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

Techniques commerciales

Session 2004 • Code sujet : **U32** • Durée : **2 heures** • Coefficient : **2**

Sommaire

Cliquez sur une partie pour y accéder directement

1. **Aménagement de la surface de vente** (1 question) — **Page 3**
2. **Actions promotionnelles : prospectus et carte de fidélité** (2 questions) — **Page 4**
3. **Calculs commerciaux** (1 question) — **Page 6**
4. **Argumentaire de vente selon la méthode SONCAS** (1 question) — **Page 7**
5. **Services à la clientèle : site Internet** (1 question) — **Page 8**
6. **Ce qu'il faut retenir & Questions fréquentes (FAQ)** (Synthèse & Q&A Examen) — **Page 9**

Sujet officiel (PDF) : https://bpfleuriste.fr/assets/annales/bp-fleuriste/U32 - Techniques commerciales/2004/BP Fleuriste - U32 - Techniques commerciales - Session 2004 - 2-Sujet.pdf

1. Aménagement de la surface de vente

Le corrigé évalue les modifications apportées à l'aménagement du magasin «La Symphonie des Fleurs». Il faut identifier les changements et justifier leurs effets sur la circulation, la visibilité des produits et l'expérience de la clientèle.

Question 1. Identifier les modifications liées au réaménagement de la surface de vente et justifier chacune par des raisons cohérentes. Les éléments évalués concernent le déplacement et l'extension de l'espace encaissement, l'entrée, le miroir, l'espace de présentation à thème et la suppression du paravent.

Le réaménagement comprend cinq modifications. Les justifications attendues portent sur la circulation, la protection et la visibilité des produits, ainsi que sur l'expérience de la clientèle.

Modification	Justifications possibles
Déplacer et agrandir l'espace encaissement	Éviter de bloquer le passage les jours d'affluence ; offrir plus d'espace pour l'emballage ; conduire le client au fond du magasin ; éliminer la barrière psychologique.
Modifier l'entrée	Protéger les produits fragiles exposés à l'extérieur ; abriter partiellement le client qui regarde la vitrine.
Implanter un miroir	Donner une impression de profondeur ; apporter de la clarté au magasin.
Créer un espace de présentation à thème	Inciter aux achats d'impulsion ; faciliter la surveillance de la clientèle ; proposer une présentation saisonnière ; organiser le magasin en univers de consommation.
Supprimer le paravent	Ouvrir la perspective du magasin ; permettre aux clients de voir les fleuristes préparer leurs compositions.

Le barème attribue 1 point à chaque modification et 0,5 point par justification, avec deux justifications attendues par changement. Toute proposition logique équivalente est recevable.

✓ RÉPONSE À RETENIR

Cinq modifications : encaissement déplacé et agrandi, entrée modifiée, miroir implanté, espace à thème créé et paravent supprimé.

2. Actions promotionnelles : prospectus et carte de fidélité

Le magasin organise une journée «Portes ouvertes» et souhaite la promouvoir au moyen d'un prospectus. Il propose aussi une carte de fidélité destinée à identifier le client et à préciser les conditions de remise.

Prospectus

Question 1. Réaliser un prospectus au format de 21 cm de hauteur sur 12 cm de largeur pour annoncer la journée «Portes ouvertes». Faire figurer l'enseigne, l'adresse et le téléphone du magasin, l'objet et la date de l'événement, les démonstrations et/ou promotions, ainsi qu'une accroche, avec une présentation soignée et une orthographe correcte.

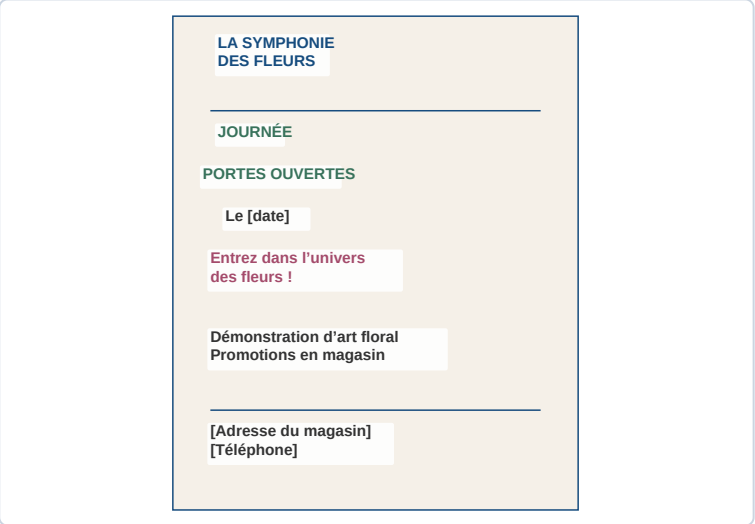
Prospectus vertical : 12 cm de largeur sur 21 cm de hauteur.

