

Diplôme : BTSA TC toutes options

Epreuve : E6 HCCF « management d'une équipe commerciale »

Définition de l'épreuve

Rappel de la note de service DGER/SDES/2022-26 du 07/01/2022 (p.10)

Epreuve E6 : « management d'une équipe commerciale »

Cette épreuve valide la capacité correspondant au bloc 6, « Manager une équipe commerciale ».

| Capacités certifiées | Critères |
|---|--|
| C61- Optimiser l'activité de l'équipe | <ul style="list-style-type: none">- mobilisation autour d'objectifs et de valeurs partagés- accompagnement individuel des vendeurs- organisation de l'activité de l'équipe |
| C62- Gérer une situation à enjeu particulier | <ul style="list-style-type: none">- analyse de la situation dans son contexte- mise en œuvre d'une réponse adaptée |
| <i>C63- Professionnaliser l'équipe dans la relation technico-commerciale à l'international*</i> | <ul style="list-style-type: none">- <i>identification du contexte de la négociation</i>- <i>adaptation de l'argumentation au contexte</i> |

* **Capacité non évalué en hors CCF**

Cette épreuve prend la forme d'une évaluation ponctuelle terminale orale, commune à toutes les options du BTSA TC.

Les sujets sont proposés par le membre du jury. Ils consistent en la présentation d'une situation, individuelle ou collective, de management d'une équipe commerciale et s'appuient sur des documents.

On attend du candidat qu'il analyse la situation proposée par le jury et soit en mesure de formuler des propositions argumentées en lien avec les capacités visées. Afin de préparer au mieux son évaluation, l'enseignant convoqué consultera le sujet 0 produit par l'inspection et mis en ligne sur chlorofil.

Durée de l'épreuve : 1h25

1h de préparation, 5 mn d'exposé, 20 mn d'entretien avec le jury.

L'évaluation est réalisée à l'aide de la grille d'évaluation nationale en annexe n° 3.

Le jury n'est pas tenu de prendre en compte l'ensemble des critères d'évaluation mentionnés dans le référentiel ; il privilégie les plus adaptés à la situation effective d'évaluation.

Le jury est composé d'un enseignant de SESG-GE.

Précisions sur l'épreuve

La situation d'évaluation soumise au candidat doit permettre d'évaluer les capacités C61 et C62. Dans le but de ne pas proposer de situation de management trop artificielle et de permettre au candidat d'optimiser sa préparation, il est possible que le sujet soit centré sur l'une des 2 capacités seulement.

Dans tous les cas, lors de l'entretien, l'échange permet d'approfondir l'exposé du candidat et d'évaluer les 2 capacités. Les pistes de questionnement à cet effet doivent être anticipées dès la conception du sujet.

Le cas proposé peut être en lien avec l'option du candidat mais ce n'est pas obligatoire. Il s'appuie sur une situation réelle d'entreprise.

Le sujet comporte :

- La présentation d'un contexte (entreprise, secteur d'activité) qui doit permettre d'apprécier la capacité du candidat à adapter le traitement de la situation proposée au contexte. Il ne s'agit pas d'entrer dans le détail de l'offre commerciale, assez secondaire au regard des capacités visées. On veille à proposer un contexte facilement compréhensible pour tous les candidats, quelle que soit leur option. Le contexte proposé doit permettre d'apprécier les 2 capacités.

- Une mise en situation du candidat : libellé du poste, mission principale, situation à laquelle il est confronté (organisation d'un salon, intégration d'un nouveau collaborateur, gestion d'un conflit...)

- Une ou deux consigne(s) formulée(s) dans une perspective capacitaire (la(les) consigne(s) ne vise(ent) pas la vérification de connaissances décontextualisées). Les consignes sont directement en lien avec la situation.

- Des documents permettant de présenter un contexte de management dans le cadre d'une entreprise commerciale (plan d'action commercial, stratégie, carte du(des) secteur(s), résultats des technico-commerciaux...). Des documents réels issus de l'entreprise support sont à privilégier pour renforcer l'attractivité du sujet. L'ensemble des documents ne doit pas dépasser 10 pages et doit pouvoir être lu en 20 minutes maximum.

Le sujet respecte les consignes de forme qui figurent dans la note de service annuelle d'appel à sujets d'examen.

Lors de l'oral, le candidat expose au jury en cinq minutes :

- son poste et sa mission ;

- la situation exposée ;

- le traitement argumenté (en fonction des objectifs de l'entreprise, de sa stratégie, du contexte...) de la situation.

Le candidat peut s'appuyer sur des notes personnelles mais ne présente pas de support de communication.

NB : il ne s'agit pas d'un jeu de rôle.

L'entretien ne doit en aucun cas porter sur le produit en lui-même mais sur bien sur la situation de management décrite à travers la mise en situation.

La présentation du candidat et le questionnement du jury doivent permettre d'évaluer les 2 capacités C 6-1 et C 6-2.

Dans toute la mesure du possible le jury balaye l'ensemble des critères d'évaluation des deux capacités, mais le choix des critères retenus peut être adapté à la situation effective proposée au candidat.

Grille d'évaluation – Indications de correction

Annexe n° 3 Note de service DGER/SDES/2022-26 du 07/01/2022 - Grille d'évaluation de l'épreuve E6 hors CCF

MINISTÈRE DE L'AGRICULTURE

Brevet de technicien supérieur agricole Technico-Commercial

| |
|----------------------|
| Examen : BTSA |
| Session : |
| Centre : |

| |
|-----------------------------|
| HCCF |
| Nom et prénom du candidat : |
| N° d'anonymat : |

| |
|---------------------|
| Épreuve : E6 |
| Date : |
| N° jury : |

| CAPACITE CERTIFIEE | CRITERES ¹ | INDICATEURS ² | - | - | + | + | NOTE | APPRÉCIATIONS |
|---------------------------------------|---|--|---|---|---|---|--------------|---------------|
| C61- Optimiser l'activité de l'équipe | Mobilisation autour d'objectifs et de valeurs partagés | Définition d'objectifs adaptés aux plans d'action commercial et de prospection Précision des objectifs Identification des moyens de mobilisation adaptés au contexte | | | | | /4 | |
| | Accompagnement individuel des vendeurs | Identification des besoins Proposition d'une réponse adaptée au besoin | | | | | /8 | |
| | Organisation de l'activité de l'équipe | Prise en compte du contexte et des objectifs Mobilisation des outils de suivi Identification des régulations à apporter | | | | | /8 | |
| | Appréciation | | | | | | | |
| | | | | | | | TOTAL | /20 |

| | | | | | | | | | |
|--|--|---|--|--|--|--|--|---|-----------------------------|
| C62- Gérer une situation à enjeu particulier | Analyse de la situation dans son contexte | Identification des enjeux et acteurs de la situation Réalisation d'un diagnostic étayé de la situation | | | | | | | /10 |
| | Mise en œuvre d'une réponse adaptée | Identification des stratégies de résolution envisageables Choix de la stratégie optimale au regard du contexte | | | | | | | /10 |
| | Appréciation | | | | | | | | |
| | | | | | | | | TOTAL | /20 |
| | | | | | | | | Total Sur 60 = C6.1+C6.2 | /40 |
| | | | | | | | | Note Finale sur /20(C6.1+C6.2)/2 | /20 |
| Appréciation générale : | | | | | | | | | Signature(s) du jury |

1- Le choix des critères d'évaluation retenus est adapté à la situation effective proposée au candidat

2- Les critères sont précisés par des indicateurs : c'est ce qui doit être regardé pour évaluer le degré de maîtrise du critère. Comme leur nom l'indique, ils sont indicatifs et éventuellement non exhaustifs. A ce titre, ils sont mobilisés au regard de la situation effective d'évaluation.

Sujet 1
BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR AGRICOLE
E6 MANAGEMENT D'UNE EQUIPE COMMERCIALE

Spécialité : Technico-commercial

Toutes options

Durée de l'épreuve : 1h25

1h de préparation, 5 mn d'exposé, 20 mn d'entretien avec le jury.

Matériel(s) et document(s) autorisé(s) : **Calculatrice**

Le sujet comporte 6 pages

Le contexte :

La société BrandyGroup est une société française qui fabrique et commercialise une gamme d'accessoires et prêt à porter pour chiens et chats. Sa marque WOUAPY propose un très large choix d'articles allant de la coussinerie de luxe et du prêt-à-porter haut-de-gamme jusqu'aux accessoires de bases nécessaires à la vie quotidienne des chiens et des chats (gamelles, griffoirs, brosses, friandises, jouets, transport...). Sans cesse à la recherche de produits innovants, originaux et surtout soucieux du confort et du bien-être des animaux de compagnie, WOUAPY a su se positionner parmi les principaux acteurs sur le marché de l'accessoire pour chiens et chats français et européen.

