Ce document a été mis en ligne par l'organisme FormaV®.

Toute reproduction, représentation ou diffusion, même partielle, sans autorisation préalable, est strictement interdite.

Pour consulter tous nos sujets d'annales et corrigés du BP Fleuriste, veuillez visiter :
bpfleuriste.fr/annales-sujets-et-corriges

BP FLEURISTE • CORRIGÉ DÉTAILLÉ

Développement commercial

Session 2026 • Code sujet : **26-BP-FLEURISTE-E4** • Durée : **40 minutes** • Coefficient : **4**

Sommaire

Cliquez sur une partie pour y accéder directement

1. **Analyse de l’offre, de la clientèle et de l’espace de vente** (3 questions) — **Page 3**
2. **Construction de l’offre et calculs commerciaux** (3 questions) — **Page 5**
3. **Communication commerciale et conduite de la relation client** (3 questions) — **Page 8**
4. **Évaluation de l’action, prévention et conformité** (3 questions) — **Page 11**
5. **Ce qu’il faut retenir & Questions fréquentes (FAQ)** (Synthèse & Q&A Examen) — **Page 13**

Sujet officiel (PDF) : https://bpfleuriste.fr/assets/annales/bp-fleuriste/Communication et stratégie commerciale/2026/BP Fleuriste - Communication et stratégie commerciale - Session 2026 - 1-Sujet.pdf

1. Analyse de l’offre, de la clientèle et de l’espace de vente

La fleuristerie indépendante Fleur & Saison, à Angers, prépare une opération pour la Fête des Mères afin de développer ses ventes et la fréquentation de la boutique. Le candidat analyse les données commerciales et les attentes de la clientèle, puis propose des ajustements de l’espace de vente et une offre adaptées.

Valoriser l’offre et analyser l’environnement commercial

Question 1.1. Relevez deux informations chiffrées du DT 2 qui caractérisent l’activité commerciale et la clientèle. Expliquez en quoi chacune peut orienter la préparation de l’opération.

Information chiffrée du DT 2	Orientation pour l’opération
Opération comparable : 120 transactions et 3 240 € HT	Prévoir une offre attractive et suivre la fréquentation ainsi que les ventes.
Enquête auprès de 80 clients : 44 privilégient le choix des fleurs et 24 le budget.	Mettre en avant la diversité de l’offre et proposer une option à prix maîtrisé.

Les 12 autres réponses privilégient la facilité de retrait d’une commande : un retrait organisé peut aussi simplifier l’achat.

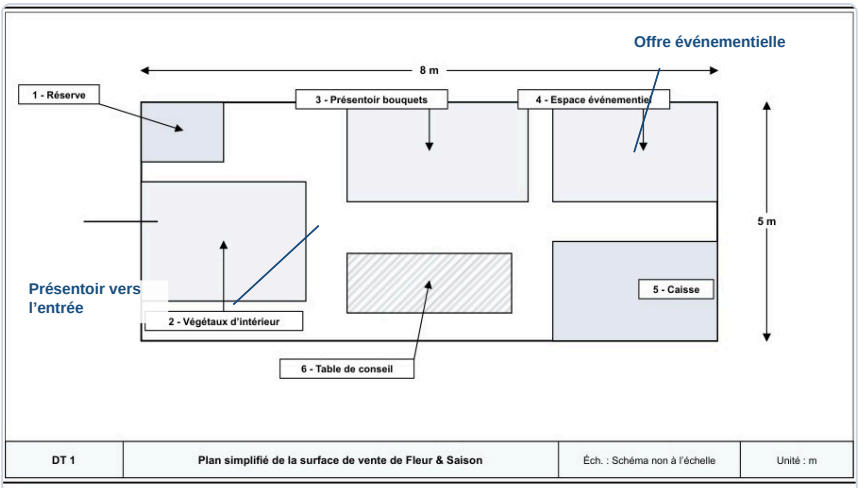
> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Référence : 120 transactions pour 3 240 € HT. Les priorités déclarées sont le choix des fleurs (44 réponses sur 80) et le budget (24 sur 80).

Question 1.2. À partir du DT 1, proposez deux ajustements de l’implantation ou du parcours client pour rendre l’offre de Fête des Mères plus visible et faciliter l’achat. Justifiez chaque proposition par sa localisation et sa fonction.