LA SYMPHONIE DES FLEURS
Vous invite à sa journée
PORTES OUVERTES
Le [date de l'événement]
Entrez dans l'univers des fleurs !

Au programme : démonstration d'art floral et promotions en magasin. Retrouvez-nous au [adresse du magasin]. Renseignements au [téléphone].

Une mise en page aérée met en évidence l'enseigne, l'événement et l'accroche. Les coordonnées et la date sont à compléter avant impression.

Prospectus Portes ouvertes, format 12 × 21 cm



✓ RÉPONSE À RETENIR

Prospectus 12 × 21 cm annonçant les Portes ouvertes, avec date, démonstration, promotions, accroche et coordonnées du magasin.

Carte de fidélité

Question 2. Réaliser le recto ou le verso d'une carte de fidélité indiquant le nom, l'adresse et le téléphone du magasin, le nom et l'adresse du client, la mention «carte de fidélité», une preuve d'achat et la condition de remise de 5 % sur le montant total des achats. Soigner la présentation et l'expression.

Carte de fidélité, recto ou verso : faire figurer les coordonnées du magasin et les informations du client.

- **LA SYMPHONIE DES FLEURS**, adresse et téléphone
- Mention « Carte de fidélité »
- Nom et adresse du client
- Cases à tamponner comme preuve d'achat

Avantage : 5 % de remise sur le montant total des achats. Garder des espaces suffisants pour écrire et tamponner, avec une présentation lisible et une orthographe correcte.

Recto de la carte de fidélité



✓ RÉPONSE À RETENIR

Carte de fidélité avec coordonnées du magasin, nom et adresse du client, preuve d'achat et remise de 5 % sur le montant total des achats.

3. Calculs commerciaux

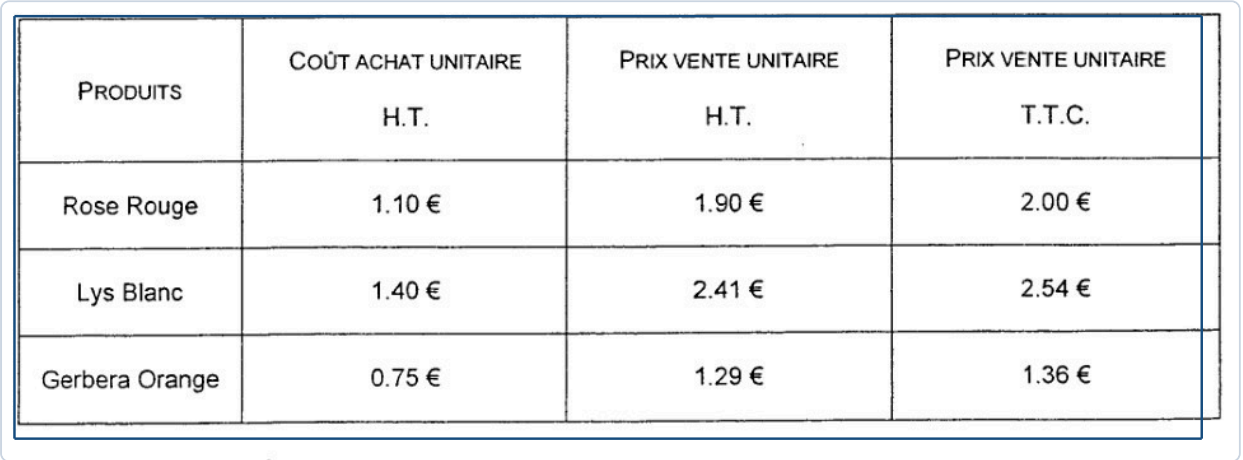
Un tableau réunit trois produits floraux : rose rouge, lys blanc et gerbera orange. Pour chacun, il présente le coût d'achat unitaire HT et les prix de vente unitaires HT et TTC, chaque réponse correcte étant évaluée séparément.