Mise en situation :

Vous venez de rejoindre le groupe BRANDY en qualité de directeur commercial afin de restructurer la force de vente. Vous êtes chargé(e) à ce titre de procéder à un nouveau maillage du territoire afin d'optimiser la présence des commerciaux auprès de la clientèle.

Le marché des produits manufacturés à destination des animaleries est fortement concurrentiel. En effet, la présence de nombreux fabricants distributeurs, grossistes, importateurs et commerciaux indépendants conduit à une offre importante. Conscient que le maintien d'une relation commerciale permanente avec votre clientèle constitue une des clés de la fidélisation de celle-ci, vous réfléchissez à une nouvelle organisation territoriale de votre force de vente.

A l'aide de l'ensemble des documents :

1- Identifier les points forts et les points faibles de votre force de vente.

M. RONDEAU est le vendeur responsable du secteur « grand ouest ».

2- Proposez un accompagnement spécifique pour Mr Rondeau.

Vous présentez au jury en 5 minutes vos réponses à ces deux consignes

Liste des documents

Document 1 : Présentation de la société WOUAPY (site internet www.brandygroup.fr)

Document 2 : Organisation territoriale actuelle de la force de vente (source interne de l'entreprise)

Document 3 : Configuration de la force de vente (données créées pour les besoins de l'épreuve)

Document 4 : Caractéristiques quantitatives des secteurs (données créées pour les besoins de l'épreuve)

Document 5 : Objectifs et enjeux stratégiques de la société 2023/2024 (volet ressources humaines) www.monatourisme.fr/les-conditions-de-travail-la-qualite-de-vie-au-travail-et-les-risques-psycho

Certaines données ont été modifiées pour les besoins de l'épreuve

Document 1 : Présentation de la société WOUAPY



Une histoire

Depuis 1994 **Wouapy** accompagne les propriétaires d'animaux de compagnie avec des accessoires de haute qualité.

Nous avons débuté cette aventure par la sellerie en cuir. Une collection de colliers, harnais et laisses qui s'est progressivement élargie au couchage et au prêt-à-porter. Souhaitant répondre aux problématiques qui se présentaient aux propriétaires de chiens et de chats, nous l'avons enrichie d'articles de transport et des accessoires d'hygiène.

Aujourd'hui nous offrons également des friandises naturelles ainsi que des accessoires de décoration car la passion pour les animaux de compagnie s'exprime au-delà du simple fait d'en adopter un.

Une marque

Chez **Wouapy** nous nous chargeons de la création, de la confection et de la distribution d'accessoires pour chiens et chats.

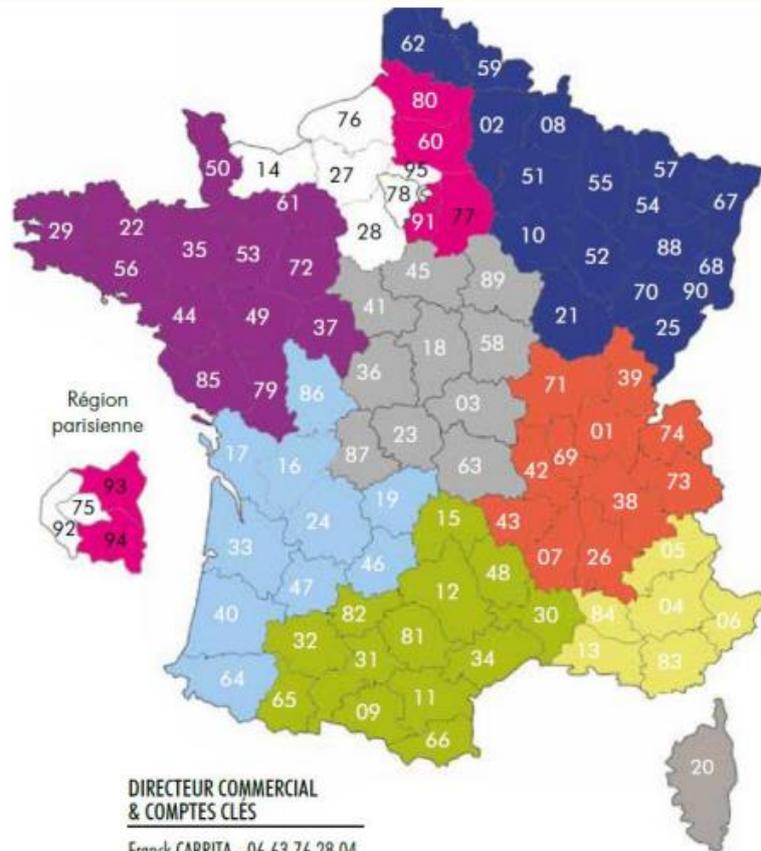
Nous figurons parmi les principaux acteurs du marché en France et à l'International. Nos créations, vont du haut de gamme aux collections plus basiques. Elles sont toutes commercialisées sous la marque « **Wouapy** ».

Originalité, authenticité et savoir-faire nous guident dans la fabrication de nos articles. La satisfaction client est notre principal objectif, c'est pourquoi nous nous tenons à votre écoute.

Document 2 : Organisation territoriale actuelle de la force de vente

REPARTITION DES COMMERCIAUX

- Stéphane CUREL
☎ 06.62.71.76.34
✉ s.curel@brandysarl.com
- Christophe CHAMBERT-LOIR
☎ 06.50.70.38.41
✉ c.chambertloir@brandysarl.com
- Océane PINGEON
☎ 06.63.73.05.03
✉ o.pingeon@brandysarl.com
- Olivier RONDEAU
☎ 06.11.96.33.81
✉ o.rondeau@brandysarl.com
- Johann DOMINOT
☎ 06.40.13.10.69
✉ j.dominot@brandysarl.com
- Laurent DESFAYES
☎ 06.63.84.28.02
✉ l.desfayes@brandysarl.com
- Alexandra THEVENARD
☎ 06.50.38.07.75
✉ a.thevenard@brandysarl.com
- José GARRIDO
☎ 06.62.13.82.30
✉ j.garrido@brandysarl.com
- Charlotte GUIRAUD
☎ 06.64.47.66.32
✉ c.guiraud@brandysarl.com
- Jean-Roch SIMONI
☎ 06.52.83.55.29
✉ jeanrochsimoni@brandysarl.com



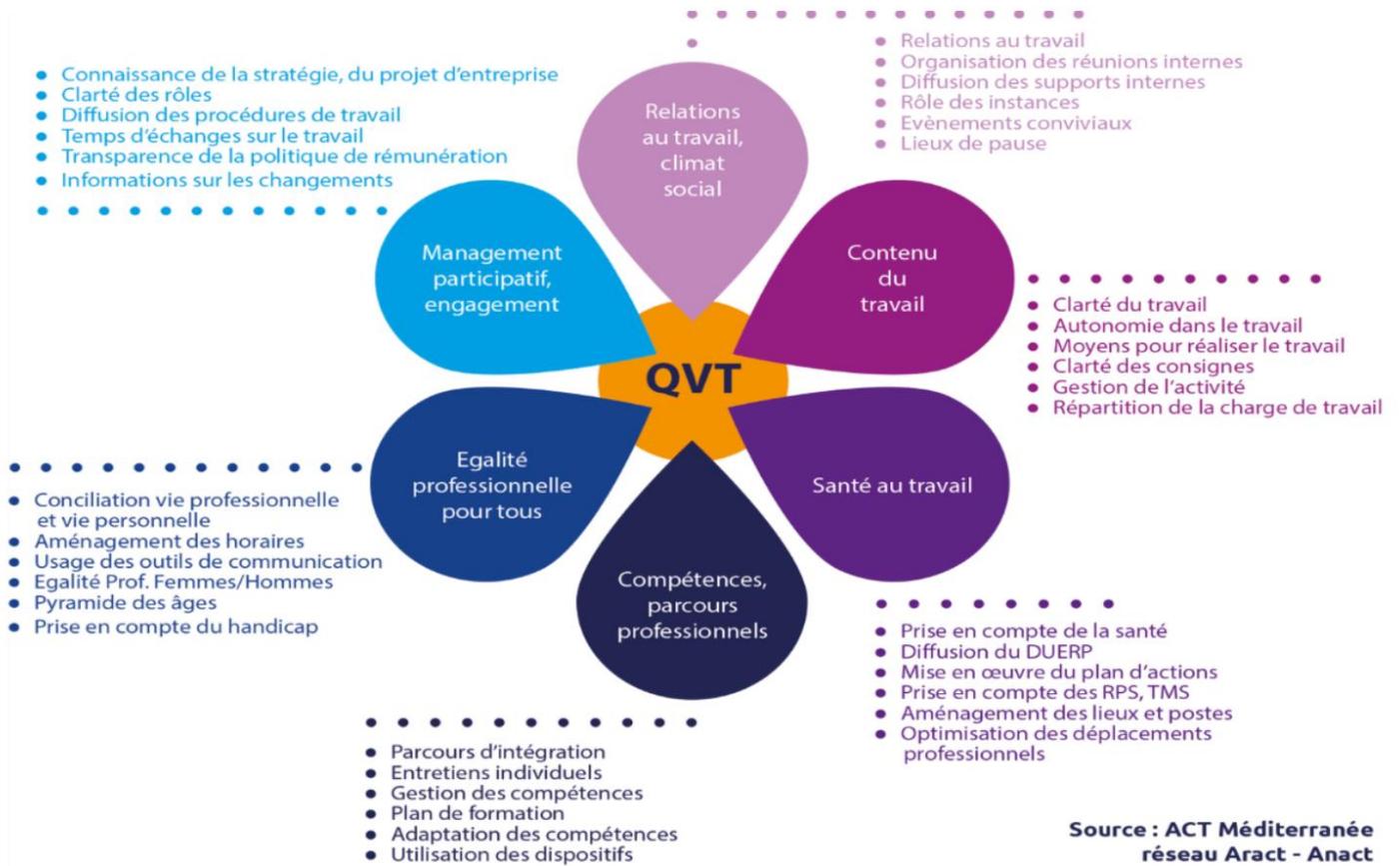
Document 3 : Configuration de la force de vente

