



S C É R É N

**SERVICES CULTURE ÉDITIONS
RESSOURCES POUR
L'ÉDUCATION NATIONALE**

**Ce document a été numérisé par le CRDP de Montpellier pour la
Base Nationale des Sujets d'Examens de l'enseignement professionnel**

Campagne 2009

Ce fichier numérique ne peut être reproduit, représenté, adapté ou traduit sans autorisation.

BACCALAUREAT PROFESSIONNEL

VENTE

Prospection - Négociation - Suivi de clientèle

ÉPREUVE E1 : SCIENTIFIQUE ET TECHNIQUE

SOUS ÉPREUVE E11 : PRÉPARATION ET SUIVI DE L'ACTIVITÉ COMMERCIALE

CRDP de MONTPELLIER

LE SUJET COMPORTE : 14 pages numérotées de 1 à 14

RÉSERVÉ AU SERVICE

- Page 1 : Page de garde.
Pages 2 à 5 : Énoncé du sujet.
Page 6 : Récapitulatif des documents et annexes.
Pages 7 à 10 : Documents.
Pages 11 à 14 : Annexes à rendre avec la copie.

Les annexes dûment remplies sont à joindre à votre copie.

Toutes les calculatrices de poche, y compris les calculatrices programmables, alphanumériques ou à écran graphique, à condition que leur fonctionnement soit autonome et qu'il ne soit pas fait usage d'imprimante, sont autorisées.

Les échanges de machines entre candidats, la consultation des notices fournies par les constructeurs ainsi que les échanges d'informations par l'intermédiaire des fonctions de transmission des calculatrices sont interdits (circulaire n° 99-186 du 16 novembre 1999).

EXAMEN : BACCALAUREAT PROFESSIONNEL	SESSION 2009	0906 VE ST 11
SPÉCIALITÉ : VENTE (Prospection – Négociation – Suivi de clientèle)		
ÉPREUVE E1 : Sous-épreuve E 11	Durée : 3 heures	Coefficient : 3
PRÉPARATION ET SUIVI DE L'ACTIVITÉ COMMERCIALE	Page 1/14	SUJET

SUJET

Les trois parties qui composent le sujet sont indépendantes. Elles sont relatives à des entreprises et à des contextes différents :

CRDP de MONTPELLIER

RÉSERVÉ AU SERVICE

PARTIE .I. **La société « FORGEL »**
Participer à un salon **20 points**

PARTIE .II. **La société « DAIKIN »**
Préparer la prospection **24 points**

PARTIE .III. **La société « FERMALU »**
Effectuer le suivi de l'activité du vendeur **16 points**

TOTAL DE L'ÉPREUVE : 60 points

EXAMEN : BACCALAUREAT PROFESSIONNEL	SESSION 2009	0906 VE ST 11
SPÉCIALITÉ : VENTE (Prospection – Négociation – Suivi de clientèle)		
ÉPREUVE E1 : Sous-épreuve E 11	Durée : 3 heures	Coefficient : 3
PREPARATION ET SUIVI DE L'ACTIVITE COMMERCIALE	Page 2/14	SUJET

PARTIE .I.
La société « FORGEL »
PARTICIPER À UN SALON

Vous venez d'être embauché(e) en qualité de commercial(e) dans la société « FORGEL » située 16 rue Pierre Salmon 51430 Bezannes. L'entreprise, fondée en 1935, fabrique et vend des meubles frigorifiques et des vitrines réfrigérées sur mesure pour les magasins d'alimentation et les restaurants. Son Directeur, Monsieur Bernard COMPAS souhaite que sa société participe au salon international de la restauration, de l'hôtellerie et de l'alimentation, le SIRHA, qui se déroulera du 24 au 28 Janvier 2009 à « Euro-Expo » à Lyon. À l'issue d'une réunion préparatoire, votre chef des ventes vous demande d'étudier l'opportunité de participer à ce salon.