1. Aménager l’espace événementiel, à droite en façade, avec une présentation dédiée et une signalétique lisible : l’offre de Fête des Mères sera repérable.
2. Déplacer le présentoir central vers la zone d’entrée, côté gauche, sans empiéter sur les végétaux ni réduire les allées : les bouquets seront visibles dès l’arrivée et le parcours vers la table de conseil restera fluide.

Maintenir dégagés les accès à la caisse, à la réserve et aux équipements de travail.

Implantation proposée pour la Fête des Mères



Plan fonctionnel fourni pour l'analyse du parcours client. Dimensions indicatives en mètres, représentation non contractuelle.

✓ RÉPONSE À RETENIR

Mettre en scène l'offre dans l'espace événementiel en façade et rapprocher le présentoir de bouquets de l'entrée, en gardant les allées dégagées.

Question 1.3. Identifiez deux besoins différents auxquels l'assortiment de l'opération doit répondre. Pour chacun, associez un produit ou un service adapté et un argument de conseil.

Besoin	Produit ou service adapté	Argument de conseil
Choisir des fleurs qui plaisent au destinataire	Proposer une composition personnalisée avec les fleurs de saison disponibles en boutique.	La cliente peut choisir les variétés selon les goûts de la personne et les fleurs disponibles.
Respecter son budget	Bouquet standard, proposé à 32 € HT.	Son prix est défini à l'avance et permet de maîtriser le budget.

Je questionne la cliente sur les goûts du destinataire et son budget, puis je lui présente les possibilités réelles en boutique sans attribuer aux bouquets des caractéristiques non précisées.

✓ RÉPONSE À RETENIR

Choix des fleurs : composition personnalisée de saison. Budget maîtrisé : bouquet standard à 32 € HT.

2. Construction de l’offre et calculs commerciaux

La direction prévoit une offre de bouquets standards et premium, avec des prix, des coûts d’achat et des quantités prévisionnelles définis. Le candidat calcule les marges et le chiffre d’affaires, puis évalue le résultat après charges et l’écart à la cible commerciale.

Chiffrer une offre et vérifier sa cohérence économique

Question 2.1. Calculez la marge commerciale unitaire et le taux de marque de chacun des deux bouquets. Présentez les calculs et arrondissez les taux à une décimale.

La marge unitaire est le prix de vente HT moins le coût d’achat HT. Le taux de marque rapporte cette marge au prix de vente HT. Les calculs ci-dessous utilisent les prix et coûts du DT 2 ; les taux sont arrondis à une décimale. Le premium apporte davantage de marge en euros par bouquet, tandis que le standard présente le taux de marque le plus élevé.

Bouquet	Marge unitaire HT	Taux de marque	Calculs
Standard	32 - 14 = 18 €	18 / 32 × 100 = 56,3 %	32 - 14 ; 18 / 32 × 100
Premium	48 - 22 = 26 €	26 / 48 × 100 = 54,2 %	48 - 22 ; 26 / 48 × 100

DR 1, marges unitaires et taux de marque

Moyens de communication proposés

Moyen	Ressource disponible	Coût prévu	Point de vigilance
Affiche en vitrine	1 vitrine et 2 affiches A3 18 €	30 € HT 56,3 %	Prix, dates et conditions lisibles
Réseaux sociaux de l’entreprise	2 publications et 3 stories 26 €	0 € 54,2 %	Ne pas publier de données personnelles de clients
Courriel à la clientèle	240 adresses dont 180 consentements enregistrés	20 € HT	Limiter l’envoi aux personnes autorisées
[illegible]	Avantage de 5 € dès 45 €	Coût estimé à	Annoncer clairement les

✓ RÉPONSE À RETENIR

Standard : marge unitaire de 18 € HT et taux de marque de 56,3 %. Premium : marge unitaire de 26 € HT et taux de marque de 54,2 %.