| Secteurs | Ancienneté dans l'entreprise | Ancienneté sur le secteur | Statut | Nombre de Jours de formation depuis 1 an | Nombre de Jours de formation sur 5 ans |
|---------------------------------|-------------------------------------|----------------------------------|------------------|---|---|
| Stéphane CUREL | 2 ans | 2 ans | VRP exclusif | 10 | 50 |
| Christophe CHAMBERT-LOIR | 3 ans | 3 ans | VRP exclusif | 11 | 51 |
| Océane PINGEON | 4 ans | 4 ans | VRP exclusif | 10 | 50 |
| Olivier RONDEAU | 8 mois | 8 mois | VRP exclusif | 2 | 2 |
| Johann DOMINOT | 25 ans | 25 ans | Agent commercial | 0 | 0 |
| Laurent DESFAYES | 3 ans | 3 ans | VRP exclusif | 10 | 50 |
| Alexandra THEVENARD | 12 ans | 10 ans | VRP multi cartes | 5 | 11 |
| José GARRIDO | 15 ans | 12 ans | VRP multi cartes | 7 | 10 |
| Charlotte GUIRAUD | 10 ans | 5 ans | VRP multi cartes | 7 | 11 |
| Jean-Roch SIMONI | 30 ans | 30 ans | Agent commercial | 0 | 0 |

Document 4 : Caractéristiques quantitatives des secteurs

| Responsable de secteur | Chiffre d'affaires En Millions d'euros | Evolution CA sur 5 ans en % | Nombre de points de vente présents sur le territoire | Nombre de points de vente clients de nos produits |
|--|---|--|---|--|
| Stéphane CUREL | 2 | +3 | 37 | 34 |
| Christophe CHAMBERT- LOIR | 1.2 | -0.5 | 28 | 22 |
| Océane PINGEON | 2.5 | +7 | 50 | 42 |
| Olivier RONDEAU | 0.8 | -2.5 | 63 | 12 |
| Johann DOMINOT | 1.5 | +4.2 | 30 | 25 |
| Laurent DESFAYES | 0.9 | +7 | 36 | 21 |
| Alexandra THEVENARD | 1.3 | -0.2 | 47 | 40 |
| José GARRIDO | 1.4 | +1.4 | 38 | 32 |
| Charlotte GUIRAUD | 1.7 | +12 | 17 | 16 |
| Jean-roch SIMONI | 0.1 | +0.2 | 5 | 5 |

Document 5 : Les conditions de travail, la qualité de vie au travail et les risques psycho-sociaux au travail



INDICATIONS DE CORRECTION / ATTENDUS

Le contexte :

La société BrandyGroup est une société française qui fabrique et commercialise une gamme d'accessoires et prêt à porter pour chiens et chats. Sa marque WOUAPY propose un très large choix d'articles allant de la coussinerie de luxe et du prêt-à-porter haut-de-gamme jusqu'aux accessoires de bases nécessaires à la vie quotidienne des chiens et des chats (gamelles, griffoirs, brosses, friandises, jouets, transport...). Sans cesse à la recherche de produits innovants, originaux et surtout soucieux du confort et du bien-être des animaux de compagnie, WOUAPY a su se positionner parmi les principaux acteurs sur le marché de l'accessoire pour chiens et chats français et européen.

Mise en situation :

Vous venez de rejoindre le groupe BRANDY en qualité de directeur des ressources humaines afin de restructurer la force de vente. Vous êtes chargé(e), à ce titre, de procéder à un nouveau maillage du territoire afin d'optimiser la présence des commerciaux auprès de la clientèle.

Le marché des produits manufacturés à destination des animaleries est fortement concurrentiel. En effet, la présence de nombreux fabricants distributeurs, grossistes, importateurs et commerciaux indépendants conduit à une offre importante. Conscient que le maintien d'une relation commerciale permanente avec sa clientèle constitue une des clés de la fidélisation de celle-ci, vous réfléchissez à une nouvelle organisation territoriale de votre force de vente.

1- Identifier les points forts et les points faibles de votre force de vente.

2- Proposez un accompagnement spécifique pour M. Rondeau.

Vous présentez au jury en 5 minutes vos réponses à ces deux consignes

Attendus au regard de la C61 « Optimiser l'activité de l'équipe » :

Consigne 1- Identifier les points forts et les points faibles de votre force de vente.

Critères :

« Mobilisation autour d'objectifs et de valeurs partagés »

« Organisation de l'activité de l'équipe »

- Déséquilibre géographique des secteurs
- Déséquilibre en termes de nombre de points de vente par secteur
- Une force de vente composée de différents statuts avec une gestion spécifique (force de vente interne, une autre externalisée)
- Rajeunissement de la force de vente :
 - o risque de clivage générationnel

- opportunité de former les anciens aux nouvelles technologies (e-crm par exemple)
- Un besoin de suivi et d'accompagnement particulier pour les plus jeunes
- Les commerciaux « anciens » disposent, a priori, d'une culture d'entreprise plus forte, meilleure connaissance de la clientèle et une forte capacité de fidélisation de la clientèle
- Une évolution positive en termes de chiffre d'affaires

Consigne 2- Proposez un accompagnement spécifique pour M. Rondeau.

Critère « Accompagnement individuel des vendeurs »

- Proposer un entretien pour collecter les informations concernant les difficultés qu'il rencontre et ses besoins en formation (connaissances produits, organisation des tournées, outils de fidélisation, plan de prospection...)
- Mettre en place un plan de formation pluri mensuel concerté
- Fixer des objectifs commerciaux à court terme suivi de bilans réguliers

Le sujet est davantage axé sur la capacité C6-1. Les critères et indicateurs de la **capacité C6-2 « Gérer une situation à enjeu particulier »**.

Peuvent être partiellement renseigné par le traitement de la consigne et les premiers échanges.

Dans le cas, contraire, il convient d'ouvrir le questionnement.

Critères :

« Analyse de la situation dans son contexte »

« Mise en œuvre d'une réponse adaptée »

Questionnement envisageable (à adapter en fonction de l'exposé du candidat et des premiers échanges) :

Situation N°1 : Après quelques mois de suivi personnalisé, les résultats de M. RONDEAU continuent de se dégrader, quelles nouvelles actions proposez-vous ? *Proposer un tutorat avec un commercial plus aguerris hors agents commerciaux, l'accompagner quelques journées en visite clientèle.*

Situation N°2 : Après quelques mois de suivi personnalisé, les résultats de M. RONDEAU se sont grandement améliorés, comment pouvez-vous le motiver à poursuivre ses efforts ?

Augmentation de ses commissions avec un fixe stable, une prime spécifique, lui montrer notre confiance en allégeant voire supprimant le tutorat.

Situation 3 : L'entreprise réalise chaque année un entretien individuel des commerciaux. Comment envisagez-vous de conduire cet entretien ? *Analyse des résultats par rapport aux objectifs, analyse de son vécu et son ressenti de la fonction, mise en place des nouveaux objectifs de l'année à venir.*

NB :

L'entretien ne doit en aucun cas porter sur le produit en lui-même mais sur bien sur la situation de management décrite à travers la mise en situation.

