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

E3 COMMERCIALISATION : Épreuve de techniques commerciales (U32)

Session 2003 • Code sujet : **U32** • Durée : **2 heures** • Coefficient : **2**

Sommaire

Cliquez sur une partie pour y accéder directement

1. **Implantation du futur magasin et étude de la clientèle** (2 questions) — **Page 3**
2. **Adhésion au réseau « Un été à la campagne »** (2 questions) — **Page 6**
3. **Campagne publicitaire pour l'ouverture** (3 questions) — **Page 8**
4. **Argumentaire de vente d'une composition florale** (1 question) — **Page 11**
5. **Ce qu'il faut retenir & Questions fréquentes (FAQ)** (Synthèse & Q&A Examen) — **Page 12**

Sujet officiel (PDF) : https://bpfleuriste.fr/assets/annales/bp-fleuriste/E3 - Techniques commerciales/2003/BP Fleuriste - E3 - Techniques commerciales - Session 2003 - 3-Sujet.pdf

1. Implantation du futur magasin et étude de la clientèle

L'entreprise Fleurette envisage l'ouverture d'une deuxième boutique dans le quartier sud, commerçant et résidentiel, de Noisy-le-Grand. Le candidat prépare une enquête sur les habitudes et attentes des clients potentiels, puis propose des moyens de différencier le magasin de ses concurrents.

Questionnaire consommateurs

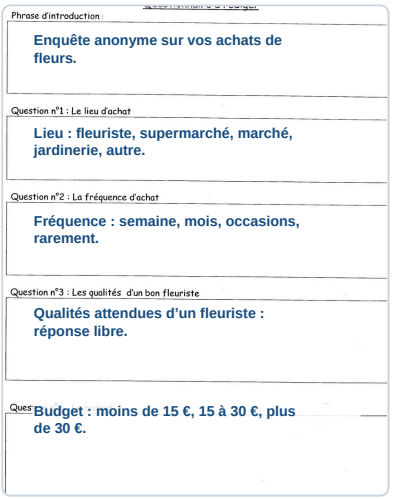
Question 1. Rédigez les différentes parties du questionnaire de l'annexe 1 afin de déterminer les habitudes et les attentes des consommateurs du quartier. Prévoyez une phrase d'introduction et de conclusion, ainsi que des questions sur le lieu et la fréquence d'achat, les qualités attendues d'un fleuriste, le budget, les services et le profil de l'enquêté. Utilisez des questions fermées, ouvertes et à choix multiple.

Introduction : « Bonjour, nous réalisons une enquête anonyme sur vos habitudes et attentes concernant l'achat de fleurs dans le quartier. »

1. **Lieu d'achat :** Où achetez-vous le plus souvent vos fleurs ? Fleuriste, supermarché, marché, jardinerie, autre : …
2. **Fréquence :** À quelle fréquence achetez-vous des fleurs ? Chaque semaine, chaque mois, pour des occasions particulières, rarement.
3. **Qualités :** Qu'attendez-vous d'un bon fleuriste ? Réponse libre : …
4. **Budget :** Quel budget consacrez-vous habituellement à un achat ? Moins de 15 €, de 15 à 30 €, plus de 30 €.
5. **Services :** Quels services vous intéressent ? Livraison, commandes personnalisées, compositions pour événements, conseils. Plusieurs réponses possibles.
6. **Profil :** Quel est votre âge, votre activité et votre lieu de résidence ? …

Conclusion : « Merci de votre participation. »

Annexe 1, questionnaire première page


Phrase d'introduction :

Enquête anonyme sur vos achats de fleurs.

Question n°1 : Le lieu d'achat

Lieu : fleuriste, supermarché, marché, jardinerie, autre.