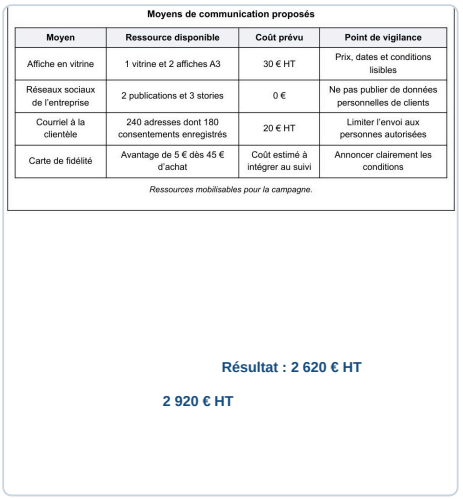
Question 2.2. Calculez la marge commerciale prévisionnelle totale sur les quantités prévues. Le budget de communication est de 180 € HT et les coûts complémentaires de mise en place sont de 120 € HT. Déterminez le résultat prévisionnel après déduction de ces deux charges et indiquez si l’opération couvre ses charges prévisionnelles.

La marge prévisionnelle totale s’obtient en multipliant la marge unitaire de chaque bouquet par sa quantité, puis en additionnant les deux résultats. Le résultat prévisionnel correspond à cette marge totale diminuée des charges indiquées pour l’opération.

Étape	Calcul	Montant HT	Lecture
Bouquets standards	(32 - 14) × 90	1 620 €	Marge totale standard
Bouquets premium	(48 - 22) × 50	1 300 €	Marge totale premium
Marge commerciale totale	1 620 + 1 300	2 920 €	Avant charges
Charges de l'opération	180 + 120	300 €	Communication et mise en place
Résultat prévisionnel	2 920 - 300	2 620 €	Résultat positif

Après déduction des charges prévisionnelles, le résultat reste positif : la marge de l'opération couvre donc les deux charges mentionnées.

DR 1, marge totale et résultat après charges



✓ RÉPONSE À RETENIR

Résultat prévisionnel après charges : 2 620 € HT. Les charges prévisionnelles sont couvertes.

Question 2.3. La cible de chiffre d'affaires HT de l'opération est de 5 000 €. À partir des quantités et prix du DT 2, calculez le chiffre d'affaires prévisionnel HT, puis l'écart à la cible en euros et en pourcentage. Proposez un ajustement commercial réaliste si la cible n'est pas atteinte.

Le chiffre d'affaires prévisionnel est la somme des ventes prévues des deux gammes. L'écart en euros se calcule par rapport à la cible de 5 000 € HT, et son pourcentage rapporte cet écart à la cible. La prévision dépasse celle-ci : l'ajustement demandé en cas d'insuffisance n'est donc pas nécessaire selon les données disponibles.

Élément	Calcul	Résultat
Bouquets standards	32 × 90	2 880 € HT
Bouquets premium	48 × 50	2 400 € HT
Chiffre d'affaires prévisionnel	2 880 + 2 400	5 280 € HT
Écart à la cible	5 280 - 5 000	+280 €, soit +5,6 %

1. Si les ventes réelles prennent du retard, renforcer la mise en avant en vitrine et proposer la réservation anticipée pour soutenir les ventes.

DR 1, chiffre d’affaires prévisionnel et écart à la cible

Moyens de communication proposés

Moyen	Ressource disponible	Coût prévu	Point de vigilance
Affiche en vitrine	1 vitrine et 2 affiches A3	30 € HT	Prix, dates et conditions lisibles
Réseaux sociaux de l’entreprise	2 publications et 3 stories	0 €	Ne pas publier de données personnelles de clients
Courriel à la clientèle	240 adresses dont 180 consentements enregistrés	20 € HT	Limiter l’envoi aux personnes autorisées
Carte de fidélité	Avantage de 5 € dès 45 € d’achat	Coût estimé à intégrer au suivi	Annoncer clairement les conditions

Ressources mobilisables pour la campagne.

Écart : +280 € | +5,6 %

5 280 € HT

✓ RÉPONSE À RETENIR

Chiffre d’affaires prévisionnel : 5 280 € HT, soit 280 € et 5,6 % au-dessus de la cible.

3. Communication commerciale et conduite de la relation client

Fleur & Saison veut promouvoir son opération en utilisant les moyens disponibles et en respectant les règles concernant les données personnelles et la prospection commerciale. Le candidat construit un plan de communication, adapte son conseil à une cliente et présente une démarche de traitement d'une réclamation.

