



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 (Eléments de correction)
Session Juin 2018

Filière : Agent technicien de vente

Épreuve : Synthèse

Niveau : 1^{ère} année

1

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.

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 Vente	/ 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)

1- Définir les termes soulignés en gras ; (2 points)

- **Environnement** : comprend tous les éléments et changements qui peuvent avoir une incidence directe ou indirecte, positive ou négative, sur l'entreprise ou l'organisation. Ces changements concernent le micro et la macro.
- **Système** : est un ensemble d'éléments en interaction entre eux avec un but commun

2- Déterminer à partir du texte

a. La taille de l'entreprise ? Justifier votre réponse ; (1 point)

Très grande entreprise : 100.000 clients, 3.000 Salariés, présente dans une trentaine de pays.

b. La forme juridique de l'entreprise ? Justifier votre réponse ; (1 point)

Société de capitaux : SA

c. Le secteur d'activité/la branche de l'entreprise ? Justifier votre réponse ; (1 point)

Secteur : Tertiaire ; branche : transport /logistique

3- Relever du texte les éléments du micro environnement ; (2 points)

Les clients (particuliers et entreprises) les concurrents (TRANSCOM, LOGISTICA et SGTM)

4- Quelle est la différence entre micro et macro environnement ? (2 points)

- **Macro** : environnement général de l'entreprise qui intègre les aspects sociologiques, économiques, juridiques, techniques ... tant nationaux qu'internationaux.
- **Micro** : environnement spécifique de l'entreprise constitué de ses clients, de ses fournisseurs, de ses sous-traitants, de ses concurrents...

5- Pourquoi considère-t-on l'entreprise comme un système ouvert ? (1 point)

Système ouvert : un système qui interagit en permanence avec son environnement.

L'interaction peut se faire via des informations, de l'énergie ou des matières transférées vers ou depuis les frontières du système, en fonction de la discipline qui définit le concept.

6- Préciser pour chaque opération ci-dessous la nature du flux ? (Flux réel, monétaire ou flux d'information) ; (3 points)

Opération	Type de flux
Acquisition d'un camion	Réel
Paieement d'une facture d'électricité	Monétaire
Etude du marché Marocain	D'information
Rémunération du personnel	Monétaire
Achat de fourniture de bureau	Réel
Règlement des frais du notaire	Monétaire

7- Reproduire et compléter le tableau ci-dessous : 2pts

	Nature de la structure	Avantages	Inconvénients
Structure	divisionnelle 1Point	Ajouter ou supprimer une division sans perturber le système entreprise.0, 5Point	Risque de transformation des divisions en entreprises autonome.0, 5Point

DOSSIER 2 : MARKETING ET UNIVERS DE LA DISTRIBUTION AU MAROC : (25 points)

Sous Dossier 1 : MARKETING (20points)

- 1- Définir les termes soulignés en gras : (2 points)
 - *Etude de marché* : une technique qui permet de collecter des informations primaires.
 - *Questionnaire* : support d'enquête
- 2- Déterminer la cible de l'entreprise ? (2 points)
 - **Les femmes actives avec enfants à charge sur Casablanca et Rabat**
- 3- Quels sont les critères de segmentation pratiqués par l'entreprise ? (2 points)
 - *Sexe, situation professionnelle, situation familiale, position géographique*
- 4- Déterminer le positionnement de l'entreprise ? (2 points)
 - *La livraison 24h/24 tous les jours de la semaine, même les jours fériés.*
- 5- Quel est le type d'étude de marché pratiqué par l'entreprise ? (3 points)
 - L'objectif de l'étude : *Connaître les clients potentiels intéressés par ce type de service*
 - Type d'étude : *Etude quantitative par sondage*
 - Mode d'administration du questionnaire : *courrier électronique*
- 6- Quelle est l'étape qui suit l'administration du questionnaire ? (1,5 point)