Question 1. Compléter les données du tableau de calculs commerciaux pour la rose rouge, le lys blanc et le gerbera orange : coût d'achat unitaire HT, prix de vente unitaire HT et prix de vente unitaire TTC.

Le tableau ci-dessous reprend les trois produits et les montants unitaires attendus. Le coût d'achat et le prix de vente sont indiqués hors taxes (HT) ; le prix de vente TTC inclut les taxes. Les valeurs sont retranscrites selon le corrigé officiel, avec deux décimales et en euros. Chaque montant correspond à une seule fleur, et non à un bouquet ou à une quantité.

Produit	Coût d'achat unitaire HT	Prix de vente unitaire HT	Prix de vente unitaire TTC
Rose rouge	1,10 €	1,90 €	2,00 €
Lys blanc	1,40 €	2,41 €	2,54 €
Gerbera orange	0,75 €	1,29 €	1,36 €

Tableau des calculs commerciaux



PRODUITS	COÛT ACHAT UNITAIRE H.T.	PRIX VENTE UNITAIRE H.T.	PRIX VENTE UNITAIRE T.T.C.
Rose Rouge	1.10 €	1.90 €	2.00 €
Lys Blanc	1.40 €	2.41 €	2.54 €
Gerbera Orange	0.75 €	1.29 €	1.36 €

✓ RÉPONSE À RETENIR

Rose rouge : 1,10 € HT, 1,90 € HT, 2,00 € TTC. Lys blanc : 1,40 € HT, 2,41 € HT, 2,54 € TTC. Gerbera orange : 0,75 € HT, 1,29 € HT, 1,36 € TTC.

4. Argumentaire de vente selon la méthode SONCAS

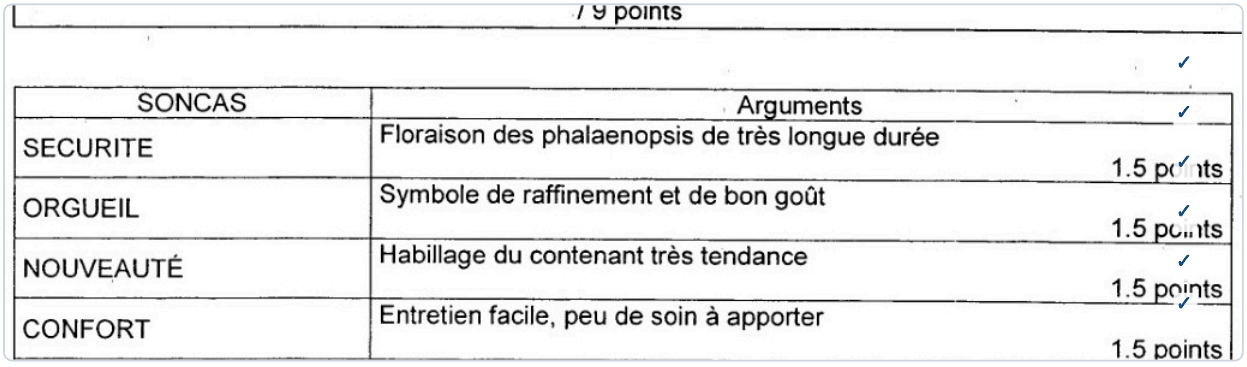
L'argumentaire concerne un phalaenopsis présenté lors de la journée «Portes ouvertes». Les arguments doivent correspondre aux six motivations de la méthode SONCAS et être adaptés au produit.

Question 1. Proposer un argument commercial pour chacun des six axes SONCAS : sécurité, orgueil, nouveauté, confort, argent et sympathie, en lien avec le phalaenopsis présenté.

Motivation SONCAS	Argument commercial
Sécurité	La floraison du phalaenopsis dure très longtemps.
Orgueil	Cette orchidée est un symbole de raffinement et de bon goût.
Nouveauté	Son contenant est habillé selon une tendance actuelle.
Confort	Elle est facile à entretenir et demande peu de soins.
Argent	C'est un produit original proposé à un prix raisonnable.
Sympathie	Son inflorescence gracieuse et esthétique apporte une touche délicate.

Chaque argument met en valeur le phalaenopsis en répondant à une motivation d'achat différente.