Choisir des actions de communication et adapter le conseil

Question 3.1. Proposez un plan de communication comprenant au moins deux moyens du tableau. Pour chaque moyen, précisez la cible, le message essentiel, la période de diffusion et un indicateur permettant d'en apprécier l'efficacité.

Avant la Fête des Mères, combiner visibilité en boutique et en ligne. Les périodes et indicateurs ci-dessous sont des propositions à adapter au calendrier de l'opération.

Moyen et cible	Message essentiel	Période	Indicateur	Précaution
Vitrine : passants	Bouquets, prix, dates et retrait	Semaine précédant la fête	Demandes et ventes associées	Deux affiches A3 lisibles
Réseaux sociaux : abonnés	Présentation de l'offre	Deux publications et trois stories avant la fête	Vues, interactions, demandes	Ne pas identifier de clients sans accord
Courriel : 180 personnes consentantes	Offre et modalités de retrait	Quelques jours avant	Clics ou achats attribués	Exclure les personnes sans consentement

Les indicateurs permettent de comparer la visibilité et les retombées commerciales de chaque moyen, sans utiliser de données personnelles au-delà des autorisations données.

Plan de communication complété

Tableau de calcul des marges et du chiffre d'affaires prévisionnel

Produit	Marge unitaire HT	Taux de marque	Chiffre d'affaires prévisionnel HT
Vitrine	Passants	Offre, prix, dates	Demandes, ventes	Affiches lisibles
Réseaux	Abonnés	Bouquets, offre	Vues, interactions	Pas de client identifiable
Courriel	180 consenta	Offre, retrait	Clics, achats	Envoi autorisé seulement

✓ RÉPONSE À RETENIR

Vitrine, réseaux sociaux et courriel aux seuls 180 destinataires consentants, avant la fête ; suivre demandes, interactions et ventes.

Question 3.2. Une cliente hésite entre le bouquet standard et le bouquet premium pour offrir à une personne qui aime les fleurs de saison et souhaite un bouquet durable. Présentez les étapes d'un conseil adapté et formulez un argumentaire fondé sur les caractéristiques du produit, les bénéfices pour la cliente et une preuve à apporter en boutique.

Commencer par demander le budget, les couleurs ou le style souhaités et le délai avant remise du bouquet. Reformuler le besoin : fleurs de saison et bonne tenue.

1. Présenter les bouquets standard et premium réellement disponibles, en précisant leurs fleurs, leur fraîcheur et leur composition.
2. Relier ces caractéristiques au choix de fleurs saisonnières et à la tenue attendue, sans garantir une durée de conservation non vérifiée.
3. En boutique, montrer les fleurs ou leur étiquetage et expliquer les gestes d'entretien adaptés : vase propre, eau renouvelée et tiges recoupées.

Conseiller l'option qui correspond le mieux au budget et aux caractéristiques observées, plutôt que de supposer que le bouquet premium est nécessairement plus durable.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Comparer les compositions et leur fraîcheur, puis conseiller selon le budget ; montrer les fleurs ou leur étiquetage et donner les conseils d'entretien.

Question 3.3. Un client indique que le bouquet acheté la veille s'est rapidement dégradé. Décrivez votre démarche de traitement de la réclamation : écoute, questions utiles, réponse adaptée et suivi. Précisez comment préserver la relation commerciale sans promettre une solution avant d'avoir vérifié les faits.

Accueillir le client calmement, l'écouter sans l'interrompre et reconnaître sa déception. Poser des questions sur l'achat, les fleurs concernées, le délai de dégradation, le transport et l'entretien (eau, vase, recoupe des tiges). Proposer d'examiner le bouquet ou une photo et, si utile, vérifier le justificatif.

Noter les éléments utiles, examiner la situation et consulter la responsable. Expliquer que la boutique reviendra vers lui après vérification, sans promettre d'échange ou de remboursement avant décision. Communiquer ensuite la réponse, vérifier sa satisfaction et consigner la date, le motif, les vérifications, la réponse et l'issue. Limiter l'accès à ces informations au personnel concerné.

Trame de suivi d'une réclamation complétée

Tableau de lecture des résultats observés

Indicateur à calculer	Données utilisées	Résultat	Interprétation
Taux d'atteinte du chiffre d'affaires	.....	.....	.....
Panier moyen observé	.....	.....	.....

