



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

Examen de PASSAGE
Session Juin 2016

Filière : Agent technicien de vente

Niveau : 1^{ère} année

Durée : 5 heures

Épreuve : Synthèse 1

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.

N° Des Dossiers	Travaux à réaliser	Barème
Partie 1 : Théorie		
Dossier N°1	l'environnement de l'entreprise	/15
Dossier N°2	Marketing et univers de la distribution au Maroc	/25
Total Partie 1 : Théorie		/40points
Partie 2 : Pratique		
Dossier N°3	Techniques de Ventes	/ 30
Dossier N°4	Comptabilité générale	/20
Dossier N°5	Calculs commerciaux	/15
Dossier N°6	Statistiques descriptives	/15
Total Partie 2 : Pratique		/80points
Total Général		/120points

DOSSIER 1 : L'ENVIRONNEMENT DE L'ENTREPRISE (15 POINTS)

CHOCO SHOP SARL est spécialisée dans la fabrication du chocolat. Son fondateur, M. AAMAR, artisan chocolatier souhaite en faire le leader grâce à une structure souple, des fournisseurs de grande renommée et un produit personnalisé.

CHOCO SHOP offre 70 postes de travail permanents, son secteur d'activité est en pleine évolution au MAROC.

L'organisation de l'entreprise est la suivante :

- Directeur général, M.AAMAR ;
- Direction marketing et commerciale, composé de deux services service marketing et service commercial ;
- Direction approvisionnement ;
- Direction de production, contient 3 services : conception, fabrication et contrôle de qualité ;
- Direction financière et comptable.

Le marché est composé d'un nombre important de concurrents qui poussent l'entreprise à devenir de plus en plus créative.

TRAVAIL A FAIRE :**A-**

1. Définir les mots soulignés ? (2 points)
2. Quelle est la forme juridique de l'entreprise CHOCO SHOP ? (1 point)
3. Quel est le secteur d'activité de CHOCO SHOP ? Justifier votre réponse. (1 point)
4. Pourquoi considère-t-on l'entreprise comme un système vivant ? (1 point)
5. Présenter l'organigramme de l'entreprise CHOCO SHOP ? (2 points)
6. En déduire le type de cette structure ainsi que ses avantages et inconvénients ? (2 points)
7. Identifier les composants du micro environnement cités dans le texte ? expliquer (1 point)
8. Comment obtient-on la valeur ajoutée ? (1 point)
9. La valeur ajoutée est répartie entre plusieurs bénéficiaires. Indiquer le nom de chaque bénéficiaire de ce partage ? (2 points)

B-

(2points)

Voici quelques définitions de la « **consommation intermédiaire** ». laquelle est juste ?

- a- ensemble des dépenses faites pour assurer la distribution des produits de l'entreprise.
- b- valeur des matières premières et des services (transport, énergie,...) qui ont été achetés et consommés par l'entreprise pour fabriquer un produit.
- c- ensemble des biens et des services utilisés par l'intermédiaire qui sont les commerçant.

Dossier 2 : Marketing et Univers de la distribution au Maroc : (25 points)

Sous Dossier 1 : Marketing (17 points)

A-

L'entreprise **CHOCO SHOP** veut commercialiser une nouvelle marque de chocolat pour diabétique. Dans le cadre de sa politique de diversification de gamme, elle vient de lancer une nouvelle ligne pour diabétique et personne sous régime, sous forme de chocolat light contenant dans un premier temps 3 arômes. Ceux-ci seront vendus exclusivement dans quelques magasins de chocolat afin de garder l'image du produit.

Compte tenu de l'absence des concurrents sur le marché et des investissements entrepris durant la phase de recherche et développement, l'entreprise souhaite fixer un prix assez élevé pour son nouveau produit et de renforcer sa présence grâce à une communication dans la télévision et un magazine spécialisé en alimentation biologique.