TRAVAIL À FAIRE

À partir des documents 1 et 2, et de vos connaissances :

- I.1. Déterminez *sur l'annexe 1 à compléter et à rendre avec la copie*, le montant total des frais d'inscription de votre société au salon, le SIRHA.
- I.2. Rédigez *sur l'annexe 2 à compléter et à rendre avec la copie*, le courriel à envoyer à vos clients pour leur annoncer votre participation à ce salon. Une remise « spécial salon » de 10% sera accordée, lors du salon, sur l'ensemble de la nouvelle collection de vitrines réfrigérées.
- I.3. Concevez, *sur votre copie*, la maquette de la fiche « contact » que vous utiliserez pendant ce salon.
- I.4. Déterminez *sur l'annexe 3 et à rendre avec la copie*, le seuil de rentabilité en valeur et en nombre de ventes de la participation de votre société au salon, et en faire le commentaire.
- I.5. **Votre société a participé au salon. Début Février 2009, vous réalisez un bilan du salon sachant que 34 ventes ont été conclues et 100 contacts prospects ont été pris par l'équipe commerciale durant le salon.**

À la vue de ces résultats, Indiquez *sur votre copie*, si la participation à ce salon vous paraît rentable pour votre société. Justifiez votre réponse.

EXAMEN : BACCALAUREAT PROFESSIONNEL	SESSION 2009	0906 VE ST 11
SPÉCIALITÉ : VENTE (Prospection – Négociation – Suivi de clientèle)		
ÉPREUVE E1 : Sous-épreuve E 11	Durée : 3 heures	Coefficient : 3
PREPARATION ET SUIVI DE L'ACTIVITE COMMERCIALE	Page 3/14	SUJET

PARTIE .II.
La société « DAIKIN » France
PRÉPARER LA PROSPECTION

Vous êtes récemment embauché(e) dans la société « DAIKIN » France, concepteur, fabricant et distributeur de systèmes et d'équipements de pompes à chaleur (PAC) de très haute qualité, situé Z.A. du pont Nanterre, 31 rue des Hautes Patures à Nanterre (92).

Chargé(e) de promouvoir sur votre secteur, un produit en pleine expansion, les pompes à chaleur « Altherma », vous devez vous familiariser avec ce produit et son marché.

TRAVAIL À FAIRE

CRDP de MONTPELLIER

RÉSERVÉ AU SERVICE

À partir du document 3 et de vos connaissances :

II.1. Dégagez *sur votre copie*, dans une note structurée d'une vingtaine de lignes :

- Les principales caractéristiques du marché des pompes à chaleur en France en termes d'importance et d'évolution.
- Les principaux avantages techniques et financiers des pompes à chaleur.

À partir des documents 3 et 4, et de vos connaissances :

II.2. Rédigez *sur votre copie*, trois arguments structurés sur les pompes à chaleur Daikin « Altherma », que vous utiliserez lors de vos entretiens de prospection.

EXAMEN : BACCALAUREAT PROFESSIONNEL	SESSION 2009	0906 VE ST 11
SPÉCIALITÉ : VENTE (Prospection – Négociation – Suivi de clientèle)		
ÉPREUVE E1 : Sous-épreuve E 11	Durée : 3 heures	Coefficient : 3
PREPARATION ET SUIVI DE L'ACTIVITE COMMERCIALE	Page 4/14	SUJET

PARTIE .III.
La société « FERMALU »
EFFECTUER LE SUIVI DE L'ACTIVITÉ DU VENDEUR

Vous venez d'être embauché(e) dans la société « FERMALU », fabricant et poseur de fenêtres, portes d'entrée et de garages en aluminium auprès des particuliers. L'équipe de vente, composée de 4 commerciaux, est répartie sur les départements de la Marne (51), de la Haute Marne (52), des Ardennes (08) et de la Somme (80).

Afin de préparer les priorités commerciales du début d'année 2009 de l'équipe de vente, votre responsable des ventes vous demande d'analyser les résultats et les performances des vendeurs pour le 2^{ème} semestre 2008.

TRAVAIL À FAIRE

CRDP de MONTPELLIER

RÉSERVÉ AU SERVICE

À partir de l'annexe 4 et de vos connaissances :

- III.1.** Calculez *sur l'annexe 4 à compléter et à rendre avec la copie*, les performances de chacun des vendeurs de l'équipe, vous détaillerez *sur votre copie*, vos calculs pour le vendeur 1.
- III.2.** À partir des résultats des commerciaux et des objectifs fixés par l'entreprise présentés *sur l'annexe 4*, répondez *sur votre copie*, aux questions suivantes :
- a) Identifiez le vendeur le plus performant et justifiez votre réponse.
 - b) Identifiez les 2 vendeurs les moins performants en précisant pour chacun d'eux leurs 2 principaux points faibles.
 - c) Proposez pour chacun de ces 2 vendeurs les solutions à mettre en place pour améliorer leurs performances.