La présentation du candidat et le questionnement du jury doivent permettre d'évaluer les 2 capacités C 6-1 et C 6-2. Dans tous le mesure du possible le jury balaye l'ensemble des critères d'évaluation des deux capacités, mais le choix des critères retenus peut être adapté à la situation effective proposée au candidat.

Sujet 2

BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR AGRICOLE E6 MANAGEMENT D'UNE EQUIPE COMMERCIALE

Spécialité : Technico-commercial

Toutes options

Durée de l'épreuve : 1h25

1h de préparation, 5 mn d'exposé, 20 mn d'entretien avec le jury.

Matériel(s) et document(s) autorisé(s) : **Calculatrice**

Le sujet comporte 4 pages

Le contexte :

La société BrandyGroup est une société française qui fabrique et commercialise une gamme d'accessoires et prêt à porter pour chiens et chats. Sa marque WOUAPY propose un très large choix d'articles allant de la coussinerie de luxe et du prêt-à-porter haut-de-gamme jusqu'aux accessoires de bases nécessaires à la vie quotidienne des chiens et des chats (gamelles, griffoirs, brosses, friandises, jouets, transport...). Sans cesse à la recherche de produits innovants, originaux et surtout soucieux du confort et du bien-être des animaux de compagnie, WOUAPY a su se positionner parmi les principaux acteurs sur le marché de l'accessoire pour chiens et chats français et européen.

Mise en situation :

Vous venez de rejoindre le groupe BRANDY en qualité de directeur des ressources humaines afin de remotiver la force de vente. Vous êtes chargé(e), à ce titre, de repenser le système de rémunération de celle-ci. Par ailleurs, vous réfléchissez à un dispositif de stimulation de la force de vente.

A l'aide de l'ensemble des documents :

1- Analyser l'actuel système de rémunération des commerciaux à partir du document 2.

Vous envisagez un système de rémunération plus stimulant pour votre force de vente (documents 3 et 4).

2- Commenter le nouveau système de rémunération

Vous présentez au jury en 5 minutes vos réponses à ces deux consignes

Liste des documents :

Document 1 : Présentation de la société WOUAPY (site internet www.brandygroup.fr)

Document 2 : Le système actuel de rémunération des commerciaux (extrait du contrat de travail, document créé pour les nécessités de l'épreuve)

Document 3 : Proposition du nouveau système de rémunération (données adaptées pour les besoins de l'épreuve)

Document 4 : Organisation territoriale actuelle de la force de vente (source interne de l'entreprise)

Certaines données ont été modifiées pour les besoins de l'épreuve

Document 1 : Présentation de la société WOUAPY



Une histoire

Depuis 1994 **Wouapy** accompagne les propriétaires d'animaux de compagnie avec des accessoires de haute qualité.

Nous avons débuté cette aventure par la sellerie en cuir. Une collection de colliers, harnais et laisses qui s'est progressivement élargie au couchage et au prêt-à-porter. Souhaitant répondre aux problématiques qui se présentaient aux propriétaires de chiens et de chats, nous l'avons enrichie d'articles de transport et des accessoires d'hygiène.

Aujourd'hui nous offrons également des friandises naturelles ainsi que des accessoires de décoration car la passion pour les animaux de compagnie s'exprime au-delà du simple fait d'en adopter un.

Une marque

Chez **Wouapy** nous nous chargeons de la création, de la confection et de la distribution d'accessoires pour chiens et chats.

Nous figurons parmi les principaux acteurs du marché en France et à l'International. Nos créations, vont du haut de gamme aux collections plus basiques. Elles sont toutes commercialisées sous la marque « **Wouapy** ».

Originalité, authenticité et savoir-faire nous guident dans la fabrication de nos articles. La satisfaction client est notre principal objectif, c'est pourquoi nous nous tenons à votre écoute.

Document 2 : Le système actuel de rémunération des commerciaux (extrait du contrat de travail)

Rémunération :

Les commerciaux de la société BRANDY seront rémunérés selon la convention collective du secteur d'activité. Celle-ci sera composée :

- d'un fixe de 3075 euros brut soit 2500 net par mois
- véhicule de fonction
- smartphone de fonction
- tablette de fonction

Document 3 : Proposition du nouveau système de rémunération

Rémunération : Fixe de 2400 euros bruts soit un salaire net de 2000 euros + partie variable (prime ci-dessous), avantages en nature maintenus.

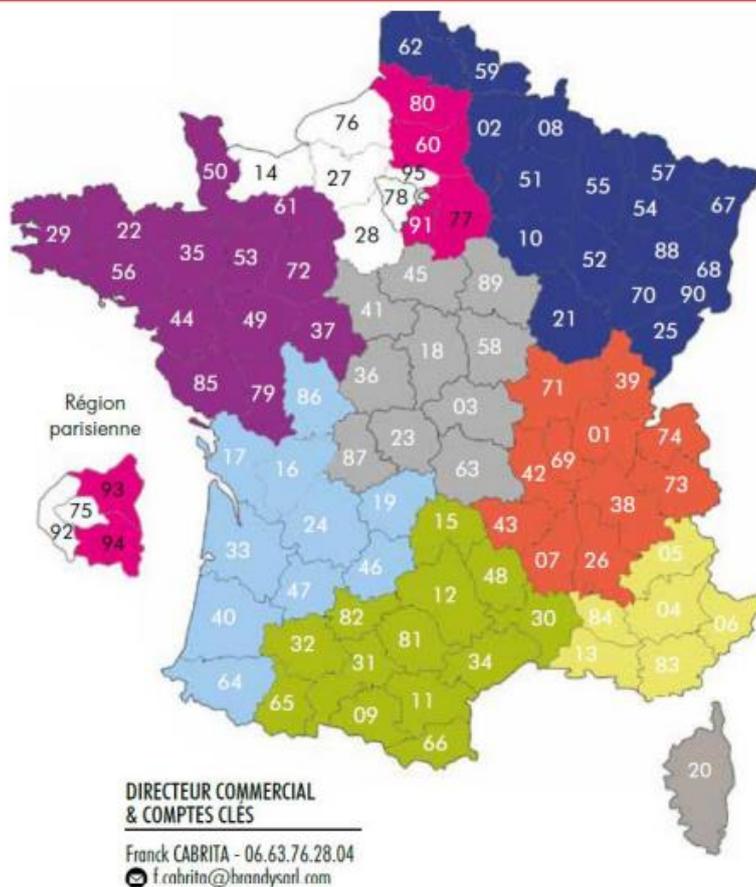
Vous trouverez ci-joint le mode de calcul de la part de variable de votre rémunération 2023.

| Prime Bonus | 3 000 € | | | | | | | |
|--|------------|-----------|---------|---------|---------|---------|---------|-------|
| | | 2023 | 92% | 95% | 100% | 105% | 110% | |
| Objectif 2023 (CA net de RFA) | 1 500,00 € | | 800 € | 1 125 € | 1 500 € | 1 875 € | 2 250 € | |
| | | 700 000 € | 644 000 | 665 000 | 700 000 | 735 000 | 770 000 | |
| FRIANDISES | 300,00 € | | | | 100% | 110% | 120% | |
| | | | | | 300 € | 400 € | 500 € | |
| CA net 2022 : 6369 € | | 20% | | | 7 643 | 8 407 | 9 248 | |
| Destockage hors coussinerie | 400,00 € | | | 95% | 100% | 115% | 130% | |
| | | | | | 300 € | 400 € | 500 € | 600 € |
| CA net 2022 : 3426 € | | 6 000 € | | 4 500 | 6 000 | 7 500 | 9 500 | |
| SELLERIE (Protect et soft) | 400,00 € | | | 95% | 100% | 110% | 120% | |
| | | | | | 300 € | 400 € | 500 € | 600 € |
| CA net 2022 : 21248 € | | 21 248 € | | 26 241 | 27 622 | 30 385 | 33 147 | |
| JOUETS WOUAPY | 400,00 € | | | 95% | 100% | 115% | 130% | |
| | | | | | 300 € | 400 € | 500 € | 600 € |
| CA net 2022 : 30305 € | | 34 851 € | | 33 108 | 34 851 | 40 079 | 45 306 | |
| Commentaires : | | | | | | | | |
| il s'agit de bonus par palier. Il faut atteindre le palier pour obtenir la prime , pas de prorata. | | | | | | | | |

Exemple : le segment friandises permet de bénéficier d'une prime de 300 euros bruts si le commercial atteint l'objectif de CA de 7643 euros. Il bénéficiera d'une prime de 400 euros bruts s'il atteint un CA de 8407 euros (105 % de l'objectif).