- 1- Donner une définition aux termes soulignés ? (3points)
- 2- Identifier le marché de **CHOCO SHOP** selon : la nature du produit ? (1point)
- 3- A quel segment de marché s'adresse l'entreprise **CHOCO SHOP** ? (1point)
- 4- D'après le texte, Dans quelle phase du cycle de vie se situe le produit chocolat light ? Justifier votre réponse ? (1point)
- 5- Donner les caractéristiques du marketing mix durant cette phase de la vie du produit de **CHOCO SHOP** ? (2points)

marketing mix	Phase
Produit	
Prix	
Distribution	
communication	

- 6- Citer et définir la stratégie de distribution poursuivie par l'entreprise **CHOCO SHOP** ? (1point)
- 7- Quelle est la stratégie de prix pratiquée par l'entreprise **CHOCO SHOP** ? expliquer (1point)
- 8- Quel est le type de communication utilisé par **CHOCO SHOP** ? (1point)
- 9- Citer un avantage et un inconvénient du média magazine ? (1point)

B- voici la gamme de l'entreprise CHOCO SHOP :

LIGNE 1 : TRUFFES AU CHOCOLAT	LIGNE 2 : TABLETTES FOURREES	LIGNE 3 : CHOCOLAT SANS SUCRES AJOUTES
TR12	T206	BUC23
TR16	T205	BUC269
TR93	T2008	BUC20
TR123	T6300	BUC236
TR360		BUC120
		BUC1800

1- Quelle est : (3 points)

- la largeur de la gamme CHOCO SHOP
- la profondeur de la ligne chocolat sans sucre ajouté
- la longueur de la gamme CHOCO SHOP

2- le chocolatier CHOCO SHOP souhaite ajouter d'autres lignes de produits .comment appelle-t-on cette stratégie ? (2points)

Sous Dossier 2 : Univers de la distribution au MAROC (8 points)

Depuis l'an 2000, la grande distribution se développe à une vitesse vertigineuse dans l'ensemble du Royaume. La grande distribution croit rapidement et la couverture des zones urbaines s'amplifie. Les grandes et moyennes surfaces, qui disposent de centrales d'achats, proposent des prix très attractifs sur les produits agro-alimentaires et les conserves, particulièrement pour les marchandises importées. Une étude réalisée sous l'égide du ministère de l'industrie relève l'attrait croissant des consommateurs marocains pour les grandes surfaces.- Celui-ci repose notamment sur l'affichage des prix des produits, le plus grand choix proposé et la propreté des locaux. La grande distribution a bouleversé les données du commerce au Maroc avec de nouveaux concepts de vente et le développement des nouvelles habitudes de consommation. Ce secteur est un pôle de position en termes de chiffre d'affaires par mètres carrés. L'alimentaire y occupe une place prépondérante mais une grande partie des responsables de ces points de vente, déplorent le manque d'organisation de la filière des fruits et légumes frais. Concept relativement récent au Maroc.

QUELQUES ELEMENTS SUR LA GRANDE DISTRIBUTION AU MAROC

TRAVAIL A FAIRE :

1. Donner une signification du concept souligné. (2 points)
2. Quels sont les éléments qui attirent le consommateur marocain vers les grandes surfaces ? (2 points)
3. Malgré l'avenir prometteur qui accompagne le secteur des grandes surfaces, il reste coincé par grand nombre de difficultés. Citer quelques-unes (3difficultés) (2 points)

4. Donner 2 points de différences entre le commerce traditionnel et le commerce moderne ? (2 points)

PRATIQUE :

(80 points)

DOSSIER 3 : TECHNIQUES DE VENTES (30 POINTS)

Afin de bien mener la vente d'un nouveau produit, **CHOCO SHOP** fait appel à vos compétences en techniques de vente.