Axes SONCAS complétés



/ 9 points

SONCAS	Arguments
SECURITE	Floraison des phalaenopsis de très longue durée 1.5 points
ORGUEIL	Symbole de raffinement et de bon goût 1.5 points
NOUVEAUTÉ	Habillage du contenant très tendance 1.5 points
CONFORT	Entretien facile, peu de soin à apporter 1.5 points

✓ RÉPONSE À RETENIR

Sécurité : floraison longue. Orgueil : raffinement. Nouveauté : contenant tendance. Confort : entretien facile. Argent : prix raisonnable. Sympathie : inflorescence gracieuse.

5. Services à la clientèle : site Internet

Le corrigé examine les avantages de la mise en place d'un site Internet pour le fleuriste. Il distingue les bénéfices pour les clients de ceux attendus par le professionnel.

Question 1. Indiquer des avantages d'un site Internet pour le client et pour le fleuriste.

Un site Internet présente des avantages pour les deux parties :

- **Pour le client :** acheter 24 h/24 sans se déplacer, gagner du temps et commander facilement.
- **Pour le fleuriste :** accroître sa notoriété, valoriser son image de marque, élargir sa clientèle, notamment auprès des entreprises, augmenter son chiffre d'affaires et diffuser des informations.

Toute autre proposition logique est recevable.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Le client commande facilement, à toute heure et sans déplacement. Le fleuriste gagne en visibilité, élargit sa clientèle et peut développer son chiffre d'affaires.

Ce qu'il faut retenir de ce sujet (Session 2004)

Bilan de l'épreuve : L'épreuve U32 de techniques commerciales du Brevet professionnel de fleuriste, session 2004, porte sur «La Symphonie des Fleurs». D'une durée de deux heures et de coefficient 2, elle évalue l'aménagement d'un point de vente, la création d'outils promotionnels, les calculs commerciaux, l'argumentation selon SONCAS et l'analyse des avantages d'un site Internet.

Notions-clés, formules & règles à maîtriser

- Un aménagement commercial facilite la circulation, valorise l'offre et peut favoriser les achats d'impulsion.
- Un prospectus efficace présente l'enseigne, les coordonnées, l'objet, la date et les animations ou promotions.
- SONCAS regroupe six motivations d'achat : sécurité, orgueil, nouveauté, confort, argent et sympathie.
- Le tableau commercial distingue le coût d'achat HT, le prix de vente HT et le prix de vente TTC.

Points de vigilance & attentes du jury

- Justifier les aménagements par des effets concrets sur la circulation, la visibilité ou le comportement d'achat.
- Respecter le format du prospectus et vérifier chaque information, la présentation et l'orthographe.
- Mentionner sur la carte la preuve d'achat et la remise de 5 % sur le montant total des achats.
- Présenter des arguments distincts pour les six axes SONCAS et des avantages du site pour les deux publics.

Questions fréquentes sur cette épreuve (Q&A Examen)

Q : Comment construire un argumentaire selon SONCAS pour ce sujet ?

Associez chaque motivation à un avantage pertinent du phalaenopsis. La longue durée de floraison répond à la sécurité, l'entretien facile au confort et le contenant tendance à la nouveauté. Le corrigé accepte toute proposition logique adaptée au produit.

Q : Comment traiter le tableau des prix de vente HT et TTC ?

Complétez les données pour chacun des trois produits en distinguant les colonnes HT et TTC. Le corrigé attribue un point par bonne réponse. Il ne précise pas de taux de taxe à utiliser pour effectuer les conversions.

Q : Comment les points sont-ils répartis dans le corrigé ?

L'aménagement vaut 10 points, les actions promotionnelles 13, les calculs commerciaux 6, l'argumentaire 9 et les services à la clientèle 2. Les actions promotionnelles se divisent en 5 points pour le prospectus et 8 pour la carte.

Q : Faut-il reprendre exactement les formulations du corrigé ?

Non. Le corrigé accepte les propositions logiques pour les justifications d'aménagement, le prospectus, l'argumentaire et les avantages du site Internet. Les réponses doivent néanmoins rester pertinentes et respecter les éléments demandés.

Sujet officiel associé (PDF) : https://bpfleuriste.fr/assets/annales/bp-fleuriste/U32 - Techniques commerciales/2004/BP Fleuriste - U32 - Techniques commerciales - Session 2004 - 2-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.