REPARTITION DES COMMERCIAUX

- Stéphane CUREL
☎ 06.62.71.76.34
✉ s.curel@brandysarl.com
- Christophe CHAMBERT-LOIR
☎ 06.50.70.38.41
✉ c.chambertloir@brandysarl.com
- Océane PINGEON
☎ 06.63.73.05.03
✉ o.pingeon@brandysarl.com
- Olivier RONDEAU
☎ 06.11.96.33.81
✉ o.rondeau@brandysarl.com
- Johann DOMINOT
☎ 06.40.13.10.69
✉ j.dominot@brandysarl.com
- Laurent DESFAYES
☎ 06.63.84.28.02
✉ l.desfayes@brandysarl.com
- Alexandra THEVENARD
☎ 06.50.38.07.75
✉ a.thevenard@brandysarl.com
- José GARRIDO
☎ 06.62.13.82.30
✉ j.garrido@brandysarl.com
- Charlotte GUIRAUD
☎ 06.64.47.66.32
✉ c.guiraud@brandysarl.com
- Jean-Roch SIMONI
☎ 06.52.83.55.29
✉ jeanrochsimoni@brandysarl.com



INDICATIONS DE CORRECTION / ATTENDUS

Le contexte :

La société BrandyGroup est une société française qui fabrique et commercialise une gamme d'accessoires et prêt à porter pour chiens et chats. Sa marque WOUAPY propose un très large choix d'articles allant de la coussinerie de luxe et du prêt-à-porter haut-de-gamme jusqu'aux accessoires de bases nécessaires à la vie quotidienne des chiens et des chats (gamelles, griffoirs, brosses, friandises, jouets, transport...). Sans cesse à la recherche de produits innovants, originaux et surtout soucieux du confort et du bien-être des animaux de compagnie, WOUAPY a su se positionner parmi les principaux acteurs sur le marché de l'accessoire pour chiens et chats français et européen.

Mise en situation :

Vous venez de rejoindre le groupe BRANDY en qualité de directeur des ressources humaines afin de remotiver la force de vente. Vous êtes chargé(e), à ce titre, de repenser le système de rémunération de celle-ci. Par ailleurs, vous réfléchissez à un dispositif de stimulation de la force de vente.

Attendus au regard de la C61 « Optimiser l'activité de l'équipe » :

Critères :

- « Mobilisation autour d'objectifs et de valeurs partagés »
- « Organisation de l'activité de l'équipe »
- « Accompagnement individuel des vendeurs »

Consigne 1- Analyser l'actuel système de rémunération des commerciaux à partir du document 2.

- Système de rémunération archaïque
- Les commerciaux ne sont pas incités à développer leur CA puisque le fixe leur garanti une rémunération stable
- Système qui peut conduire à mettre en difficulté financièrement l'entreprise
- Système qui encourage un investissement limité des commerciaux
- Système frustrant pour les commerciaux engagés dans leur fonction
- Système qui permet une maîtrise aisée de la masse salariale
- Système sécurisant pour les commerciaux, débutant notamment.

2- Commenter le nouveau système de rémunération

Intérêts :

- Valorise l'engagement des commerciaux dans l'atteinte des objectifs
- Système très stimulant
- Système qui permet d'orienter le travail des commerciaux vers certaines gammes (prime augmentée)

- Inciter les commerciaux à déstocker les produits à faible rotation (prime spécifique)

Limites :

- Le potentiel des secteurs n'est pas pris en compte
- Demande un coefficient de pondération des secteurs pour rendre le système plus équitable
- Risque de frustration des commerciaux en présence d'objectifs trop élevés
- Nécessité de prendre en compte le potentiel de chaque secteur pour établir les objectifs cohérents

Questionnement envisageable :

Critère : « mobilisation autour d'objectifs et de valeur partagés » :

- Pensez-vous que le système proposé permet de conduire à la construction de valeurs partagées au sein de l'entreprise : système transparent, identique à chaque commercial...

Critère « accompagnement individuel des commerciaux » :

- Comment accompagner un vendeur en difficulté dans l'atteinte de ses objectifs ? Suivi, tutorat, formation aux produits et à l'argumentation....
- Comment gérer la frustration liée à un passage salaire fixe et l'incorporation d'une partie variable ? réunion de présentation du nouveau dispositif, prendre des exemples concrets de rémunération justifiant une amélioration du salaire, les avantages en nature sont maintenus.

Critère « organisation de l'activité de l'équipe » :

- Pensez-vous que ce nouveau système peut conduire à un meilleur suivi de l'activité des commerciaux ? les objectifs fixés orientent l'activité des commerciaux et permettent des points d'étapes réguliers sur l'atteinte des objectifs ainsi qu'une meilleure communication avec le directeur commercial.

Remarque : le sujet est axé sur la capacité C6-1. Il convient d'ouvrir le questionnement vers la capacité **C6-2 « Gérer une situation à enjeu particulier » :**

Critère « analyse de la situation dans son contexte et argumentation » :

Comment évaluez-vous la pertinence du nouveau système de rémunération ? amener le candidat à réfléchir aux risques encourus par l'entreprise avec le système actuel

Critère « mise en œuvre d'une réponse adaptée » :

Comment pouvez-vous enrichir le nouveau système de rémunération pour stimuler encore la force de vente ? challenge entre commerciaux, avantages en nature renforcés (véhicule neuf tous les 2 ans, ticket restaurant, prime d'intéressement sur les bénéfices...).

NB :

L'entretien ne doit en aucun cas porter sur le produit en lui-même mais sur bien sur la situation de management décrite à travers la mise en situation.

La présentation du candidat et le questionnement du jury doivent permettre d'évaluer les 2 capacités C 6-1 et C 6-2. Dans tous le mesure du possible le jury balaye l'ensemble des critères d'évaluation des deux capacités, mais le choix des critères retenus peut être adapté à la situation effective proposée au candidat.

Sujet 3

BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR AGRICOLE E6 MANAGEMENT D'UNE EQUIPE COMMERCIALE

Spécialité : Technico-commercial Toutes options

Durée de l'épreuve : 1h25
1h de préparation, 5 mn d'exposé, 20 mn d'entretien avec le jury.

Matériel(s) et document(s) autorisé(s) : Calculatrice

Le contexte :

L'entreprise Madeleine Bijou est une pâtisserie confiserie biscuiterie industrielle située en Haute Vienne (87) à Saint-Yrieix-La-Perche. Au fil du temps, cette entreprise a fortement diversifié ses gammes de produits passant aujourd'hui de la madeleine traditionnelle aux gâteaux fourrés, cookies...

Cette société commercialise ses produits dans ses 4 points de vente, elle propose également une vente en ligne sur son site internet.

Fort de cette expérience, elle souhaite aujourd'hui commercialiser ses produits sur les aires d'autoroute du réseau Argedis (voir document 3).

En tant que directeur commercial de cette entreprise, vous avez recruté un technico-commercial pour démarcher cette clientèle, M. Benoit Martin. Lors de l'accueil de cette nouvelle recrue, alors que vous étiez concentré sur d'autres missions, vous n'avez pas pris le soin de lui présenter la culture de l'entreprise et le reste de l'équipe technique et commerciale.

Mise en situation

Lors d'un entretien individuel qui se déroule juste avant la fin de la période d'essai, M. Martin vous indique qu'il envisage de rompre son contrat de travail alors que ses résultats sont prometteurs (voir sur le document 4, le compte rendu de cet entretien).

A l'aide de l'ensemble des documents :

- Présenter la suite que vous envisagez donner à cet entretien
- Proposer une procédure d'accueil à destination des nouveaux commerciaux.

Vous présenterez vos réponses au jury en 5 minutes.

Liste des documents :

Document 1 : Historique et culture d'entreprise de Madeleine Bijou (<https://www.bijou.com/>)

Document 2 : Engagements qualité de Madeleine Bijou (<https://www.bijou.com/>)

Document 3 : ARGEDIS (source interne)

Document 4 : Synthèse d'entretien individuel : Benoit Martin (document créé pour les nécessités de l'épreuve)

Document 1 : Historique et culture d'entreprise de Madeleine Bijou



Accueil > Nos engagements > Une histoire de famille

UNE HISTOIRE DE FAMILLE

L'histoire de l'entreprise a débuté il y a plus d'un siècle et demi. C'est en 1845 que naît la pâtisserie confiserie biscuiterie de détail au cœur de Saint-Yrieix-La-Perche. Cette entreprise à caractère familial est fondée par Monsieur Antoine Dubois (arrière-grand-père de l'actuel dirigeant Jean-Philippe Dubois). "La Maison Bijou", tire son nom de celui de sa spécialité : les madeleinettes (petites madeines de couleur dorée, le « bijou » de Saint-Yrieix). La Madeleine reste d'ailleurs le produit historique de la maison Bijou.