Dépouillement

- 7- Préciser pour chacune de ces affirmations, si elles sont vraies ou fausses (6 points)

Les affirmations	Vraie	Faux	Justification
Le prix d'écramage est généralement inférieur à la concurrence		X	Le prix d'écramage est généralement supérieur à la concurrence
Un nom de marque doit être facile à mémoriser	X		
Le canal direct, est un canal avec un seul intermédiaire		X	Le canal direct, c'est un canal sans aucun intermédiaire
conditionnement est l'emballage primaire du produit	X		
La distribution intensive consiste à distribuer les produits dans des points de vente sélectifs		X	La distribution intensive consiste à distribuer les produits dans tous les points de vente sélectifs
La longueur de la gamme est toujours égale au nombre de lignes multiplié par la profondeur		X	La longueur de la gamme n'est pas toujours égale au nombre de lignes multiplié par la profondeur

- 8- Lier chaque critère de segmentation avec son type ? (1,5Points)

- Sexe, Age : **Critères sociodémographiques**
 - Pages vues, Historique d'achat : **Critères comportementaux**
 - Habitat rural ou urbain, ville : **Critères géographique**

Sous Dossier 2 : UNIVERS DE LA DISTRIBUTION AU MAROC (5 points)

- 1- A partir du texte faites ressortir les grandes surfaces, et les grandes surfaces spécialisées (2 points)
 - **Grandes surfaces à dominantes alimentaires : MARJANE, METRO, ASWAK ESSALAM, CARREFOUR**
 - **Grandes surfaces spécialisées : DECATHLON, IKEA**
- 2- Quels sont les caractéristiques d'une grande surface spécialisée (2 points)
 - **Assortiment étroit et profond**
 - **Meilleure qualité**
 - **Des conseillers spécialisés**
 - **Des produits complémentaires**
- 3- Citer d'autres grandes surfaces spécialisées que vous connaissez (1 point)
 - **Electro planète, Micro choix...**

PRATIQUE : (80 points)

DOSSIER 3 : TECHNIQUES DE VENTES (30 POINTS)

- 1- En quoi consiste la méthode SONCAS ? (2points)
 - **Identifier et les motivations des clients selon les critères suivants (Sécurité, orgueil, nouveauté, confort, argent, sympathie/séduction).**
- 2- En quoi consiste la méthode CAP ? (2points)
 - **Monter les caractéristiques du produit**
 - **Présenter les avantages du produit**
 - **Donner des preuves pour chaque avantage**
- 3- Déterminer le type de motivation des clients dans les situations suivantes (5 points)

Phrases prononcés par les clients	Type de motivations
Je suis perdu avec toutes ces explications, vous êtes sûr que mon colis arrivera en bon état à l'heure convenue	Sécurité/Confort
Je me demande si votre service est assez rapide	Orgueil/Confort
Je ne cherche pas à payer beaucoup, je veux un service basic	Argent
J'ai envie de sentir la différence dans la qualité du service	Orgueil
Je veux profiter de votre dernière offre de livraison	Nouveauté

- 4- Compléter le tableau suivant en mettant une croix devant la bonne réponse (5 points)

Les situations	Vrai	Faux
Durant les 20 premières minutes le client établit son premier jugement sur le magasin et sur le personnel de vente		X
Un personnel souriant facilite le contact avec les clients	X	
Tutoyer les clients crée un climat de confiance		X
Sauter sur les clients facilite la vente		X
Un magasin en désordre n'a aucune importance pour la vente		X

- 5- (2 points)

Affirmation	La méthode d'acceptation de prix
Pour ce prix on vous offre l'assurance transport gratuite	L'addition
Chez nos concurrents vous n'êtes pas assuré	La soustraction

- 6- Pour chacune de ces situations, aider le client à reformuler son objectif. (4 points)

