Cas de synthèse – Calinambule, magasin de puériculture

Calinambule est un magasin indépendant de puériculture de 400 m², ouvert en 2014 dans la zone commerciale de Fourchon, à Arles (Bouches-du-Rhône). Il est exploité par la SARL Calinambule, que dirige Mme Castelin, et emploie cinq personnes : la gérante, trois conseillers de vente, dont Inès et Théo, et un technicien chargé de l'atelier.

Le magasin vend des poussettes, des sièges auto, des meubles et de la literie pour bébé, des articles de repas et d'éveil. Il propose une liste de naissance en ligne, l'installation des sièges auto dans le véhicule du client, un atelier d'entretien et de réparation des poussettes et un site marchand avec livraison à domicile ou retrait en magasin. En 2026, son chiffre d'affaires s'élève à 660 000 € TTC, soit 550 000 € HT (TVA à 20 %).

Vous préparez un BTS MCO en alternance chez Calinambule. Le lundi 11 janvier 2027, Mme Castelin vous associe au bilan commercial de l'année 2026 et à la préparation de l'année 2027.

Durée conseillée : 3 heures. Calculatrice autorisée. Barème sur 40 points : dossier 1, 10 points ; dossier 2, 15 points ; dossier 3, 15 points. Les montants sont exprimés hors taxes (HT) ou toutes taxes comprises (TTC) selon la mention portée dans chaque document ; le taux de TVA est de 20 %. Arrondissez les montants au centime et les taux à une décimale. Calinambule, ses clients et ses données sont fictifs.

Dossier 1 : connaître le marché et la clientèle

Mme Castelin vous remet sa note de veille de fin d'année (document 1) et les résultats de l'enquête menée en novembre 2026 sur un projet de location de matériel (document 2).

Question 1 :

À partir du document 1, calculez : a) le marché potentiel en valeur de la zone de chalandise en 2025 et en 2026, puis son taux de croissance ; b) la part de marché de Calinambule en 2025 et en 2026, et le taux de croissance de son chiffre d'affaires ; c) sa part de marché relative en 2026. Commentez la position du magasin sur son marché en quelques lignes. *(3 points)*

> **Ressources :** Cours – Le marché et la concurrence

Question 2 :

Classez les six informations de la note de veille (document 1, partie C) par domaine de veille. Distinguez ensuite les concurrents directs et les concurrents indirects de Calinambule, puis présentez un diagnostic du magasin : deux forces, deux faiblesses, deux opportunités et deux menaces. *(3 points)*

> **Ressources :** Cours – La veille informationnelle ; Cours – Le marché et la concurrence

Question 3 :

À partir du document 2, calculez le taux de réponse de l'enquête, vérifiez que les quotas sont respectés, puis calculez la part des ménages intéressés par la location et sa marge d'erreur au niveau de confiance de 95 % (marge d'erreur = 1,96 × √(p × (1 – p) ÷ n)). Lisez le tri croisé, signalez une limite de l'échantillon et concluez : le service de location mérite-t-il d'être lancé, et auprès de quels clients d'abord ? *(4 points)*

> **Ressources :** Cours – Construire une étude commerciale ; Cours – Administrer une enquête et exploiter les résultats

Document 1 : note de veille de Mme Castelin (décembre 2026)

A. Le marché de la puériculture dans la zone de chalandise

Élément	2025	2026
Ménages de la zone ayant un enfant de moins de 3 ans	5 000	4 800
Dépense annuelle moyenne d'un ménage en articles de puériculture (TTC)	625 €	625 €
Chiffre d'affaires TTC de Calinambule	625 000 €	660 000 €
Chiffre d'affaires TTC du premier concurrent, la grande surface spécialisée (estimation)	non connu	1 200 000 €

Sources : état civil des communes de la zone, étude du groupement d'achat auquel adhère le magasin, comptes de Calinambule, estimation de Mme Castelin.