Question n°2 : La fréquence d'achat

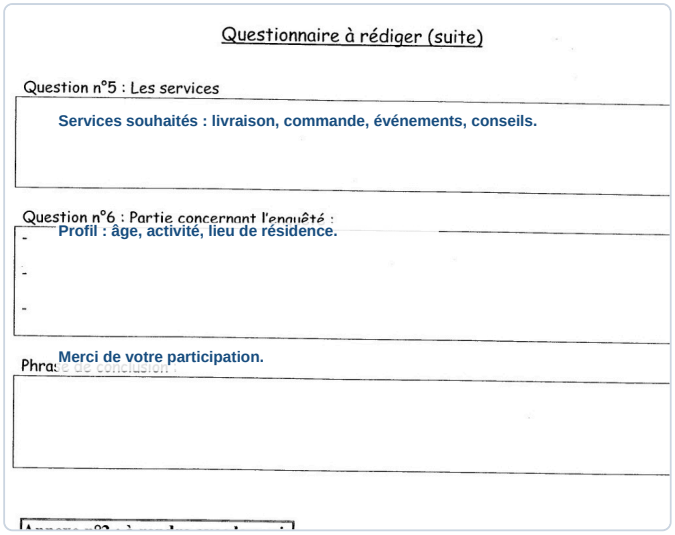
Fréquence : semaine, mois, occasions, rarement.

Question n°3 : Les qualités d'un bon fleuriste

Qualités attendues d'un fleuriste : réponse libre.

Budget : moins de 15 €, 15 à 30 €, plus de 30 €.

Annexe 1, questionnaire suite


Questionnaire à rédiger (suite)

Question n°5 : Les services

Services souhaités : livraison, commande, événements, conseils.

Question n°6 : Partie concernant l'enquêté :

- Profil : âge, activité, lieu de résidence.
-
-

Phrase de conclusion :

Merci de votre participation.

✓ **RÉPONSE À RETENIR**

Questionnaire couvrant les achats, les attentes, les services souhaités et le profil des clients potentiels.

Étude de la concurrence

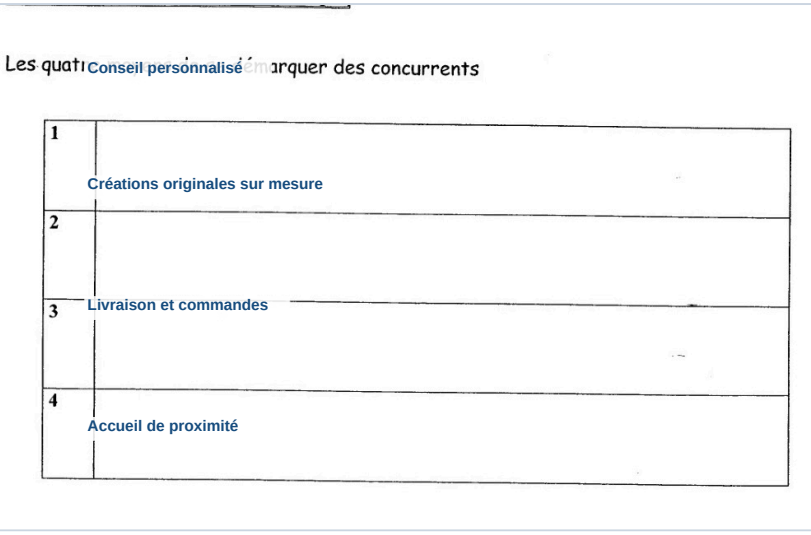
Question 2. Citez quatre moyens permettant au nouveau magasin de se démarquer de la concurrence, dans le tableau prévu à l'annexe 2.

Pour se distinguer du supermarché qui vend quelques bouquets, du vendeur présent une fois par semaine au marché et de la jardinerie, le magasin peut proposer :

Moyen de différenciation	Application
Conseil personnalisé	Orienter le choix selon l'occasion et le budget.
Créations originales	Réaliser des bouquets et compositions sur mesure.
Services pratiques	Proposer la livraison et la prise de commandes.
Accueil de proximité	Nouer une relation suivie avec habitants et commerçants.