Phrases prononcées par les clients	Reformulation
Voilà, je veux que ce colis arrive demain matin directement chez le destinataire	Si j'ai bien compris, vous voulez que ce colis arrive en urgence au destinataire ?
La dernière fois que j'ai envoyé une boîte, elle est arrivée abîmée. J'espère que ce ne sera pas le cas cette fois-ci.	Si j'ai bien compris, vous voulez que votre boîte arrive en bon état ?
Je cherche une formule qui me permettra d'envoyer des colis à mes clients mais sans avoir à supporter des frais exorbitants	Si j'ai bien compris, vous cherchez une formule moins coûteuse ?
Ça fait 5 ans que je suis client fidèle de votre agence, et je n'ai jamais reçu de cadeau	Si j'ai bien compris, vous voulez bénéficier des avantages offerts à nos clients fidèles ?

7- (10 points)

Caractéristiques	Avantages	Preuve	Motivation correspondante
Longueur (intérieure) : de 3 à 3.75 mètres Largeur (intérieure) : de 1.75 à 1.95 mètre Hauteur (Intérieure) : de 1.89 à 1.95 mètre	Ses dimensions permettent de pouvoir se garer presque partout.	Essai	Confort
Volume de chargement 10 – 12 m³	la place importante pour transporter un grand nombre d'articles.	Montrer au client la capacité de chargement et le volume du coffre.	Sécurité/ confort /argent
Les portes coulissantes latérales	aide supplémentaire lorsque vous avez à charger ou décharger le véhicule	Montrer au client/essai	Confort
conduite assistée	la maniabilité et le confort	essai	Confort
Prix promotionnel : 260 000 DH au lieu de 300 000 DH	Economie	Prix promotionnel affiché	Argent
Garantie 5 ans	Assurance de garantie	Certificat de garantie	Sécurité

DOSSIER 4 : LA COMPTABILITE (20 points)

Travail à faire :

- 1- Etablir le bilan (2 points) et déterminer le montant du résultat net (1 point)
- 2- Enregistrer les opérations au journal de l'entreprise SGTM (15 points)
- 3- Etablir le compte fournisseurs (2 points)

Bilan			
Actif	Montant	Passif	Montant
<u>Actif immobilisé</u>		<u>Financement permanent</u>	
Bâtiment	400000	Capital	500000
Matériel de transport	100000	Résultat Net	100000
<u>Actif circulant</u>		<u>Passif circulant</u>	
Marchandises	120000	Fournisseurs	400000
Clients	200000		
<u>Trésorerie Actif</u>			
Banque	150000		
Caisse	30000		
Total	1000000	Total	1000000

N° Compte	Débit	Crédit	Montant	Montant
	31-déc			
2321	Bâtiment		400000	
2340	Matériel de transport		100000	
3111	Marchandises		120000	
3421	Clients		200000	
5141	Banque		150000	
5161	Caisse		30000	
1111		Capital		500000
1199		Résultat Net		100000
4411		Fournisseurs		400000
	01-janv			
6111	Achat de marchandises		10000	
5161		Caisse		10000
	03-janv			
2311	Terrains nus		200000	
5141		Banque		100000
4486		Dettes/Acquisition Imm		100000
	05-janv			
6121	Achat de matières premières		300000	
5161		Caisse		10000
5141		Banque		200000
4411		FRS		90000
	10-janv			
6125	Achat NS de M et F		6000	
5141		Banque		6000
	10-janv			
6145	Frais de téléphone		1000	
5141		Banque		1000
	10-janv			
6136	Rémunération intermédiaire et honoraires		50000	

5141	Banque		50000
6174	10-janv		
5141	Cotisations sociales	20000	
	Banque		20000
5141	12-janv		
7127	Banque	7000	
	Vente de pdt acc		7000
5141	13-janv		
5161	Banque	10000	
7111	Caisse	10000	
	Vente de marchandises		20000
5141	14-janv		
3421	Caisse	30000	
	Clients		30000
2340	15-janv		
5141	Matériel de transport	300000	
5161	Banque		150000
1486	Caisse		60000
	FRS d'imm		90000
5141	25-janv		
5161	Banque	100000	
	Caisse		100000
4411	26-janv		
5141	FRS	60000	
	Banque		60000
6171	27-janv		
5141	Rémunération du personnel	160000	
	Banque		160000