EXAMEN : BACCALAUREAT PROFESSIONNEL	SESSION 2009	0906 VE ST 11
SPÉCIALITÉ : VENTE (Prospection – Négociation – Suivi de clientèle)		
ÉPREUVE E1 : Sous-épreuve E 11	Durée : 3 heures	Coefficient : 3
PREPARATION ET SUIVI DE L'ACTIVITE COMMERCIALE	Page 5/14	SUJET

PAGE RÉCAPITULATIVE DES DOCUMENTS
et
DES ANNEXES à rendre avec la copie

DOCUMENT .1. (1 page) : Les éléments relatifs à la participation de la société au salon
Page 7

DOCUMENT .2. (1 page) : Les conditions techniques et tarifaires des formules de stand
Pages 8

DOCUMENT .3. (1 page) : Le marché des pompes à chaleur en France
Page 9

DOCUMENT .4. (1 page) : Les pompes à chaleur Altherma DAIKIN
Page 10

ANNEXE 1 (1 page) : Le calcul des frais d'inscription de la société au salon SIRHA
Pages 11

ANNEXE 2 (1 page) : Le courriel
Page 12

ANNEXE 3 (1 page) : La rentabilité de la participation de la société au salon
Page 13

ANNEXE 4 (1 page) : Le tableau de bord des vendeurs - société « FERMALU »
Page 14

EXAMEN : BACCALAUREAT PROFESSIONNEL	SESSION 2009	0906 VE ST 11
SPÉCIALITÉ : VENTE (Prospection – Négociation – Suivi de clientèle)		
ÉPREUVE E1 : Sous-épreuve E 11	Durée : 3 heures	Coefficient : 3
PREPARATION ET SUIVI DE L'ACTIVITE COMMERCIALE	Page 6/14	SUJET

**LES ÉLÉMENTS RELATIFS À LA PARTICIPATION DE LA SOCIÉTÉ
AU SALON « SIRHA » DE LYON**

Éléments définis lors de la réunion préparatoire réalisée avec le chef des ventes

Dates, durée et lieu du salon	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Du 24 au 28 janvier 2009 : 5 jours ▪ à « Euro-Expo » à Lyon
Nature de l'inscription au salon	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Inscription au salon en qualité d'Exposant principal
Caractéristiques du stand souhaité	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Stand d'une surface de 50 m² au sol avec : <ul style="list-style-type: none"> ✓ 2 angles. ✓ Le numéro sur l'enseigne. ✓ Une réserve. ✓ Un rail de 3 spots et branchement électrique. ✓ Un Bac fleuri. ✓ Un forfait mobilier.
Emplacement souhaité du stand	<ul style="list-style-type: none"> ▪ À l'entrée visiteurs SUD du salon, dans l'espace « mobilier et équipement hôtellerie » et limitrophe à l'espace « Cuisine en Scène ».
Estimation des frais de participation au salon	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Déplacement Aller / Retour Bezannes-Lyon : 157,80 € HT / commercial ▪ Hébergement en chambre simple Hôtel Kyriad (arrivée le 23, départ le 28) : 45 € HT / la nuit / personne ▪ Forfait repas pendant le salon : 40 € HT / jour / personne ▪ Frais d'hôtesse : 500 € HT / jour / hôtesse ▪ Coût des commerciaux : 15 € / heure / commercial (présence sur le salon de 8 h 00 à 20 h 00)
Montant moyen d'une vente d'une vitrine réfrigérée sur le salon	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 3 000 € HT (Remise déduite) ▪ Taux de marque moyen : 30%
Effectif à mobiliser pendant la durée du salon	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 3 commerciaux présents sur le salon ▪ 1 hôtesse d'accueil présente sur le stand

LE MARCHÉ DES POMPES À CHALEUR EN FRANCE

Qu'est qu'une PAC* ? La pompe à chaleur est un système de chauffage capable de capter la chaleur de l'environnement (terre, eau, air) pour la restituer à l'intérieur d'un bâtiment afin de le chauffer.

Le boom du marché des pompes à chaleur. Avec une hausse de 112% des installations en 2006, le secteur des pompes à chaleur est en pleine croissance. La France se hisse même à la deuxième place sur le marché européen. Quelles sont les raisons de ce succès ? Quelques éléments de réponses avec David Bonnet, vice-président de l'Association française pour les pompes à chaleur (Afpac).