La qualité des fleurs et le renouvellement régulier de l'offre renforcent ces différences.

Annexe 2, moyens de différenciation



✓ RÉPONSE À RETENIR

Conseil personnalisé, créations originales, livraison et accueil de proximité.

2. Adhésion au réseau « Un été à la campagne »

Un article professionnel présente une formule intermédiaire d'adhésion au réseau « Un été à la campagne ». À partir de cet article, le candidat identifie les obligations du fleuriste affilié et les avantages qu'il peut retirer de ce réseau.

Obligations

Question 1. À partir du document 1, citez quatre obligations du nouveau fleuriste qui souhaite s'affilier au réseau, dans l'annexe 3.

Le document distingue une condition d'éligibilité, deux paiements et une durée d'engagement. Le professionnel doit être installé hors de la zone d'exclusivité d'un magasin du réseau. À la signature, il règle le droit d'entrée de 2 286,74 €, qui couvre l'audit et l'accès au référencement des fournisseurs. Il verse ensuite une redevance forfaitaire mensuelle de 381,12 €, destinée à financer l'assistance et l'actualisation des négociations fournisseurs. Enfin, il s'engage par un contrat d'affiliation de trois ans.

Annexe 3 complétée : obligations

- Professionnel hors zone d'exclusivité
- Droit d'entrée : 2 286,74 € à la signature
- Redevance forfaitaire mensuelle : 381,12 €
- Contrat d'affiliation de trois ans

✓ RÉPONSE À RETENIR

Professionnel hors zone d'exclusivité ; droit d'entrée de 2 286,74 € ; redevance mensuelle de 381,12 € ; contrat de trois ans.

Avantages

Question 2. À partir du document 1, donnez quatre avantages du système d'affiliation « Un été à la campagne », dans l'annexe 3.

Quatre avantages ressortent de l'article. Le fleuriste bénéficie d'un audit initial pour repérer les améliorations possibles, puis d'un accompagnement régulier avec la visite mensuelle d'un animateur. Il accède à des tarifs préférentiels auprès des fournisseurs référencés. Le journal interne lui permet de rester en contact avec le réseau. Enfin, il bénéficie d'une priorité pour prendre l'enseigne « Un été à la campagne » dans la zone où son magasin est implanté.

Annexe 3 complétée : avantages

2/ Quatre avantages du réseau « un été à la campagne »

Audit initial et visite mensuelle de l'animateur

Tarifs préférentiels des fournisseurs référencés

Contact permanent par le journal interne

Priorité pour l'enseigne dans la zone d'implantation

✓ RÉPONSE À RETENIR

Audit initial et visites mensuelles ; tarifs préférentiels fournisseurs ; contact permanent par le journal interne ; priorité pour l'enseigne dans la zone d'implantation.

3. Campagne publicitaire pour l'ouverture

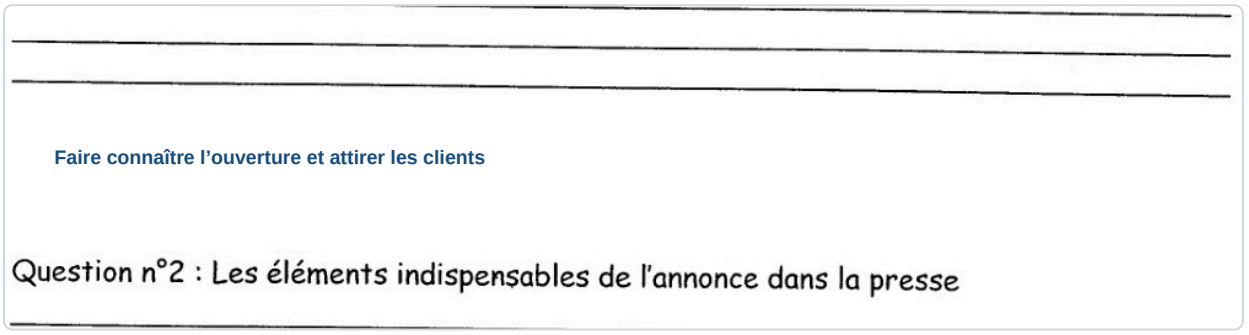
Le futur magasin doit informer la clientèle potentielle de Noisy-le-Grand et des environs de son ouverture dans le quartier sud. Le candidat définit l'objectif de la campagne, prépare le contenu d'une annonce dans la presse locale et choisit un support adapté aux entreprises et aux ménages.