B. Les concurrents relevés en décembre 2026

Acteur	Offre	Prix (relevé de 20 références communes)	Services	Avis en ligne
Calinambule (400 m²)	Gammes moyenne et haute, marques spécialisées	Base de comparaison	Conseillers formés à l'installation des sièges auto, atelier de réparation, liste de naissance, retrait en magasin	4,32 sur 5 (150 avis)
Grande surface spécialisée d'une enseigne nationale (1 500 m², zone nord)	Très large, de l'entrée de gamme au haut de gamme	Moins chère sur 12 références	Liste de naissance, livraison, conseil variable selon l'affluence	4,0 sur 5 (980 avis)
Site marchand spécialisé	Très large, sans essai	Moins cher sur 15 références	Livraison en 48 heures, retours ; ni installation ni réparation	4,2 sur 5 (12 400 avis)
Hypermarché (rayon bébé)	Entrée de gamme, choix réduit	Moins cher sur les 6 références qu'il vend	Aucun conseil	Sans objet
Plateformes de vente d'occasion entre particuliers	Poussettes et sièges auto d'occasion	Environ moitié prix	Ni garantie ni conseil	Sans objet
Loueur en ligne de matériel de puériculture	Location à la semaine, livrée à domicile	Poussette de voyage : 35 € TTC la semaine	Livraison et reprise	4,5 sur 5 (310 avis)

Les plateformes d'occasion et le loueur répondent au même besoin d'équipement sans vendre de produits neufs.

C. Six informations relevées au quatrième trimestre 2026

1. État civil : le nombre de ménages de la zone ayant un enfant de moins de 3 ans recule de 5 000 à 4 800 en un an.
2. Visite du 12 décembre : la grande surface spécialisée annonce pour mars 2027 l'ouverture d'un espace d'articles d'occasion remis en état.
3. Salon professionnel d'octobre : le fabricant de la poussette Trio Escale garantit désormais la disponibilité de ses pièces détachées pendant dix ans.
4. Service-public.gouv.fr : depuis le 20 novembre 2026, les paiements en plusieurs fois, même courts, relèvent des règles du crédit à la consommation.
5. Étude du groupement d'achat : les parents louent ou achètent d'occasion de plus en plus souvent le matériel utilisé peu de temps, pour dépenser moins et limiter les déchets.
6. Remontées des conseillers et avis en ligne : plusieurs clients demandent s'ils peuvent louer une poussette compacte ou un lit pliant pour les vacances.

Document 2 : enquête sur le projet de location de matériel (novembre 2026)

Projet étudié : louer à la semaine du matériel utilisé peu de temps (poussette de voyage, lit pliant, siège auto d'appoint). Population étudiée : les ménages de la zone qui attendent un enfant ou ont un enfant de moins de 3 ans. Questionnaire en ligne de huit questions, envoyé par courriel du 9 au 22 novembre 2026 à 2 500 clients du fichier de Calinambule ayant accepté de recevoir ses messages. Réponses reçues : 425, dont 25 inexploitables (questionnaires incomplets ou envoyés deux fois).

Quotas fixés d'après la structure de la population étudiée, et réponses exploitables à la question « Seriez-vous intéressé par la location de ce matériel chez Calinambule ? » :

Situation du ménage	Quota prévu	Réponses exploitables	Dont intéressés
Attend son premier enfant	30 %	120	54
A un enfant de moins de 1 an	45 %	180	63
A un enfant de 1 à 3 ans	25 %	100	27
Total	**100 %**	**400**	**144**

Les questionnaires ont été retenus dans l'ordre d'arrivée, jusqu'à ce que chaque quota soit atteint.

Dossier 2 : vendre et conseiller

Le rayon des poussettes et des sièges auto réalise les ventes les plus élevées du magasin. Mme Castelin vous confie le tableau de bord de décembre (document 3), l'entretien de vente qu'elle a observé le samedi 9 janvier (document 4) et la fiche du produit concerné (document 5).

Question 4 :

À partir du document 3, calculez pour Inès, pour Théo et pour l'ensemble du rayon : le taux de transformation, le panier moyen HT, l'indice de vente et le taux de vente additionnelle. Indiquez le levier de progrès prioritaire de chaque conseiller, puis chiffrez le chiffre d'affaires HT supplémentaire que Théo aurait réalisé avec le taux de transformation du rayon, à nombre de contacts et panier moyen inchangés. *(3 points)*

Ressources : Cours – Préparer la vente ; Cours – Conclure la vente et développer le panier

Question 5 :

Relevez dans le document 4 quatre erreurs commises par Théo pendant l'accueil et la découverte. Identifiez, citations à l'appui, les motivations d'achat (SONCASE) et les freins de Mme Morel. Rédigez ensuite quatre questions que Théo aurait dû poser (une ouverte, une fermée, une alternative, une de contrôle) et la reformulation qui conclut la découverte. *(3 points)*

> **Ressources :** Cours – Accueillir et découvrir les besoins du client

Question 6 :