EN 1970,

L'entreprise, ayant un essor semi-industriel, transfère ses locaux "aux Lacs" (à la sortie de la ville), lieu actuel de son implantation.



EN 1845,

Naissance de la maison familiale BIJOU, fondée par Antoine Dubois, une pâtisserie confiserie biscuiterie artisanale.



EN 1990,

Début de l'automatisation. Les investissements ont permis à la fois d'agrandir l'entreprise et d'automatiser les chaînes de production (enfournement, défournement, enrobeuses, fabrication...).



EN 1997,

Nouvelle stylitique de l'entreprise.



EN 1999,

Bijou multiplie sa superficie par deux, permettant ainsi de moderniser le matériel et d'installer des chaînes dédiées aux biscuits.



EN 2001,

Lancement d'une vraie innovation : les "Brins de Framboises".



Certification ISO 9001.

EN 2009,

Certification ISO 14001 et création par Bijou de sa propre Station de Prétraitement des effluents.



8

EN 2010,

Refonte de l'image de la société et naissance de Mady.



EN 2016,

Ouverture du nouveau magasin d'usine à Saint Yrieix la Perche en début d'année et lancement d'un système innovant de préparation de commandes. Ouverture d'un quatrième magasin à Bordeaux prévue sur la fin de l'année.

0

POUR LA PETITE HISTOIRE

L'histoire fait remonter les madeleines à la tradition du pèlerinage à Saint-Jacques de Compostelle : une jeune fille prénommée Madeleine aurait offert aux pèlerins un gâteau aux oeufs confectionné dans une coquille Saint-Jacques, d'où la forme si caractéristique de ce gâteau moelleux et parfumé.

Installée à Saint-Yrieix, au cœur du Limousin, sur la route de Saint-Jacques de Compostelle, Bijou perpétue depuis plus de 170 ans la tradition pâtissière avec toute une gamme de madeleines et de gâteaux.

Pour votre santé, évitez de grignoter entre les repas. www.mangerbouger.com



Les Lacs
87 500 ST-YRIEIX LA PERCHE
TEL : 05 55 08 30 00

PLAN DU SITE
CGV
INFORMATIONS LÉGALES
AIDE
CONTACT



UNE QUESTION ?

Consultez [notre FAQ](#) ou contactez-nous par mail via [notre formulaire de contact](#) ou par téléphone au 05 55 08 30 00.

Document 2 : Engagements qualité de Madeleine Bijou



Accueil > Nos engagements > Nos engagements qualité

NOS ENGAGEMENTS QUALITÉ

Pour vous apporter la meilleure qualité, Bijou s'engage à :

- Sélectionner rigoureusement les matières premières :
- Notre farine de blé 100% français est issue d'une filière responsable : plantation de jachères fleuries favorisant la biodiversité et rémunération des agriculteurs adhérents au juste prix
- et bien sûr nos pâtisseries sont toujours préparées sans huile de palme, sans colorants artificiels et sans conservateurs.
- Un système de contrôle rigoureux garantit la qualité à chaque étape de la fabrication.
- Nos produits sont fabriqués selon les besoins afin d'assurer leur fraîcheur et limiter le gaspillage alimentaire.
- Respecter un temps de stockage le plus court possible avec des expéditions et livraisons rapides après chaque fabrication.
- Toujours vous écouter grâce à des équipes dynamiques.
- Vous proposer de nouvelles recettes gourmandes.



© copyright ByMarie



LA GARANTIE DE NOS ENGAGEMENTS : LA CERTIFICATION ISO 9001

Depuis 2006, Bijou est certifié selon la norme ISO 9001

Une certification qui vous assure une qualité irréprochable et constante dans chacun de nos produits, dans notre méthodologie et dans notre service. Elle atteste de notre engagement en matière de sécurité alimentaire et d'amélioration continue. Chez Bijou, on aime toujours très bien faire, mais on préfère faire toujours mieux !

Pour votre santé, évitez de manger trop gras, trop sucré, trop salé. www.mangerbouger.com



Livraison sur mesure



Paiement sécurisé



Produits de qualité



Respect de l'environnement



Les Lacs
87 500 ST-YRIEIX LA PERCHE
TEL : 05 55 08 30 00

PLAN DU SITE
CGV
INFORMATIONS LÉGALES
AIDE
CONTACT



Suivez-nous sur Facebook !



UNE QUESTION ?

Consultez notre FAQ ou contactez-nous par mail via notre formulaire de contact ou par téléphone au 05 55 08 30 00.

Document 3 : ARGEDIS (source interne)

Créée en 1974, Argedis gère 186 sites multi-activités au sein du réseau TotalEnergies en France. Avec une ambition : être l'opérateur de référence de stations-service qui offre à ses clients des expériences pleines d'énergies.

Un réseau présent partout en France

Argedis est une filiale de la compagnie TotalEnergies chargée de la gestion et de l'exploitation d'une partie de son réseau français. Sur autoroute, mais aussi en ville et sur voie rapide, nous gérons et exploitons des stations multi-activités ainsi que des sites de restauration.

Nos 5 grandes activités

En s'arrêtant sur nos aires, nos clients font leur plein de carburant... mais pas que !

Ils trouvent leur bonheur dans nos boutiques, dotées d'une large gamme alimentaire et non alimentaire. Ils peuvent aussi y obtenir une boisson gourmande grâce à nos distributeurs automatiques, les premiers du réseau à offrir une mignardise en accompagnement de leur boisson.

Nous proposons également une offre restauration de qualité, en partenariat avec des enseignes bien connues du grand public.

Sandwichs ou plats chauds gourmands : il y en a pour tous les goûts ! Avant de repartir, nos clients pourront en profiter pour nettoyer leur voiture grâce aux installations Wash, présentes selon les sites.

Nos partenaires

De nombreuses grandes marques nous font confiance. Elles sont présentes à nos côtés, en station, afin de proposer des produits de qualité à nos clients : La Croissanterie, Brioche Dorée, KFC, Les Comptoirs Casino, Del Arte, Pizza Hut, Colombus, Flunch Café, Paul Le Café, Stratto, La Grande Récré, Darty, La Cure Gourmande, et bien d'autres...

Document 4 - Synthèse d'entretien individuel : Benoit Martin
poste de Technico-commercial

Poste basé à saint Yriex

Expérience/parcours professionnel

Stage en grande surface (Carrefour Limoges)

Travail saisonnier en cueillette de pomme

Formation

BTSA technico-commercial produits alimentaires et boissons à Montpellier

Prise de notes du directeur commercial

- Sentiment de solitude dans son travail
- Manque d'appropriation de la culture d'entreprise
- Peu de lien avec les autres salariés de l'entreprise
- 3 stations-services démarchées avec succès en l'espace d'un mois (l'objectif était de 2 le premier mois)
- Un très bon contact commercial avec les cibles (constaté lors d'une visite commune chez un client)
- La rémunération n'est pas un problème
- Le temps passé sur la route n'est pas une contrainte

Bilan de l'entretien

M. Martin nous a fait savoir qu'il souhaitait mettre fin à son contrat.

Cas Madeleine Bijou - attendus du jury

Contexte

L'entreprise Madeleine Bijou est une pâtisserie confiserie biscuiterie industrielle située en Haute Vienne (87) à Saint-Yrieix-La-Perche. Au fil du temps, cette entreprise a fortement diversifié ses gammes de produits passant aujourd'hui de la madeleine traditionnelle aux gâteaux fourrés, cookies...

Cette société commercialise ses produits dans ses 4 points de vente, elle propose également une vente en ligne sur son site internet.

Fort de cette expérience, elle souhaite aujourd'hui commercialiser ses produits sur les aires d'autoroute du réseau Argedis (voir document 3).

En tant que directeur commercial de cette entreprise, vous avez recruté un technico-commercial pour démarcher cette clientèle Mr Benoit Martin. Lors de l'accueil de cette nouvelle recrue, alors que vous étiez concentré sur d'autres missions, vous n'avez pas pris le soin de lui présenter la culture de l'entreprise et le reste de l'équipe technique et commerciale.

Mise en situation

Lors d'un entretien individuel juste avant la fin de la période d'essai, Mr Martin vous indique qu'il envisage de rompre son contrat de travail alors que ses résultats sont prometteurs (voir sur le document 4, le compte rendu de cet entretien).