Objectif de la campagne

Question 1. Indiquez l'objectif principal de la campagne publicitaire accompagnant l'implantation du futur magasin.

La campagne a pour objectif principal d'informer la clientèle potentielle de Noisy-le-Grand et des environs de l'ouverture prochaine du magasin dans le quartier sud. Elle doit faire connaître l'enseigne Fleurette, permettre aux habitants et aux entreprises de repérer la nouvelle boutique et les inciter à s'y rendre dès son ouverture. La date annoncée dans le sujet est le 30 juin 2003.

Objectif de la campagne



✓ RÉPONSE À RETENIR

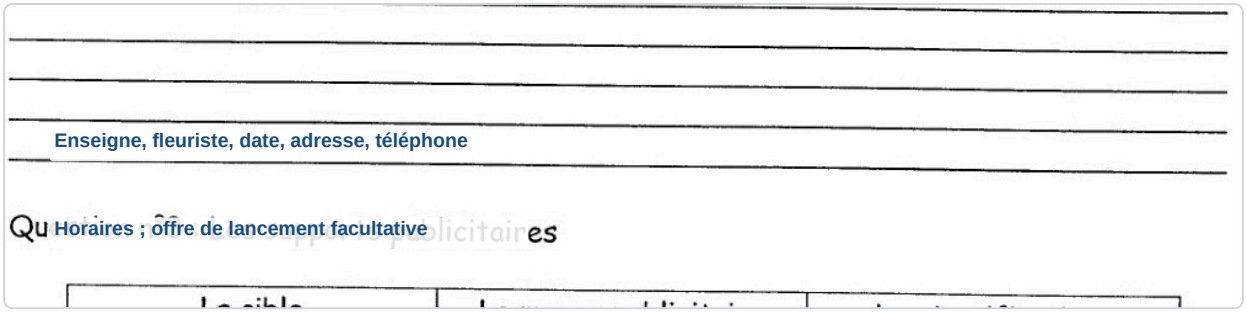
Faire connaître l'ouverture de Fleurette dans le quartier sud et inciter la clientèle potentielle à découvrir le magasin dès le 30 juin 2003.

Annonce dans la presse

Question 2. Listez les éléments obligatoires à faire figurer dans l'annonce qui paraîtra dans la presse locale une semaine avant l'ouverture de la boutique.

L'annonce doit présenter clairement le nouveau commerce et permettre à la clientèle de le localiser ou de le contacter. Elle mentionne l'enseigne, l'activité de fleuriste, la date d'ouverture, l'adresse du nouveau magasin et un numéro de téléphone. Les horaires d'ouverture complètent l'information pratique. Une offre de lancement peut être ajoutée pour encourager la visite, mais elle n'est pas un élément obligatoire. L'adresse et les coordonnées doivent correspondre à la nouvelle boutique.

Éléments de l’annonce



✓ RÉPONSE À RETENIR

Enseigne, activité, date d’ouverture, adresse du nouveau magasin, téléphone et horaires. L’offre de lancement est facultative.