Volet 1 : l'accueil

- 1- On n'a qu'une seule fois l'occasion de faire bonne impression. Cette bonne impression obéit à la « règle de 4*20 ». (2 points)
Rappeler la règle des 4*20 ? (2 points)
- 2- Pour qu'un accueil soit réussi, comment doit être : (2 points)
 - L'intérieur de l'entreprise
 - L'extérieur de l'entreprise

Volet 2 : l'argumentation et traitement des objections

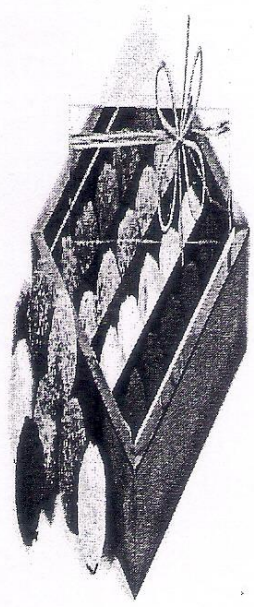
1. Qu'est-ce qu'un argument ? (2 points)
2. Qu'est-ce qu'un bon argument ? (2 points)
3. Un argument doit être structuré selon le processus CAP .qu'entendez-vous par la méthode CAP ? (2 points)
4. Est-ce que l'argumentation suit ou précède la phase de la découverte ?justifier (2 points)
5. (6 points)

Pour convaincre son client d'acheter un produit ou service, le vendeur doit utiliser des arguments solides et personnalisés constitués de caractéristiques, avantages et preuves.

A cet effet, on vous remet les caractéristiques du produit « **truffes au chocolat**».

À partir de ces caractéristiques vous allez préparer 3 arguments sur le produit « **truffes au chocolat**» en utilisant la méthode CAP, compléter l'annexe 1.

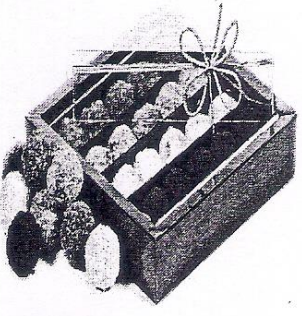
L'annexe 1 : argumentaire de vente (À compléter et à rendre avec la copie)

<p>marque : CHOCO SHOP produit : truffes au chocolat au prix de 470 DH /kg</p> 	<p>Caractéristiques</p>	<p>Avantage (3points)</p>	<p>Preuve (3points)</p>
	<p>Marque de grande renommée</p>	<p>.....</p>	<p>.....</p>
	<p>A l'achat de truffes au chocolat fin d'année de plus de 250 DH on vous offre un bouquet de fleurs</p>	<p>.....</p>	<p>.....</p>
	<p>Chocolat régime</p>	<p>.....</p>	<p>.....</p>

6- Communiquer le prix des truffes au chocolat en utilisant les techniques suivantes :

Annexe 2 : méthodes de présentation du prix (À compléter et à rendre avec la copie)

(6 points)

<p>truffes au chocolat au prix de 470 DH /kg</p> 	Méthode de présentation du prix	Définition et exemples de phrases
	Sandwich	<u>Définir la technique :</u>
		<u>Exemple de phrase :</u>
	Addition	<u>Définir la technique :</u>
<u>Exemple de phrase :</u>		

7- quelle est la différence entre les objections prétextes et objections sincères ? (2 points)

8- Détecter la nature de l'objection prétexte ou sincère pour les situations suivantes : (4points)

Objections	Nature
a) Il faut que j'en parle à mon fiancé	
b) Le chocolat peut me faire grossir un peu	
c) C'est beaucoup plus cher que ce que j'imaginai	
d) Le problème est que je suis allergique au cacao	

DOSSIER 4 : LA COMPTABILITE (20 points)

Sous dossier 1 :

A-

Compléter le tableau suivant en mettant une croix dans la case convenable : (4 points)

Intitulés des comptes	Actif	Passif	Charges	Produits
Intérêts payés				
Rémunération du personnel				
Fournisseurs				
Publicité, publications				

B-

CHOCO SHOP a décidé d'ouvrir une autre entreprise dont la situation au 01/01/2015 est la suivante :

Capital	??????
Matériel de transport	80 000
Marchandises en stock	62 000
Banque (fonds déposés)	108 000
Caisse	61 800
Clients	30 700
Fournisseurs	20 600