Réduire les émissions de CO₂, sécuriser les approvisionnements face à des ressources fossiles, limiter les effets des hausses des prix de l'énergie, telles sont les différents avantages présentés par l'utilisation de pompes à chaleur (PAC).

Les PAC, dont le principe repose sur un concept écologique qui consiste à récupérer la chaleur de l'extérieur pour la diffuser à l'intérieur, se sont très bien vendues en 2006 atteignant un total de 53 500 PAC installées, soit une augmentation de 112% par rapport à 2005. De 1 000 réalisations par an avant 1997, le marché français a atteint environ 12 100 PAC en 2002, hors systèmes Air/Air. « On s'inscrit dans un cadre composite, le coût et la raréfaction de l'énergie inquiètent. Ce sont des bruits de fonds favorables au développement des énergies renouvelables », explique David Bonnet, vice-président de l'Afpac avant de donner quelques clés du succès des PAC : « elles permettent de réduire sa facture d'énergie de 30 à 60%, la qualité de retour sur investissement est de 5 à 10 ans et puis cela satisfait l'esprit citoyen des consommateurs ».

Mais ce n'est pas tout ! La mise en place par les pouvoirs publics d'un crédit d'impôt en faveur des PAC de 40% en 2005 et de 50% en 2006 et 2007 a favorisé la progression du marché ces dernières années. Pour les logements achevés depuis plus de deux ans, ce crédit d'impôt est cumulable avec la TVA réduite (5,5%) lorsqu'il s'agit d'une pompe à chaleur installée dans une maison individuelle ou un appartement d'un immeuble collectif.

Grâce à tous ces facteurs, la France se positionne au deuxième rang du marché européen des PAC derrière la Suède mais devant l'Allemagne et la Suisse.

Afin de pérenniser ces bons résultats, l'Afpac a lancé la démarche qualité PAC. Il s'agit de garantir la formation des installateurs avec l'élaboration d'un cursus de formation dans le cadre d'un projet européen Eucert et avec le concours de 6 centres de formation technique. Cette démarche engendre le contrôle des installations par l'Apave et la qualité des matériels certifiée NF PAC élaborée par l'Afaq-Afnor certification.

Côté perspectives, l'Afpac vise l'installation de 100 000 PAC d'ici l'horizon 2010 et 220 000 d'ici à 2015. « On espère développer des pompes à chaleur plus performantes pouvant puiser l'énergie à des températures plus basses que celles actuelles afin de réduire encore plus la consommation », conclut David Bonnet.

Céline Galoffre - 11/05/2007

Source : www.maisonapart.com

Nombre de Pompes à chaleur (PAC) vendues en FRANCE

Types de PAC	Années	2002	2003	2004	2005	2006	2007
▪ Sol / Sol et Sol / Eau	7 700	7 700	5 400	6 800	7 800	9 600	9 600
▪ Eau / Eau			3 600	4 900	5 400	8 850	9 000
▪ Air / Eau	4 400	4 700	5 600	12 000	35 050	51 000	
TOTAL		12 100	13 700	17 300	25 200	53 500	69 600

Source : www.afpac.org - Juillet 2008

PAC* : Pompes à chaleur

LES POMPES À CHALEUR

Altherma DAIKIN - Le leader de la technologie « pompe à chaleur »

Le meilleur de la technologie « pompe à chaleur »

Le système de chauffage, climatisation avec une option d'eau chaude sanitaire Altherma de Daikin est basé sur la technologie de pompe à chaleur et représente une alternative bien plus flexible et rentable qu'une chaudière à combustible fossile traditionnelle. L'efficacité énergétique inhérente au système Altherma en fait une solution idéale pour réduire la consommation d'énergie et les émissions de CO₂.

Les avantages d'Altherma

Une alternative bien plus efficace qu'une chaudière traditionnelle, des factures d'énergie moins élevées, moins d'émission de gaz, une facilité d'installation, ...

Altherma est un split-system constitué d'une unité extérieure et d'un kit hydraulique intérieur qui peut être connecté à tous les radiateurs et systèmes de plancher chauffant basse température.

