

الصفحة	<p style="text-align: center;"><b>الامتحان الوطني الموحد للبكالوريا</b>  <b>المسالك المهنية</b>  <b>الدورة العادية 2020</b>  <b>- الموضوع -</b></p>		<p style="text-align: center;">المملكة المغربية          وزارة التربية الوطنية          والتكوين المهني          والتعليم العالي والبحث العلمي  <b>المركز الوطني للتقويم والامتحانات</b></p>
1			
4			
***			
	PPPPPPPPPPPPPPPPPPPP	NS 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	<p><b>Offres promotionnelles personnalisées :</b> Proposition d'un avantage additionnel pendant une période définie à chaque client afin de déclencher l'achat immédiat et maximiser sa satisfaction au meilleur coût.</p> <p><b>NB : Retenir toute réponse logique.</b></p>	2.5 pts
2	<p>a) L'utilité du programme de fidélité :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Attirer de nouveaux clients ;</li> <li>• Fidéliser des clients (Maintien de 50% des adhérents de 2009 actifs jusqu'à 2018) ;</li> <li>• Augmenter le panier moyen des clients (s'est triplé en moins de 5 ans) ;</li> <li>• Augmenter la fréquence des visites des hypermarchés.</li> </ul> <p>b) L'intérêt des bases de données clients est d'identifier et d'analyser leurs comportements et leurs habitudes d'achat afin de leur proposer des offres promotionnelles personnalisées et mettre en place des campagnes marketing ciblées.</p>	5 pts
3	<p>a) Voir annexe n°1</p> <p>b) Deux autres moyens de fidélisation client :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Offres promotionnelles ;</li> <li>• Publicité sur les lieux de vente ;</li> </ul> <p>Accepter également : Application mobile (M-commerce) , E-commerce), courrier, visites clients,....</p> <p><b>NB : Retenir deux réponses justes.</b></p>	7.5 pts 5 pts
4	<p>a) Voir annexe n°2 ;</p> <p>b) Le client à récompenser : <b>C3</b>.</p>	7.5 pts 2.5 pts

الصفحة	2	NS 233B	الامتحان الوطني الموحد للبكالوريا - الدورة العادية 2020 - الموضوع - مادة: الاختبار التوليقي في المواد المهنية - الجزء 2- شعبة الخدمات مسلك التجارة
4			

### Dossier N°2

Sujet N°1 : Univers de la distribution (37.5 points)

1	<p><b>Magasin de proximité :</b> Circuit de distribution qui désigne une petite surface de vente implantée généralement en zone urbaine.</p> <p><b>Grandes et moyennes surfaces :</b> Magasin de grande taille en libre-service ils sont généralement à dominance alimentaire et propose un large choix de produits à des prix abordable.</p> <p><i>N.B. : Retenir toute réponse logique.</i></p>	7.5 pts
2	<p>Deux raisons justifiant le lancement de « Marjane Market » :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Donner un nouveau souffle à la marque ;</li> <li>• Uniformiser son image visuelle chez le consommateur ;</li> <li>• Contre l'agressivité des concurrents (BIM et Carrefour Market) ;</li> <li>• Satisfaire les besoins des consommateurs au quotidien plutôt qu'à fréquence hebdomadaire.</li> </ul> <p><i>N.B. : Retenir deux raisons justes.</i></p>	7.5 pts
3	<p>Deux caractéristiques de la nouvelle enseigne « Marjane Market » :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nouvel agencement ;</li> <li>• Nouvelle identité visuelle et code couleurs ;</li> <li>• Nouveau catalogue de 300 produits avec la promesse de « satisfait ou remboursé » ;</li> <li>• Prix attractifs.</li> </ul> <p><i>N.B. : Retenir deux caractéristiques justes.</i></p>	7.5 pts
4	<p>Une solution de distribution hors magasin :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• E-commerce ;</li> <li>• M- commerce, ....</li> </ul> <p><i>N.B. : Retenir une réponse juste.</i></p>	5 pts
5	Voir annexe n°3	10 pts

Sujet N°2 : Promotion des ventes (37.5 points)

1	<p><b>L'intérêt des offres promotionnelles destinées aux distributeurs :</b> Inciter les distributeurs à stocker davantage, encourager les approvisionnements hors saison, fidéliser les détaillants et intégrer un nouveau canal de distribution.</p> <p><i>N.B. : Deux éléments de réponse sont attendus.</i></p>	7.5 pts
2	Voir annexe n°4	12.5 pts
3	Voir annexe n°5	12.5 pts
4	Voir annexe n°6	5 pts