FRS	
Débit	Crédit
60000	400000
	90000
60000	490000
430000	SC

DOSSIER 5 : CALCULS COMMERCIAUX (15 POINTS)

1- Compléter le tableau suivant **(6 points)**

Produits	PV (HT)	Taux de marque	Coût d'achat (HT)	Marge brute
Téléviseur	7 173,92	17,00	5 954,35	1 219,57
Ordinateur	10 350,71	0,38%	10 311,61	39,10
Téléphone	11 090,14	0,85	10 995,78	94,36
Moto	11 739,13	14,39%	10 049,88	1 689,26

2- Calculer pour chaque type d'article transporté le montant à payer par le client **(9points)**

Articles	Montant	Taux de	Montant	NET 1	Taux de	Montant	NET 2	Taux	Montant	Montant
----------	---------	---------	---------	-------	---------	---------	-------	------	---------	---------

transportés	brut Total	réduction sur la catégorie des clients	de réduction sur la catégorie des clients		réduction sur la distance	de réduction sur la distance		de TVA	TVA	TTC
Téléviseurs LG	500	3%	15	485	2%	9,7	475,3	14%	66,542	541,842
Ordinateurs portables SONY	75	3%	2,25	72,75	0%	0	72,75	14%	10,185	82,935
Téléphones NOKIA	75	3%	2,25	72,75	0%	0	72,75	14%	10,185	82,935
Sacoche pour PC	60	3%	1,8	58,2	0%	0	58,2	14%	8,148	66,348
Tables pour ordinateur	375	0%	0	375	2%	7,5	367,5	14%	51,45	418,95
Total										1193,01

DOSSIER 6 : STATISTIQUE (15 POINTS) DOSSIER 6 : STATISTIQUE (15 POINTS)

Travail à faire :

Déterminer et interpréter :

1. La population, le caractère étudié et sa nature. (3points)
2. Le mode. (2points)
3. La médiane. (2points)
4. L'écart interquartile. (2points)
5. Le salaire moyen. (3points)
6. La variance. (3points)
 - La population : Les employés de l'entreprise ;
 - Le caractère : Les salaires
 - Nature : Quantitatif continu

Salaires (en milliers de DH)	Effectif	centr class xi	xi*ni	xi-X MOY=a	a ²	a ² *ni
[2,5–3,5[	10	3	30	-3,29861	10,880827 9	108,8082793
[3,5–4,5[	50	4	200	-2,29861	5,2836079 3	264,1803966
[4,5–5,5[	20	5	100	-1,29861	1,6863879 3	33,72775864
[5,5–6,5[	10	6	60	-0,29861	0,0891679 3	0,891679321
[6,5–7,5[	8	7	56	0,70139	0,4919479 3	3,935583457
[7,5–8,5[	7	8	56	1,70139	2,8947279 3	20,26309552
[8,5–9,5[	5	9	45	2,70139	7,2975079 3	36,48753966
[9,5–10,5[	14	10	140	3,70139	13,700287 9	191,804031
[10,5–11,5[	20	11	220	4,70139	22,103067 9	442,0613586
144		63	907	6,31251	64,427531	1102,159722

moyenne = 6,298611111 milliers de DH
variance = 7,65388696
mode=4,071 milliers de DH=4071,42 DH
médiane=5,1 milliers de
DH=5100DH
Q1=4,020 milliers de DH=4020 DH
Q3=9,1 milliers de DH=9100 DH
l'écart interquartile Q3-Q1=5,08 milliers de DH=5080DH

NB : Tous les calculs justificatifs doivent figurer sur la copie.