Utilisation optimisée de la technologie « pompe à chaleur »

Les pompes à chaleur sont intrinsèquement propres et fiables et utilisent traditionnellement la technologie « eau / eau » ou « air / air ». Altherma en utilisant la technologie « air / eau » combine le meilleur des deux technologies précédemment citées :

- L'accessibilité à l'air extérieur comme source de chaleur gratuite.
- Un faible coût d'investissement : aucun coût de forage ou d'excavation ou de construction de cheminée. Ce qui fait de ce système une solution idéale en zone urbaine ou dans un espace limité.
- Un fonctionnement sans aucune émission.
- Une installation et maintenance très facile, avec le confort d'une solution de chauffage et rafraîchissement basé sur la technologie de l'eau.

Système très flexible, installation très facile !

Le système Altherma se compose de deux unités, une intérieure et une extérieure qui sont toutes deux très compactes. L'unité extérieure peut être discrètement placée à l'extérieur de la résidence, que celle-ci soit neuve ou déjà existante. L'unité intérieure ne requiert aucun local technique ou spécifique, il suffit de l'installer à n'importe quel endroit pratique.

Solution totale pour un confort optimal toute l'année

En plus des besoins basiques pour un confort optimal, Altherma peut fournir encore plus d'avantages. Le système est conçu pour assurer vos besoins en eau chaude sanitaire tout au long de l'année et peut être choisi avec une option de rafraîchissement pour les mois chauds de l'été, de ce fait Altherma vous confère un confort optimal toute l'année.

Le confort toute l'année Altherma de Daikin, c'est une solution performante pour le chauffage de votre maison, mais pas seulement. C'est aussi votre source d'eau chaude sanitaire, ainsi que votre système de rafraîchissement. Altherma, c'est le confort 3 en 1, au service de votre bien-être toute l'année.

1. Chauffage

Plus efficace et économique qu'une chaudière traditionnelle, Altherma de Daikin produit et diffuse une douce chaleur dans l'ensemble des pièces de votre maison, en toute saison.

2. Eau Chaude Sanitaire

Altherma produit également votre eau chaude sanitaire : salle de bains, cuisine... Le système Altherma est conçu pour couvrir tous les besoins de votre famille.

3. Rafraîchissement

Votre pompe à chaleur Altherma peut également assurer, en option, le rafraîchissement de la maison : une réversibilité du système pour obtenir quelques degrés en moins qui font la différence en été.

La Norme NF-PAC : Un gage de qualité ! Décernée par l'association Certita mandatée par AFAQ AFNOR après un test complet (performances, puissance acoustique, thermique...), la norme NF-PAC est une référence exigeante mais incontournable. L'ensemble de la gamme Altherma a reçu cette certification, récompensant ainsi la politique rigoureuse de Daikin en faveur de la qualité de ses pompes à chaleur.

Source : informations tirées du site www.daikin.fr

LE CALCUL DES FRAIS D'INSCRIPTION DE LA SOCIÉTÉ AU SALON SIRHA

1. Formulaire de réservation de la formule de stand :

Je souhaite réserver (Exemple : 1 stand équipé d'une surface de 60 m² : (54 x 412) + (6 x 317) = 24 150 € HT)

▪ UN STAND NU (minimum 36 m ²)		Nombre total de m ² :	
1 ^{er} tranche de 36 à 54 m ² m ²	x 233,00 € HT/m ²	= € HT
2 ^{ème} tranche de 36 à 54 m ² m ²	x 212,00 € HT/m ²	= € HT
▪ UN STAND Pré ÉQUIPÉ (minimum 12 m ²)		Nombre total de m ² :	
1 ^{er} tranche de 12 à 54 m ² m ²	x 247,00 € HT/m ²	= € HT
2 ^{ème} tranche > à 54 m ² m ²	x 227,00 € HT/m ²	= € HT
▪ UN STAND ÉQUIPÉ (minimum 12 m ²)		Nombre total de m ² :	
Le stand de 12 m ²	12 m ² x 476,00 € HT/m ² = 5 712 € HT		= € HT
1 ^{er} tranche de 13 à 54 m ² m ²	x 412,00 € HT/m ²	= € HT
2 ^{ème} tranche > à 54 m ² m ²	x 317,00 € HT/m ²	= € HT
▪ SUPPLÉMENT POUR UN EMPLACEMENT MAJORÉ DE 25%			
25% sur le prix du stand réservé	+ 25%		= € HT
▪ ANGLES (selon disponibilité) : stand avec 1, 2 ou 3 angles			
Nombre d'angles	x 273,00 € HT	= € HT
▪ MAJORATION POUR CRÉATION D'UNE MEZZANINE (stand en îlot uniquement)			
Tranche de 36 à 54 m ² m ²	x 111,00 € HT/m ²	= € HT
Tranche > à 54 m ² m ²	x 101,00 € HT/m ²	= € HT
Au-delà du 24 décembre 2008, les demandes de modification de formule d'équipement ne seront plus prises en compte			
TOTAL 1 Réservation de la formule de stand			= € HT