À partir du document 5, construisez trois arguments CAP (caractéristique, avantage, preuve) adaptés aux motivations de Mme Morel. Présentez ensuite le prix de la poussette par la technique du fractionnement (prix par mois d'utilisation, à calculer) puis par celle du sandwich. *(3 points)*

> **Ressources :** Cours – Préparer la vente ; Cours – Conseiller et argumenter

Question 7 :

Mme Morel formule deux objections (document 4). Pour chacune, dites ce qu'elle cache, nommez la technique de traitement adaptée et rédigez votre réponse. Expliquez pourquoi les réponses de Théo sont à proscrire, sur le plan commercial comme sur le plan juridique. *(2 points)*

> **Ressources :** Cours – Conseiller et argumenter ; Cours – Conclure la vente et développer le panier ; Cours – Le cadre juridique de la vente conseil

Question 8 :

Le samedi 16 janvier, Mme Morel revient avec son conjoint. Après avoir replié la poussette elle-même, elle demande : « Vous pourriez nous montrer comment installer la coque dans notre voiture ? » a) Quels signaux d'achat donne-t-elle ? Rédigez la phrase de conclusion et nommez la technique employée. b) Vous proposez la base Isofix (document 5) : calculez, en pourcentage de la poussette seule, la hausse du chiffre d'affaires HT et la hausse de la marge qu'apporte cette vente additionnelle. c) Le couple veut payer l'ensemble en quatre fois : calculez les frais, le montant total payé et le montant de chaque échéance, puis rappelez deux règles à respecter quand le magasin propose ce financement. *(4 points)*

Ressources : Cours – Conclure la vente et développer le panier ; Cours – Le cadre juridique de la vente conseil

Document 3 : tableau de bord du rayon poussettes et sièges auto (décembre 2026)

Indicateur	Inès	Théo	Ensemble du rayon
Contacts (clients pris en charge)	80	100	200
Ventes (tickets)	32	30	70
Chiffre d'affaires HT	9 600 €	10 500 €	23 100 €
Articles et services vendus	48	60	126
Ventes comprenant au moins un complément (accessoire ou service)	12	18	35

L'ensemble du rayon comprend aussi les ventes réalisées par Mme Castelin (20 contacts, 8 ventes).

Document 4 : entretien de vente observé le samedi 9 janvier 2027

Samedi 9 janvier 2027, 15 heures. Mme Morel entre dans le rayon et regarde les poussettes. Théo finit de ranger un carton, puis vient vers elle au bout de quatre minutes. Mme Castelin observe l'entretien.

Théo : « Vous cherchez une poussette ? »

Mme Morel : « Oui, j'attends mon premier enfant pour le mois d'avril. »

Théo : « Vous voulez un trio ? Vous avez une voiture ? Vous avez un budget ? Vous voulez sûrement ce qui se fait de mieux pour votre bébé ? »

Mme Morel : « Euh… oui, nous avons une petite citadine. J'ai surtout lu que tous les sièges auto ne protègent pas de la même façon, et ça m'inquiète. Et puis j'habite au troisième étage sans ascenseur : il ne faut pas que ce soit trop lourd à porter… »

Théo (sans la laisser finir) : « Alors il vous faut la Trio Escale, c'est notre meilleure vente : châssis en aluminium, roues de 20 cm montées sur roulements, harnais à cinq points, coque R129. »

Mme Morel : « Je prends souvent le train pour aller chez mes parents. Et j'aimerais qu'elle serve aussi pour un deuxième enfant : ça fait un gros budget d'un coup, autant que ça dure et que ça se répare plutôt que de tout racheter. Elle coûte combien ? »

Théo : « Elle est à 840 €. Je sais, c'est un peu cher, mais c'est la qualité. »

Mme Morel : « 840 € ! C'est cher, j'ai vu des trios à 450 € sur internet. »

Théo : « Si vous la prenez aujourd'hui, je peux vous faire 10 %. »

Mme Morel : « Je ne sais pas… Il faut que j'en parle à mon conjoint. »

Théo : « Attention, c'est la dernière en stock, et la remise s'arrête ce soir. »

Mme Morel repart sans acheter. Théo ne lui remet aucun document et ne note pas ses coordonnées. Le magasin a six poussettes Trio Escale en réserve et n'a prévu aucune promotion sur ce modèle.