Veille : dégradation Photo, entretien Réponse après contrôle Issue à consigner

✓ RÉPONSE À RETENIR

Écouter, vérifier les faits, enregistrer la réclamation et communiquer une réponse après examen, sans engagement prématuré.

4. Évaluation de l’action, prévention et conformité

À la fin de l’opération, la direction compare le chiffre d’affaires, le nombre de transactions, les courriels envoyés et les réclamations aux objectifs fixés. Le candidat interprète les résultats et prend en compte la prévention des risques professionnels, la protection des données et le suivi des réclamations.

Suivre la performance et intégrer les règles professionnelles

Question 4.1. Calculez le taux d’atteinte de l’objectif de chiffre d’affaires et le panier moyen observé à partir des données du DT 3. Interprétez les deux résultats et indiquez une action d’amélioration pour une prochaine opération.

Le taux d’atteinte rapporte le chiffre d’affaires réalisé à l’objectif ; le panier moyen rapporte le chiffre d’affaires au nombre de transactions.

Indicateur	Calcul	Résultat et interprétation
Taux d’atteinte	4 800 ÷ 5 000 × 100	96 % : il manque 200 € pour atteindre l’objectif.
Panier moyen	4 800 ÷ 150	32 € par transaction. Les 150 transactions dépassent l’objectif de 140, mais le chiffre d’affaires reste sous sa cible.

Pour la prochaine opération, mieux valoriser les bouquets premium et proposer un complément adapté, puis suivre le panier moyen et le chiffre d’affaires.

Résultats observés complétés

Indicateur à calculer	Données utilisées	Résultat	Interprétation
Taux d’atteinte du chiffre d’affaires	.....	96 %	.....
Panier moyen observé	.....	32 €	.....

✓ RÉPONSE À RETENIR

Taux d’atteinte : 96 %. Panier moyen : 32 € par transaction. Écart à la cible de chiffre d’affaires : -200 €.

Question 4.2. Énoncez trois mesures concrètes de prévention adaptées à la préparation et à la vente de bouquets : au moins une concernant l’utilisation des outils coupants, une concernant la manutention ou les déplacements, et une concernant l’hydratation ou la conservation des végétaux. Reliez chaque mesure au risque prévenu.

Appliquer les consignes de l’employeur pendant la préparation et la vente :

- Ranger les sécateurs et couteaux après usage, dans leur emplacement prévu : cela prévient les coupures lors des manipulations.
- Garder les allées libres, essuyer l’eau au sol et adapter le port des charges : cela réduit les risques de chute et de blessure liée à la manutention.

- Maintenir les tiges hydratées et conserver les bouquets dans des conditions adaptées : cela limite leur déshydratation et leur dégradation prématurée.

✓ RÉPONSE À RETENIR

Ranger les outils coupants, garder les circulations sèches et dégagées, et assurer l'hydratation ainsi que la bonne conservation des végétaux.

Question 4.3. À partir du DT 3, indiquez les précautions à prendre avant l'envoi d'un courriel commercial et lors du traitement des réclamations. Présentez une méthode simple de suivi des réclamations permettant à l'entreprise d'améliorer son offre et son service.

Avant l'envoi, vérifier le consentement et limiter la prospection aux 180 personnes autorisées, sur les 240 adresses du fichier. N'utiliser que les coordonnées nécessaires et ne pas rendre les destinataires visibles les uns aux autres.

1. Écouter le client avec courtoisie, noter la date et le motif, puis questionner et vérifier les faits utiles.
2. Après vérification, expliquer la réponse adaptée sans promettre de solution à l'avance, puis informer le client du suivi.
3. Tracer la réponse et l'issue de la réclamation dans un registre accessible au seul personnel concerné. Examiner régulièrement les motifs récurrents avec l'équipe pour améliorer l'offre ou le service.

Trame de suivi d'une réclamation

Date et motif	Éléments vérifiés	Réponse apportée	Issue et action d'amélioration
..... Date + motif	..... Faits vérifiés	..... Réponse après vérification	..... Issue + amélioration
.....	.....	.....	.....

✓ RÉPONSE À RETENIR

Envoyer aux seules personnes consentantes, protéger leurs données et tracer chaque réclamation jusqu'à sa clôture pour en tirer des améliorations.