2. Forfait d'inscription obligatoire pour tout exposant :

FORFAIT EXPOSANT PRINCIPAL	821,00 € HT
Le forfait d'inscription comprend : Les frais de dossier / L'inscription au catalogue / L'inscription au site www.sirha.com / Le Catalogue officiel Sirha 2009 / Les badges « Expositant » / Un accès libre au club VIP Expositants / La provision forfaitaire pour l'assurance / Un accès personnalisé sur www.sirha.com ...	
FORFAIT CO-EXPOSANT	821,00 € HT
Il s'agit de société partageant le stand de l'exposant principal. Toute société physiquement présente sur le stand de l'exposant principal et co-exposant. Pour son inscription, le co-exposant remplit le contrat de participation, il indique le nom de l'exposant principal dans la partie « Je souhaite réserver ». Le forfait d'inscription est obligatoire. Il est de 821,00 € HT pour un forfait identique en montant et en prestations à celui de l'exposant principal.	
TOTAL 2 Forfait d'inscription obligatoire	= € HT
Montant TOTAL des frais d'inscription au salon	= € HT

LE COURRIEL

écrire un message

de : forgek@orange.fr >

à : boucherie.dupont@free.fr

cc:

objet :

pièce(s) jointe(s) : 0 fichier(s)

accéder à mes contacts

vérifier l'orthographe signature : aucune thème : aucun priorité : normale

police taille

texte brut HTML

 **FORGEL**

CRDP de MONTPELLIER

RÉSERVÉ AU SERVICE

garder une copie confirmation de lecture attacher une carte : aucune

LA RENTABILITÉ DE LA PARTICIPATION DE LA SOCIÉTÉ AU SALON

Poste de dépenses	Détails des calculs	Résultats
Frais d'inscription au salon	Cf. Annexe 1	
Frais de déplacement		
Frais d'hébergement		
Frais de repas		
Frais de personnel		
Coût TOTAL de la participation de la société au salon CHARGES FIXES TOTALES		

La détermination du seuil de rentabilité

Coût TOTAL de la participation de la société au salon CHARGES FIXES TOTALES :	CHARGES VARIABLES : 70% du CA HT Taux de marge sur coût variable : 30%
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Calcul du seuil de rentabilité en € (détaillez vos calculs) : 	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nombre de vitrines réfrigérées à vendre pour atteindre le seuil de rentabilité (détaillez vos calculs)* : 	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Commentaire : 	
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;"> <p>CRDP de MONTPELLIER</p> <hr/> <p>RÉSERVÉ AU SERVICE</p> </div>	

*Arrondir votre résultat à l'entier supérieur

LE TABLEAU DE BORD DES VENDEURS société « FERMALU » - 2^{ème} semestre 2008

VENDEURS Données et indicateurs de performance	Vendeur 1 Département 51	Vendeur 2 Département 52	Vendeur 3 Département 08	Vendeur 4 Département 80	
Nombre de contacts	100	80	90	110	
Nombre de visites avec rendez-vous	60	50	40	60	
Nombre de devis proposés	50	35	20	40	
Nombre de commandes	20	15	18	20	
Chiffre d'affaires HT réalisé	170 000 €	157 500 €	150 300 €	170 000 €	
Frais engagés	850 €	800 €	760 €	900 €	Objectifs de l'entreprise
Ratio de prise de rendez-vous Nbre de visites / Nbre de contacts		0,63			0,58
Capacité à conclure la vente Nbre de commandes / Nbre de devis			0,90		0,60
Montant moyen d'une commande					8 500 €
Coût d'une visite				15,00 €	14,50 €
Coût d'une commande		53,33 €			42,00 €
Frais engagés par rapport au chiffre d'affaires réalisé (en %)					0,50%

Arrondir vos résultats à 2 chiffres après la virgule