Document 5 : fiche de la poussette Trio Escale et conditions de paiement en quatre fois

Rubrique	Poussette Trio Escale
Composition	Châssis, nacelle (de la naissance à 6 mois), coque siège auto (de 40 à 87 cm, soit jusqu'à 15 mois environ) et hamac (jusqu'à 22 kg) : la poussette sert de la naissance à 4 ans environ, soit 48 mois
Sécurité	Coque homologuée selon le règlement R129 (i-Size), qui impose des essais de choc frontal, arrière et latéral ; harnais à cinq points ; frein à pédale unique
Poids et pliage	9,5 kg avec le hamac ; pliage d'une seule main ; pliée, elle tient debout et mesure 55 × 45 × 28 cm
Durabilité	Tissus déhoussables, lavables à 30 °C ; pièces détachées disponibles pendant dix ans ; réparable à l'atelier du magasin ; garantie commerciale du fabricant de 3 ans sur le châssis, en plus de la garantie légale de conformité de 2 ans
Services compris	Démonstration du pliage, installation de la coque dans le véhicule du client, contrôle gratuit à l'atelier six mois après l'achat
Prix	840 € TTC (700 € HT) ; taux de marque : 30 %
Complément conseillé	Base Isofix : la coque s'y fixe d'un geste et un témoin confirme qu'elle est bien verrouillée ; 168 € TTC (140 € HT) ; taux de marque : 45 %

Paiement en quatre fois par carte bancaire. Proposé avec l'établissement financier partenaire du magasin pour tout achat de 300 € à 3 000 € TTC : quatre échéances égales, la première le jour de l'achat, les trois suivantes 30, 60 et 90 jours plus tard. Frais : 2 % du montant de l'achat, répartis sur les quatre échéances. Sous réserve d'acceptation par l'établissement financier.

Dossier 3 : entretenir la relation client sur tous les canaux

Mme Castelin vous transmet trois messages de clients reçus entre le 9 et le 11 janvier (document 6) et le tableau de bord de la relation client de l'année 2026 (document 7).

Question 9 :

Pour chacun des trois messages du document 6, indiquez comment le contrat a été conclu, quel droit s'applique (rétractation, garantie légale de conformité, garantie commerciale ou politique commerciale du magasin) et ce que Calinambule doit répondre : dates limites, sommes à rembourser, délais à tenir. *(3 points)*

Ressources : Cours – Le cadre juridique de la vente conseil

Question 10 :

À partir du document 7 (parties A et B), calculez le taux de réponse au baromètre, le NPS, le CSAT de l'ensemble des répondants et celui de chaque canal, la note moyenne des avis en ligne et le taux de réponse du magasin aux avis. Commentez ces résultats. *(3 points)*

> **Ressources :** Cours – Mesurer la satisfaction et l'expérience client

Question 11 :

À l'aide des verbatims et des résultats par canal du document 7, décrivez le parcours d'un client qui commande en ligne et retire sa commande au magasin (étapes et points de contact). Repérez trois irritants, puis présentez un plan d'action en tableau : irritant, action, responsable, échéance, indicateur cible. *(2 points)*

> **Ressources :** Cours – Mesurer la satisfaction et l'expérience client ; Cours – Accroître la valeur client

Question 12 :

Rédigez la réponse écrite de Calinambule à la réclamation de Mme Perrin (document 6, message 2). Justifiez en deux lignes le geste commercial que vous y ajoutez et indiquez ce qui doit être enregistré dans le CRM. *(3 points)*

> **Ressources :** Cours – Traiter les réclamations et le service après-vente ; Cours – Le cadre juridique de la vente conseil

Question 13 :

À partir du document 7 (partie C), calculez pour 2026 : le taux de fidélité et le taux d'attrition, la durée moyenne de la relation, la marge annuelle dégagée par un client, la valeur vie d'un client, le coût d'acquisition d'un nouveau client et le ratio valeur vie ÷ coût d'acquisition. Commentez. *(2 points)*

> **Ressources :** Cours – Fidéliser la clientèle ; Cours – Accroître la valeur client

Question 14 :

Mme Castelin vise un taux de fidélité de 68 %. Chiffrez la valeur vie d'un client qui en résulterait. Proposez ensuite trois actions, une par levier de la valeur client (panier, fréquence, durée de la relation), en vous appuyant sur les résultats des trois dossiers, et précisez la règle à respecter pour adresser des offres aux clients par courriel ou par SMS. *(2 points)*