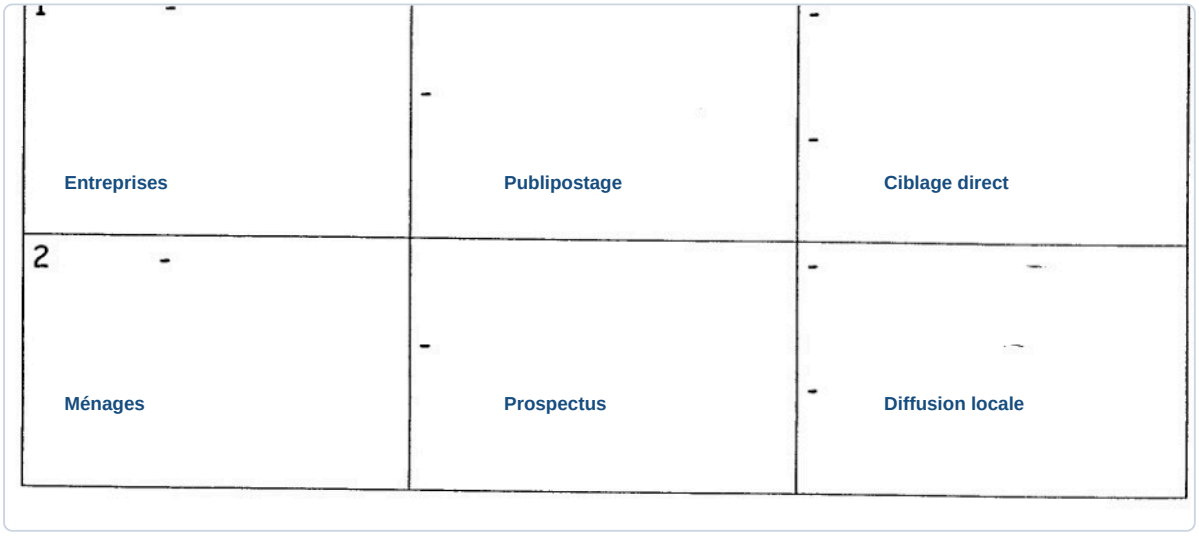
Choix des supports publicitaires

Question 3. Parmi la télévision, la radio, la presse, l'affichage, le publipostage et les prospectus, choisissez un moyen publicitaire adapté à chacune des deux cibles, les entreprises et les ménages. Justifiez vos choix dans le tableau de l'annexe 4.

Le publipostage permet d’adresser aux entreprises une proposition ciblée, adaptée à leurs besoins professionnels. Les prospectus conviennent aux ménages, car leur distribution dans le quartier sud et ses environs informe directement la clientèle de proximité. Ces deux supports peuvent annoncer l’ouverture et indiquer les coordonnées du magasin.

La cible	Le moyen publicitaire	Les justifications
Entreprises	Publipostage	Envoi ciblé, adapté aux besoins professionnels
Ménages	Prospectus	Distribution locale, information de proximité

Supports publicitaires par cible



✓ **RÉPONSE À RETENIR**

Entreprises : publipostage. Ménages : prospectus distribués dans le quartier et ses environs.

4. Argumentaire de vente d'une composition florale

Pour la première semaine d'ouverture, le fleuriste souhaite proposer une composition nouvelle tendance à un prix convenable. À partir du document 2, qui montre la composition et en indique le prix, les fleurs et le contenant, le candidat complète une fiche argumentaire avec quatre caractéristiques et quatre arguments.

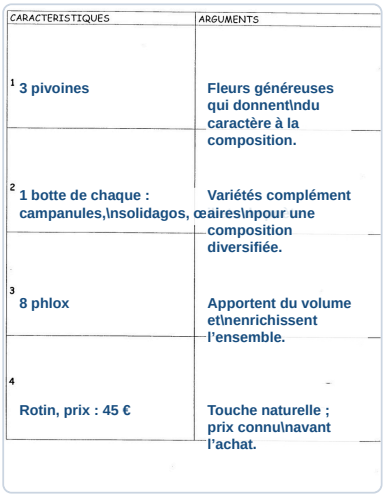
Fiche argumentaire

Question 1. Après avoir observé le document 2, complétez le tableau de l'annexe 5 avec quatre caractéristiques et quatre arguments concernant cette composition florale.