A l'aide de l'ensemble des documents :

- Présenter la suite que vous envisagez donner à cet entretien
- Proposer une procédure d'accueil à destination des nouveaux commerciaux.

Vous présenterez vos réponses au jury en 5 minutes.

Les attendus essentiels du jury (non distribués au candidat)

Première consigne :

Capacité C6-2

Analyse de la situation dans son contexte :

Le candidat doit repérer les éléments qui ont poussé Monsieur Martin à vouloir rompre son contrat de travail : pas de présentation de l'entreprise, ses spécificités, aucun lien créé avec le personnel et un sentiment de solitude prégnant.

Le candidat doit également repérer les points forts de Monsieur Martin : formation adaptée, Premières ventes réussies et bon contact avec la clientèle.

Mise en œuvre d'une réponse adaptée :

Le candidat doit proposer des solutions pour remobiliser Monsieur Martin : périodes de formation au cœur de l'entreprise (culture de l'entreprise, intégration avec le personnel), mise en œuvre de rendez-vous plus réguliers avec le directeur commercial (en visite clientèle ou sur le siège social), moments partagés avec la force de vente.

Deuxième consigne :

Capacité C6-1

Mobilisation autour d'objectifs et de valeurs partagés :

Lors de l'accueil des nouveaux commerciaux, le candidat peut imaginer par exemple une présentation de l'historique et de la culture de l'entreprise, visite des locaux et des découvertes des différents services associés, un séminaire d'entreprise....

Accompagnement individuel des vendeurs :

Des mises en commun avec les collègues de la force de vente réguliers, des formations adaptées aux besoins de chaque profil, des points réguliers avec le supérieur hiérarchique...

Organisation de l'activité de l'équipe :

Ce critère peut être évalué à travers les questions lors de l'entretien : Fixation des objectifs quantitatifs et qualitatifs, types d'outils de suivi à mobiliser, indicateurs de performances, tableaux de bord, remédiation en cas de difficultés pour un commercial dans l'atteinte des objectifs par exemple... (liste non exhaustive).

NB :

L'entretien ne doit en aucun cas porter sur le produit en lui-même mais sur bien sur la situation de

management décrite à travers la mise en situation.

La présentation du candidat et le questionnement du jury doivent permettre d'évaluer les 2 capacités C 6-1 et C 6-2. Dans tous le mesure du possible le jury balaye l'ensemble des critères d'évaluation des deux capacités, mais le choix des critères retenus peut être adapté à la situation effective proposée au candidat.

Sujet 4

BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR AGRICOLE E6 MANAGEMENT D'UNE EQUIPE COMMERCIALE

Spécialité : Technico-commercial Toutes options

Durée de l'épreuve : 1h25
1h de préparation, 5 mn d'exposé, 20 mn d'entretien avec le jury.

Matériel(s) et document(s) autorisé(s) : Calculatrice

Le contexte :

L'entreprise Madeleine Bijou est une pâtisserie confiserie biscuiterie industrielle située en Haute Vienne (87) à Saint-Yrieix-La-Perche. Au fil du temps, cette entreprise a fortement diversifié ses gammes de produits passant aujourd'hui de la madeleine traditionnelle aux gâteaux fourrés, cookies....

Cette société commercialise ses produits dans ses 4 points de vente, elle propose également une vente en ligne sur son site internet.

Madeleine Bijou lance une nouvelle gamme de produits Bio à destination de revendeurs de type épicerie fines, boulangeries et magasins spécialisés en produits biologiques. Pour ce faire, elle a mis en place une force de vente dédiée avec un chef de ventes qui supervise 6 technico-commerciaux qui se répartissent le territoire.

Mise en situation :

Vous travaillez en tant que chef de ventes au sein de l'entreprise Bijou, afin de promouvoir l'ensemble de la nouvelle gamme de produits bio et notamment ses madeleines auprès de nouveaux clients distributeurs. L'entreprise envisage de participer au salon Natexpo qui aura lieu à Lyon du 18 au 20 septembre 2024. Vous avez convoqué l'ensemble de la force de vente des madeleines Bijou qui sera chargée d'animer le stand lors de ces 3 jours : 6 technico-commerciaux ainsi que 3 stagiaires de BTSA technico-commercial seront présents à leurs côtés).

A l'aide de l'ensemble des documents, vous devez en 5 minutes :

- Présenter le dispositif afin de préparer au mieux les étudiants à ce salon.
- Proposer des indicateurs de réussite pour apprécier la participation des stagiaires lors de l'évènement.

Liste des documents :

Document 1 : Historique et culture d'entreprise de Madeleine Bijou (<https://www.bijou.com/>)

Document 2 : Engagements qualité de Madeleine Bijou (<https://www.bijou.com/>)

Document 3 : Le salon Natexpo (source : www.natexpo.com)

Document 1 : Historique et culture d'entreprise de Madeleine Bijou



Accueil > Nos engagements > Une histoire de famille

UNE HISTOIRE DE FAMILLE

L'histoire de l'entreprise a débuté il y a plus d'un siècle et demi.
C'est en 1845 que naît la pâtisserie confiserie biscuiterie de détail au cœur de Saint-Yrieix-La-Perche. Cette entreprise à caractère familial est fondée par Monsieur Antoine Dubois (arrière-grand-père de l'actuel dirigeant Jean-Philippe Dubois).
"La Maison Bijou", tire son nom de celui de sa spécialité : les madeleinettes (petites madeleines de couleur dorée, le « bijou » de Saint-Yrieix).
La Madeleine reste d'ailleurs le produit historique de la maison Bijou.

EN 1970,

L'entreprise, ayant un essor semi-industriel, transfère ses locaux "aux Lacs" (à la sortie de la ville), lieu actuel de son implantation.



EN 1997,

Nouvelle stylisme de l'entreprise.



EN 2001,

Lancement d'une vraie innovation : les "Brins de Framboises".



EN 1845,

Naissance de la maison familiale BIJOU, fondée par Antoine Dubois, une pâtisserie confiserie biscuiterie artisanale.



EN 1990,

Début de l'automatisation. Les investissements ont permis à la fois d'agrandir l'entreprise et d'automatiser les chaînes de production (enfournement, défournement, enrobeuses, fabrication...).



EN 1999,

Bijou multiplie sa superficie par deux, permettant ainsi de moderniser le matériel et d'installer des chaînes dédiées aux biscuits.



Certification ISO 9001.

EN 2009,

Certification ISO 14001 et création par Bijou de sa propre Station de Prétraitement des effluents.



8

EN 2010,

Refonte de l'image de la société et naissance de Mady.



EN 2016,

Ouverture du nouveau magasin d'usine à Saint Yrieix la Perche en début d'année et lancement d'un système innovant de préparation de commandes. Ouverture d'un quatrième magasin à Bordeaux prévue sur la fin de l'année.

POUR LA PETITE HISTOIRE

L'histoire fait remonter les madeleines à la tradition du pèlerinage à Saint-Jacques de Compostelle : une jeune fille prénommée Madeleine aurait offert aux pèlerins un gâteau aux oeufs confectionné dans une coquille Saint-Jacques, d'où la forme si caractéristique de ce gâteau moelleux et parfumé.

Installée à Saint-Yrieix, au cœur du Limousin, sur la route de Saint-Jacques de Compostelle, Bijou perpétue depuis plus de 170 ans la tradition pâtissière avec toute une gamme de madeleines et de gâteaux.

Pour votre santé, évitez de grignoter entre les repas. www.mangerbouger.com



Livraison sur mesure



Paiement sécurisé



Produits de qualité



Respect de l'environnement



Les Lacs
87 500 ST-YRIEIX LA PERCHE
TEL : 05 55 08 30 00

PLAN DU SITE
CGV
INFORMATIONS LÉGALES
AIDE
CONTACT



UNE QUESTION ?

Consultez notre FAQ ou contactez-nous par mail via [notre formulaire de contact](#) ou par téléphone au 05 55 08 30 00.

Document 2 : Engagements qualité de Madeleine Bijou



Accueil > Nos engagements > Nos engagements qualité

NOS ENGAGEMENTS QUALITÉ

Pour vous apporter la meilleure qualité, Bijou s'engage à :

- Sélectionner rigoureusement les matières premières :
- Notre farine de blé 100% français est issue d'une filière responsable : plantation de jachères fleuries favorisant la biodiversité et rémunération des agriculteurs adhérents au juste prix
- et bien sûr nos pâtisseries sont toujours préparées sans huile de palme, sans colorants artificiels et sans conservateurs.
- Un système de contrôle rigoureux garantit la qualité à chaque étape de la fabrication.
- Nos produits sont fabriqués selon les besoins afin d'assurer leur fraîcheur et limiter le gaspillage alimentaire.
- Respecter un temps de stockage le plus court possible avec des expéditions et livraisons rapides après chaque fabrication.
- Toujours vous écouter grâce à des équipes dynamiques.
- Vous proposer de nouvelles recettes gourmandes.