> **Ressources :** Cours – Accroître la valeur client ; Cours – Fidéliser la clientèle

Document 6 : trois messages de clients reçus du 9 au 11 janvier 2027

Extrait des conditions affichées en magasin et sur le site : « Achat en magasin : échange ou avoir dans les 30 jours pour tout article non utilisé, rapporté dans son emballage d'origine avec le ticket de caisse. Commande en ligne : vous disposez d'un délai de rétractation de 14 jours à compter de la réception ; les frais de retour sont à votre charge. »

Message 1, reçu par le formulaire du site le lundi 11 janvier 2027

« Bonjour, j'ai commandé sur votre site le 21 décembre un lit évolutif à 299 €, plus 19 € de livraison à domicile. Il m'a été livré le samedi 26 décembre 2026. Nous avons reçu le même lit en cadeau : je souhaite vous renvoyer le mien et être remboursé. Est-ce encore possible, et qui paie le retour ? M. Diallo »

Message 2, reçu par courriel le samedi 9 janvier 2027

« Madame, j'ai acheté dans votre magasin, le 13 juin 2026, une poussette Trio Escale à 840 €. Depuis le début du mois de janvier, le frein ne bloque plus les roues : la poussette roule toute seule dans la pente, avec mon fils de cinq mois dedans ! J'ai téléphoné ce matin : on m'a répondu de voir avec le fabricant, et que la réparation serait payante puisque l'achat a plus de six mois. C'est inadmissible. J'utilise cette poussette tous les jours. Je veux une solution cette semaine, sinon je le ferai savoir autour de moi et sur internet. Mme Perrin, cliente depuis 2023 »

Message 3, reçu par la messagerie du réseau social du magasin le dimanche 10 janvier 2027

« Bonjour, j'ai acheté jeudi 7 janvier, au magasin, une chaise haute à 129 €. Finalement elle ne va pas avec ma cuisine, je ne l'ai pas déballée. J'ai 14 jours pour changer d'avis, non ? Je passe me faire rembourser mardi. Mme Nguyen »

Document 7 : tableau de bord de la relation client (année 2026)

A. Baromètre de satisfaction du quatrième trimestre 2026

Un SMS de trois questions est envoyé après chaque achat en magasin et après chaque retrait d'une commande passée en ligne : 800 SMS envoyés, 320 réponses. Question de recommandation (note de 0 à 10) : 176 notes de 9 ou 10, 96 notes de 7 ou 8, 48 notes de 0 à 6. Question de satisfaction (note de 1 à 5) :

Canal	Répondants	Notes de 4 ou 5
Achat en magasin	220	198
Commande en ligne retirée au magasin	100	74
Total	**320**	**272**

Réponses à la question ouverte « Pourquoi cette note ? » :

- « Inès a pris le temps d'installer le siège dans ma voiture. Parfait. » (achat en magasin)
- « Le site indiquait que ma commande était prête. Au magasin, personne ne la trouvait : vingt minutes d'attente. » (retrait)
- « J'ai dû redonner mon nom, mon numéro de commande et tout réexpliquer à trois personnes. » (retrait)
- « Un cadeau de notre liste de naissance acheté au magasin n'a pas été rayé de la liste en ligne : nous l'avons reçu en double. » (liste de naissance)
- « J'ai posé une question sur le réseau social du magasin, la réponse est arrivée quatre jours après. » (messagerie)

B. Avis en ligne au 31 décembre 2026

Note	5 étoiles	4 étoiles	3 étoiles	2 étoiles	1 étoile	Total
Nombre d'avis	96	30	9	6	9	150

Le magasin a répondu à 60 avis, dont 3 des 15 avis de 1 ou 2 étoiles.

C. Fichier clients (clients identifiés par leur compte ou leur liste de naissance)

Élément	Valeur
Clients ayant acheté en 2025	2 000
Parmi eux, clients ayant de nouveau acheté en 2026	1 200
Nouveaux clients de 2026	1 000
Panier moyen d'un client identifié	80 € HT
Nombre moyen d'achats par client et par an	2,5
Taux de marque moyen du magasin	40 %
Dépenses de conquête de 2026 (salon du bébé, publicité sur les réseaux sociaux, coffret de bienvenue)	25 000 €
Clients actifs en 2026 ayant accepté de recevoir les offres par courriel ou par SMS	1 540 sur 2 200

Les clients identifiés réalisent 80 % du chiffre d'affaires HT du magasin.