Caractéristiques	Arguments
3 pivoines	Des fleurs généreuses qui donnent du caractère à la composition.
1 botte de campanules, 1 botte de solidagos et 1 botte d'œillets de poète	Des variétés complémentaires pour une composition diversifiée.
8 phlox	Ils apportent du volume et enrichissent l'ensemble.
Contenant en rotin, prix : 45 €	Le rotin donne une touche naturelle et le prix est connu avant l'achat.

La composition associe plusieurs variétés de fleurs à un contenant naturel, pour un prix affiché de 45 €.

Annexe 5 complétée



✓ RÉPONSE À RETENIR

Composition : pivoines, campanules, solidagos, œillets de poète et phlox, en contenant de rotin. Prix : 45 €.

Ce qu'il faut retenir de ce sujet (Session 2003)

Bilan de l'épreuve : L'épreuve de techniques commerciales U32 du BP Fleuriste, session 2003, dure deux heures et est affectée du coefficient 2. Le sujet porte sur l'ouverture d'un second magasin Fleurette à Noisy-le-Grand. Il évalue la préparation d'une enquête clientèle, la différenciation commerciale, l'analyse d'une affiliation à un réseau, la sélection de supports publicitaires et la construction d'un argumentaire de vente floral.

Notions-clés, formules & règles à maîtriser

- Une enquête clientèle combine questions ouvertes, fermées et à choix multiple pour recueillir habitudes, attentes et profil des répondants.
- L'affiliation présentée exige un droit d'entrée de 2 286,74 €, une redevance mensuelle de 381,12 € et un engagement contractuel de trois ans.
- Les avantages du réseau comprennent un audit initial, un suivi mensuel, des tarifs fournisseurs préférentiels et un contact par journal interne.
- Un argumentaire relie chaque caractéristique observable d'un produit à un avantage pertinent pour le client.

Points de vigilance & attentes du jury

- Dans le questionnaire, traiter tous les thèmes de l'annexe et varier les types de questions demandés.
- Distinguer les conditions d'affiliation des services et avantages fournis par le réseau.
- Associer chaque support publicitaire à une cible précise et justifier son adéquation.
- Fonder les caractéristiques de l'argumentaire sur le document 2 et exprimer des bénéfices compréhensibles pour le client.

Questions fréquentes sur cette épreuve (Q&A Examen)

Q : Comment construire le questionnaire demandé pour l'enquête clientèle ?

Présentez brièvement l'enquête dans l'introduction, puis traitez le lieu et la fréquence d'achat, les qualités attendues, le budget, les services et le profil. Variez les questions ouvertes, fermées et à choix multiple, puis terminez par une formule de conclusion.

Q : Comment distinguer les obligations et les avantages de l'affiliation ?

Les obligations sont les conditions à respecter : être un professionnel installé hors d'une zone d'exclusivité, régler le droit d'entrée et la redevance mensuelle, puis s'engager pour trois ans. Les avantages sont les services et conditions proposés par le réseau.

Q : Comment gérer le temps et le barème de cette épreuve ?

L'épreuve dure deux heures et aucun barème par question n'est indiqué. Répartissez le temps entre les quatre parties, répondez directement aux consignes et réservez quelques minutes pour vérifier les annexes à rendre avec la copie.

Q : Quels critères respecter pour l'argumentaire de la composition florale ?

Décrivez quatre caractéristiques observables de la composition, par exemple les fleurs et le contenant en rotin, puis associez chacune à un argument utile au client. Le document 2 présente la composition au prix de 45 €.

Sujet officiel associé (PDF) : https://bpfleuriste.fr/assets/annales/bp-fleuriste/E3 - Techniques commerciales/2003/BP Fleuriste - E3 - Techniques commerciales - Session 2003 - 3-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.