© copyright ByMarie



LA GARANTIE DE NOS ENGAGEMENTS : LA CERTIFICATION ISO 9001

Depuis 2006, Bijou est certifié selon la norme ISO 9001

Une certification qui vous assure une qualité irréprochable et constante dans chacun de nos produits, dans notre méthodologie et dans notre service. Elle atteste de notre engagement en matière de sécurité alimentaire et d'amélioration continue. Chez Bijou, on aime toujours très bien faire, mais on préfère faire toujours mieux !

Pour votre santé, évitez de manger trop gras, trop sucré, trop salé. www.mangerbouger.com



Livraison
sur mesure



Paiement
sécurisé



Produits
de qualité



Respect
de l'environnement



Les Lacs
87 500 ST-YRIEIX LA PERCHE
TEL : 05 55 08 30 00

PLAN DU SITE
CGV
INFORMATIONS
LÉGALES
AIDE
CONTACT



UNE QUESTION ?

Consultez notre FAQ ou contactez-nous par mail via notre formulaire de contact ou par téléphone au 05 55 08 30 00.

Document 3 :

Le salon Natexpo (source : www.natexpo.com)

Natexpo est le salon professionnel de la bio, organisé par et pour des professionnels de la bio et soutenu par toute la profession.

Depuis plus de 60 ans, c'est un événement majeur pour l'ensemble des acteurs du marché réunissant les producteurs, les fabricants, les transformateurs, les distributeurs et les spécialistes de notre secteur au niveau national et international.

9 bonnes raisons d'exposer à Natexpo

Exposer à Natexpo permet à tous les fournisseurs de la bio d'être au cœur de l'événement de référence. Une visibilité maximale, des contacts internationaux, des relais auprès de la presse, des rencontres entre professionnels, des rendez-vous d'affaires pré-organisés, des conférences sur les dernières tendances du marché...

Vendre

- Boostez vos ventes auprès des nombreux acheteurs présents sur NATEXPO et sensibilisez les principaux leaders d'opinion, chefs, MOF...
- Échangez vos idées et concepts avec de nouveaux partenaires commerciaux
- Rencontrez vos partenaires et vendez à vos anciens clients

Se positionner

- Rencontrez les décideurs spécialistes sur chaque pôle qui donneront à votre entreprise un nouvel essor
- Faites découvrir votre talent et votre savoir-faire pour conquérir de nouveaux marchés

Élargir son réseau

- Multipliez vos contacts et élargissez votre portefeuille clients

Voir et être vu

- Développez votre notoriété auprès des acteurs qui comptent dans le secteur
- Positionnez et affichez vos marques dans le seul événement professionnel et spécialisé de la filière bio en France

S'internationaliser, exporter

- Rencontrez de nouveaux acheteurs, créez pour votre entreprise des opportunités d'affaires dans le monde entier et devenez un acteur incontournable sur le marché national et international.

Profil des visiteurs Natexpo

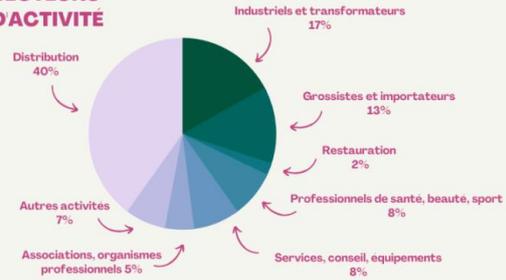
Les visiteurs de Natexpo

Chiffres Natexpo Paris 2021

EVOLUTION DU VISITORAT



SECTEURS D'ACTIVITÉ



FONCTIONS



13%

des visiteurs ont un projet d'ouverture de point de vente

QU'EN PENSENT LES VISITEURS ?



des visiteurs sont satisfaits de leur visite de Natexpo 2021



des visiteurs pensent que Natexpo est le lieu où l'on s'informe sur les tendances de la bio



s'accordent sur le fait que Natexpo permet de trouver des idées pour faire progresser son business



des visiteurs ont découvert de nouveaux produits



des exposants ont rencontré des visiteurs qui avaient des intentions d'achat à plus ou moins long terme

Enquête visiteurs et exposants Natexpo Paris 2021

Cas Madeleine Bijou - attendus du jury

Contexte

L'entreprise Madeleine Bijou est une pâtisserie confiserie biscuiterie industrielle située en Haute Vienne (87) à Saint-Yrieix-La-Perche. Au fil du temps, cette entreprise a fortement diversifié ses gammes de produits passant aujourd'hui de la madeleine traditionnelle aux gâteaux fourrés, cookies....

Cette société commercialise ses produits dans ses 4 points de vente, elle propose également une vente en ligne sur son site internet.

Madeleine Bijou lance une nouvelle gamme de produits Bio.

Mise en situation :

Vous travaillez en tant que chef de ventes au sein de l'entreprise Bijou, afin de promouvoir l'ensemble de la nouvelle gamme de produits bio et notamment ses madeleines auprès de nouveaux clients distributeurs. L'entreprise envisage de participer au salon Natexpo qui aura lieu à Lyon du 18 au 20 septembre 2024. Vous avez convoqué l'ensemble de la force de vente des madeleines Bijou qui sera chargée d'animer le stand lors de ces 3 jours : 6 technico-commerciaux ainsi que 3 stagiaires de BTSA technico-commercial seront présents à leurs côtés).

Consignes :

A l'aide de l'ensemble des documents, vous devez en 5 minutes :

- Présenter le dispositif afin de préparer au mieux les étudiants à ce salon.
- Proposer des indicateurs de réussite pour apprécier la participation des stagiaires lors de l'évènement.

Les attendus essentiels du jury (non distribués au candidat)

Attendus au regard de la capacité C 6-1 :

Mobilisation autour d'objectifs et de valeurs partagés :

Par exemple, lors d'un séminaire rassemblant la force de vente, pourront bénéficier d'une présentation de l'entreprise, des valeurs qu'elle porte, du positionnement de la marque, de la nouvelle gamme de produits et des objectifs du salon (présentation de la gamme, premiers contacts avec les distributeurs...).

Accompagnement individuel des vendeurs :

Outre la présentation qui précède, le candidat envisage des modalités de formation (jeux de rôles, analyses de vidéos d'accueil sur un salon...).

Le candidat devra présenter différents indicateurs quantitatifs et qualitatifs

Exemples :

- Nombre de contacts enregistrés
- Nombre de contrats signés
- Respect des consignes
- Postures de commercial adaptée
- Bien-être ressenti lors du salon....

Organisation de l'activité de l'équipe :

Ce critère ne peut être évalué au travers du traitement des consignes. Il fera l'objet d'un questionnaire complémentaire lors de l'entretien. Par exemple :

- comment le candidat envisage d'évaluer l'organisation de l'activité de l'équipe avant, pendant et après le salon ?
- quelles mesures d'accompagnement des stagiaires en cours il envisage pendant le salon ? Ou quelle posture préconise-t-il ? (Écoute, bienveillance, accompagnement dans la mise en œuvre des compétences techniques et commerciales)

Attendus au regard de la capacité C 6-2 :

Analyse de la situation dans son contexte :

Le candidat doit identifier les besoins des stagiaires pour se préparer au mieux pour le salon.

Il est important de mettre en avant que les stagiaires devront être sensibilisés à la culture de l'entreprise, au lancement de la nouvelle gamme de produits bio et à l'accueil de la clientèle sur le stand.

Le candidat doit prendre appui sur les documents pour appréhender les particularités de l'entreprise (entreprise familiale avec une forte culture d'entreprise voir doc1 et 2)

Mise en œuvre d'une réponse adaptée :

Le candidat doit repérer que l'équipe commerciale doit tout mettre en œuvre pour intégrer les stagiaires lors de ce salon (ex : désignation d'un tuteur pour chaque stagiaire, tenue vestimentaire commune à toute l'équipe de l'entreprise, moments de convivialité en commun...).

NB :

L'entretien ne doit en aucun cas porter sur le produit en lui-même mais sur bien sur la situation de management décrite à travers la mise en situation.

La présentation du candidat et le questionnement du jury doivent permettre d'évaluer les 2 capacités C 6-1 et C 6-2. Dans tous le mesure du possible le jury balaye l'ensemble des critères d'évaluation des deux capacités, mais le choix des critères retenus peut être adapté à la situation effective proposée au candidat.