qui pousserait le consommateur à acheter un produit BIMO. **(1 point)**
5. Présenter les avantages et les inconvénients de la stratégie d'extension de la gamme poursuivie par BIMO pour ses différentes marques de biscuits. **(2 points)**
6. Quelle est la stratégie de prix poursuivie par BIMO pour ses marques de biscuits. **(1 point)** Pourquoi ? **(1 point)**
7. Quelles sont les opérations de communication réalisées par l'entreprise ? (Distinguer les opérations média des opérations hors média dans un tableau). **(2 points)**

II/ (8 points)

Dans le cadre d'une stratégie d'élargissement de la gamme, la marque veut évaluer l'opération de lancement de son Tango Vanille. A cet effet, il vous est demandé de **rédiger un questionnaire** en une dizaine de questions, qui sera administré à un échantillon représentatif de la population et dont les objectifs se présentent comme suit :

- Evaluer la consommation des biscuits de la part de l'échantillon
- Evaluer la notoriété de la marque des biscuits Tango Vanille
- Identifier les principaux concurrents
- Evaluer la préférence des consommateurs entre Tango Chocolat et Tango Vanille par rapport aux critères suivants : Goût, Emballage
- Evaluer si les consommateurs ont vu et retenu les actions de communication sur la nouvelle marque
- Pour les personnes n'ayant pas encore essayé le produit, évaluer les intentions d'achat du nouveau produit
- Dresser le profil de l'acheteur.

B / Merchandising : (20 points)

Vous passez votre stage au sein d'une enseigne de la grande distribution en qualité de merchandiseur de la marque BIMO. A cet effet, vous travaillez en collaboration avec le chef du rayon biscuiterie afin de contrôler le linéaire où sont présentées des boîtes grand format contenant 72 biscuits lancées par trois marques (Marque A, Marque B, Marque C)
Les données par rapport à ces différentes marques se présentent comme suit :

Tableau à remplir et à rendre avec la copie :

Marques	PAHT (3 pts)	PVHT	Quantités vendues	Marge brute unitaire (1,5pts)	Bénéfice brut (1,5 pts)	Part du linéaire en mètre	% du linéaire (1,5pts)	% du Bénéfice (1,5 pts)	Indice de sensibilité au bénéfice (1,5 pts)	Décision (1,5 pts)
A		25	30			2,5				
B		32	26			1				
C		27	14			1,5				
TOTAL										

1. Compléter le tableau en sachant que le **taux de marque est de 25%**. (12 points)
2. Quelle est l'utilité du contrôle des linéaires que vous venez de faire à travers le calcul des indices de sensibilité ? (2 points)
3. A partir de vos calculs précédents, compléter le tableau en calculant les indicateurs présentés tout en précisant les formules de calcul (6 points : 0,5 par calcul et 0,5 par formule).

Tableau à remplir et à rendre avec la copie :

Marques	Rendement du linéaire	Productivité du linéaire	Rentabilité du linéaire
A			
B			
C			

Dossier 4 : (20 points)

A : Arithmétique commerciale/ Documents commerciaux :(10 points)

Pour les besoins d'une grande action promotionnelle que compte lancer l'entreprise, votre chef vous demande de réaliser une commande d'articles de cuisine. Votre commande sera adressée à « Pro Porcelaine », un grossiste spécialisé dont le siège se trouve à 54, bd Yaâcoub Al Mansour, Casablanca. Le détail de la commande est le suivant :

- **36 Assiettes** à dessert modèle Lumina réf ASDL12 à **8 Dh l'assiette**
- **20 Bols** de soupe modèle Lumina réf BASL11 à **15 Dh le bol**
- **20 Tasses** à café modèle Lumina réf TACL 85 à **20 Dh la tasse**
- **20 Grandes assiettes** modèle Lumina réf GASL14 à **27 Dh l'assiette**
- **96 Coupes** de glace modèle Jade réf CAGJ 01 à **30 Dh la coupe**
- **72 Verres** à thé modèle Jade réf VATJ 20 à **10 Dh le verre**
- **36 Verres** à eau modèle Jade réf VAEJ 57 à **15 Dh le verre**
- **40 Verres** à jus modèle Jade VAJJ 89 à **19 Dh le verre**

Les conditions de ventes sont les suivantes :

- Une réduction de **3%** est accordée à partir de **20 produits identiques** achetés.
- Une réduction de **10%** est accordée à partir de **40 produits identiques** achetés.
- Taux de la **TVA 20%**
- Les frais de livraison représentent **2%** du prix d'achat net total.

1. Calculer le prix d'achat net HT pour chaque produit. En déduire le prix d'achat net total. **(4 points : 0.25 point par produit + 1 point pour le prix net total)**
2. Calculer le coût d'achat de toute la marchandise HT. **(1 point)**
3. Calculer le coût d'achat TTC à payer au fournisseur. **(1 point)**
4. Présenter le bon de commande. **(4 points)**

B : Statistiques : (10 points)

La grande surface dispose d'un espace de divertissement (jeux, manège, restauration...). Elle réalise une enquête auprès de 300 clients qui le fréquentent. Les résultats de l'enquête sont notés dans le tableau ci-dessous et indiquent la répartition en classe des clients en fonction de leur âge:

Age	Effectif
[0-10[45
[10-20[45
[20-30[48
[30-40[36
[40-50[?
[50-60[39
[60-70[45

1. Préciser l'unité statistique, le caractère étudié et la nature du caractère. **(1.5 points)**
2. Compléter ce tableau en indiquant le nombre de clients ayant un âge compris entre [40-50[ans. **(0.5 point)**
3. Quelle est la fréquence, en pourcentage, de clients ayant un âge strictement inférieur à 20 ans ? **(2 points)**
4. Calculer:
 - a. La moyenne. **(2 points)**
 - b. La variance. **(2 points)**
 - c. L'écart-type. **(2 points)**

Dossier 5: : (20 points)

La situation de l'entreprise « Technologica » se présente comme suit au 31/12/2013.

- Terrains	140 000
- Matériel informatique	9 000
- Brevet	15 500
- Emprunt (plus d'un an)	45 000
- Stock	10 000
- Clients	8 600
- Banque	90 000
- Caisse	7 000
- Capital social	A déterminer
- Fournisseurs	22 500

Au cours du mois de Janvier 2014, les opérations suivantes ont été effectuées :

- Le 02/01 : Achat de marchandises à 4 600 Dh, facture n°A 78 payable : 3 000 Dh en espèces le reste à crédit.
- Le 08/01 : Vente de marchandises à 9 500 Dh, facture n°F-70 payée par chèque bancaire n°125 400
- Le 17/01 : Règlement au fournisseur de marchandises d'une somme de 10 000 Dh par chèque bancaire n°125 309.
- Le 20/01 : Recouvrement de créances clients 4 700 Dh en espèces.
- Le 26/01 : Achat de marchandises : 100 000 Dh, au comptant contre virement bancaire.
- Le 28/01 : Prélèvement de la banque, pour alimenter la caisse : 4 000 Dh
- Le 31/01 : Acquisition d'une camionnette à 20 000Dh facture n A231 par chèque bancaire

Travail à faire :

1. Présenter le bilan de l'entreprise « Technologica » au **31/12/2013 (5 points)**
2. Enregistrer les opérations du mois de janvier 2014 au Journal. **(8 points)**
3. Calculer le résultat de 2014 **(4 points)**
4. Présenter le bilan de l'entreprise au **31/01/2014(3 points)**