الصفحة	3	NS 233B	الامتحان الوطني الموحد للبكالوريا - الدورة العادية 2020 - الموضوع - مادة: الاختبار التوليقي في المواد المهنية - الجزء 2- شعبة الخدمات مسلك التجارة
4			

### Annexes / Gestion de la relation client

#### Annexe n°1 : Programme fidélité Aswak Assalam (7.5 pts)

Carte de fidélité (0.75 pt x 2)	Année de lancement (0.5 pt x 3)	Deux avantages clients (1.5 pt x 3)  <u>NB : Retenir deux réponses justes.</u>
La carte Blue	2009	- Carte gratuite ; - Promos et offres exclusives ; - 5000 points = 1 chèque fidélité de 50 DH.
La carte Gold	2015	- Caisse dédiée ; - Assistance d'un caddy boy de la caisse à la voiture ; - Points bonus supplémentaires après chaque visite.
L'carnet	2018	- Règlement des courses à la fin du mois et sans intérêt ; - Consultation du détail des achats et suivi des règlements depuis un compte accessible en ligne.

#### Annexe n°2 : Scoring RFM (7.5 pts)

Références des Clients	Le score pour la récence (0.25 pt x4)	Le score pour la fréquence (0.6875 pt x4)	Le score pour le chiffre d'affaires réalisé (0.6875pt x 4)	Score total (0.25 pt x4)
C1	20	10	20	50
C2	20	0	50	70
C3	20	40	50	110
C4	20	20	20	60

### Annexes sujet 1 : Univers de la distribution

#### Annexe n°3 : Typologie de magasin (10 pts)

Type de magasin	Deux caractéristiques (2.25 pts × 3)	Un exemple
Hyper marché	• Surface de vente supérieure à 2 500 m <sup>2</sup> ; • Assortiment ample, large et profond.	Carrefour ; Marjane ; ... (1pt) (*)
Grande surface spécialisée	• Surface de vente supérieure à 1 000 m <sup>2</sup> ; • Offre spécialisée : Large et très profonde.	Décathlon (vente d'articles de sport)
Magasin traditionnel (de proximité) (2.25 pts)	• Surface de vente inférieure à 100 m <sup>2</sup> ; • Assortiment restreint, étroit et peu profond.	Une épicerie du quartier

(\*) *Accepter tout exemple juste*

**Annexes sujet 2 : Promotion des ventes**

**Annexe n°4 : Analyse de la page de garde du dépliant (12.5 pts)**

<b>Enseigne</b>	Aswak Assalam	(1 pt)
<b>Cible</b>	Consommateur final	(2.25 pts)
<b>Objectif</b>	Stimuler et encourager les achats	(2.25 pts)
<b>Type de stratégie promotionnelle</b>	Promotion des ventes	(3 pts)
<b>Technique promotionnelle</b>	Réduction de prix /Prix barré	(3 pts)
<b>Période de la promotion</b>	Du 20 avril au 05 mai	(1 pt)

**Annexe n°5 : Techniques promotionnelles (12.5 pts)**

<b>Technique</b>	<b>Un objectif principal</b>	<b>Un exemple</b>
<b>Réduction de prix (1.75 pt)</b>	<b>Attirer de nouveaux consommateurs (2 pts)</b>	Remise de 10%
<b>Jeux et concours (1.75 pt)</b>	Augmenter les ventes	Un tirage au sort avec des lots à gagner.
Prime directe	<b>Attirer de nouveaux consommateurs (2 pts)</b>	<b>Un article acheté un deuxième offert... (*) (1.25 pt)</b>
<b>Essais et échantillon (1.75 pt)</b>	<b>Faire connaître un nouveau produit (2 pts)</b>	Dégustation

*(\*) Accepter tout exemple juste et tout objectif cohérents*

**Annexe n°6 : Stratégies promotionnelles (5 pts)**

	<b>Média (1.25 pt)</b>	<b>Hors média (1.25 pt x 3)</b>
Sponsoring		<b>X</b>
Foire et salon		<b>X</b>
Affichage	<b>X</b>	
Cinéma	<b>X</b>	

**2.5 Points pour la présentation de la copie**