Durant le mois de **Mai** l'entreprise a réalisé les opérations suivantes :

12/05/2015 : Règlement par chèque bancaire de 80 % de la dette fournisseur du bilan (chèque N° : QS250)

12/05/2015 : Achat de 500 DH de timbres postaux réglé en espèce (Pièce de caisse : C1)

13/05/2015 : Vente à crédit de marchandise d'une valeur de 20 000 DH à M.ALI (FACTURE N° MK025)

14/05/2015 : Encaissement de 50% des créances clients du bilan en espèce (Pièce de caisse : C2)

15/05/2015 : Vente de marchandises en espèce 30 000 DH (Pièce de caisse C3)

16/05/2015 : Achat d'un matériel informatique à 10 000 DH (25% espèce le reste par chèque bancaire). Pièce de caisse C4

20/05/2015 : M. Ali règle 60% de sa dette par un chèque bancaire (chèque N° : MK153) et le reste en espèce (Pièce de caisse : C5)

25/05/2015 : Règlement par virement bancaire N° MK253 des salaires d'un montant de 30 500 DH

TRAVAIL A FAIRE :

1. Présenter le bilan d'ouverture de cette entreprise ? (3 points)
2. Enregistrer dans le journal les opérations ci-dessus ? (9 points)

Sous dossier 2 :

Durant le mois de Juin, CHOCO SHOP a effectué les opérations suivantes :

01 Juin : avoir en banque 25 000 DH

09 Juin : retrait de la banque pour alimenter la caisse 2000 DH

19 Juin : règlement d'un client par chèque pour

1600 DH

21 Juin : paiement d'un fournisseur par chèque pour

3500 DH

Travail à faire : à partir des informations du mois de juin présenter le compte Banque (4 points)

DOSSIER 5 : CALCULS COMMERCIAUX (15 POINTS)

La direction approvisionnement vous demande de :

A- Compléter le tableau suivant : (12 points)

N.B : déterminer les formules de chaque élément à calculer

Référence	Coût d'achat	Marge brute	Prix de vente HT	Prix de vente TTC*	CM**	Taux de marque
Choco 200	20		56			
Choco 30M		10		50		
Choco 60	30					20%
Choco 64				56	1,8	
Choco 56		20	34			
Choco 78		70				50%

*TVA 20%

** Coefficient multiplicateur

B- Le chef de la direction approvisionnement a reçu une offre de la part de ses fournisseurs de matière première :

Offre A Mode de paiement : au comptant	Offre B Mode de paiement : au comptant
--------------------------------------------------	--------------------------------------------------

Quantité : 100 Unités PVU : 35 DH Remise : 5% Escompte de règlement : 1% TVA : 20%	Quantité : 100 Unités PVU : 35 DH Remise : 3% TVA : 20%
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------

1. Quelle est l'offre la plus avantageuse ? Justifier (3points)

N.B : détailler vos calculs et préciser la formule à utiliser pour chaque élément à calculer.

DOSSIER 6 : STATISTIQUE (15 POINTS)

Vu les performances réalisées, le directeur souhaite attribuer des primes en fonction de l'ancienneté, pour cela, il dispose des informations suivantes :

Ancienneté en année	Nombre d'employés
[1-3[10
[3-5[18
[5-7[30
[7-9[5
[9-11[7
Total	70

TRAVAIL A FAIRE :

1. Identifier :
 - a. La population statistique (1.5 points)
 - b. L'unité statistique (1 point)
 - c. Le caractère et sa nature (1.5 point)
2. Est-ce qu'il y a un employé dans cette entreprise ayant une ancienneté de 11 ans ? (1 point)
3. Déterminer :
 - a. L'ancienneté moyenne (2 points)
 - b. L'ancienneté modale (2 points)
 - c. Le coefficient de variation (3 points)
4. Commenter les résultats obtenus (3 points)

N.B : détailler vos calculs et préciser la formule à utiliser pour chaque élément à calculer.