Ce qu'il faut retenir de ce sujet (Session 2026)

Bilan de l'épreuve : Cette épreuve E4 du BP Fleuriste, session 2026, porte le code 26-BP-FLEURISTE-E4, dure 40 minutes et a un coefficient de 4. À partir de l'opération de Fête des Mères de Fleur & Saison, le candidat présente trois fiches professionnelles, puis échange avec la commission. Sont évalués l'analyse commerciale, les calculs, la communication, le conseil, le suivi client et la prévention.

Notions-clés, formules & règles à maîtriser

- La marge commerciale unitaire se calcule par prix de vente HT moins coût d'achat HT.
- Le taux de marque se calcule par marge commerciale divisée par prix de vente HT, puis multipliée par 100.
- Le panier moyen observé correspond au chiffre d'affaires divisé par le nombre de transactions.
- Le taux d'atteinte d'un objectif correspond au résultat divisé par l'objectif, puis multiplié par 100.

Points de vigilance & attentes du jury

- Distinguer la marge unitaire de la marge prévisionnelle totale calculée selon les quantités prévues.
- Justifier chaque ajustement d'implantation par son emplacement et son effet sur la visibilité ou le parcours client.
- Pour chaque moyen de communication, préciser la cible, le message, la période de diffusion et l'indicateur de suivi.
- Respecter le consentement pour les courriels et protéger les données des clients dans les publications et le suivi des réclamations.

Questions fréquentes sur cette épreuve (Q&A Examen)

Q : Comment calculer le taux de marque d'un bouquet ?

Calculez d'abord la marge unitaire en soustrayant le coût d'achat HT du prix de vente HT. Divisez ensuite cette marge par le prix de vente HT et multipliez par 100. Le sujet demande d'arrondir le taux à une décimale.

Q : Comment interpréter le taux d'atteinte et le panier moyen ?

Le taux d'atteinte compare le chiffre d'affaires réalisé à l'objectif et s'exprime en pourcentage. Le panier moyen divise le chiffre d'affaires par le nombre de transactions. Interprétez les deux indicateurs ensemble pour expliquer la performance commerciale.

Q : Comment organiser sa présentation et gérer le temps de l'épreuve ?

Le candidat s'appuie sur ses trois fiches de situations professionnelles. La présentation dure au maximum 10 minutes, puis l'échange avec la commission au maximum 30 minutes. Structurez vos réponses et utilisez les documents techniques pour étayer vos propositions.

Q : Quelles précautions professionnelles sont attendues pour la communication et les réclamations ?

Envoyez les courriels commerciaux uniquement aux personnes ayant consenti à les recevoir et n'identifiez pas un client sur les réseaux sans accord approprié. Tracez la date, le motif, la réponse et l'issue des réclamations, avec un accès limité aux personnes concernées.

Sujet officiel associé (PDF) : https://bpfleuriste.fr/assets/annales/bp-fleuriste/Communication et stratégie commerciale/2026/BP Fleuriste - Communication et stratégie commerciale - Session 2026 - 1-Sujet.pdf

Ressources BP Fleuriste : Toutes les annales & corrigés • Fiches de révision complètes • Simulateur de notes d'examen

Copyright © 2027 FormaV®. Tous droits réservés.

FormaV® est une marque déposée auprès de l'INPI sous le numéro 5227897.

Ce document a été élaboré par FormaV® avec le plus grand soin afin d'accompagner chaque apprenant vers la réussite de ses examens. Son contenu (textes, graphiques, méthodologies, tableaux, exercices, concepts, mises en forme) constitue une œuvre protégée par le droit d'auteur.

Toute copie, partage, reproduction, diffusion ou mise à disposition, même partielle, gratuite ou payante, est strictement interdite sans accord préalable et écrit de FormaV®, conformément aux articles L.111-1 et suivants du Code de la propriété intellectuelle. Dans une logique anti-plagiat, FormaV® se réserve le droit de vérifier toute utilisation illicite, y compris sur les plateformes en ligne ou sites tiers.

En utilisant ce document, vous vous engagez à respecter ces règles et à préserver l'intégrité du travail fourni. La consultation de ce document est strictement personnelle.

Merci de respecter le travail accompli afin de permettre la création continue de ressources pédagogiques fiables et accessibles.