

BACCALAURÉAT STMG SESSION 2023 ORAL DE CONTRÔLE
ÉPREUVE DE MANAGEMENT SCIENCES DE GESTION ET NUMÉRIQUE

Biotex – ÉLÉMENTS D'ÉVALUATION

GRILLE

L'évaluation est réalisée en s'appuyant sur les critères indiqués dans la définition de l'épreuve.

La grille suivante permet de dresser un profil de la personne candidate, construit sur ces cinq critères, et peut aider à fixer la note :

L'épreuve vise à évaluer la capacité du candidat à analyser une ou plusieurs situations liées au fonctionnement et au management d'une ou plusieurs organisations réelles, c'est-à-dire :	Très insuffisant	Insuffisant	Satisfaisant	Très satisfaisant
Exploiter une documentation concernant ces organisations				
Caractériser les situations managériales et/ou de gestion proposées				
Proposer, présenter et justifier une solution				
Mettre en œuvre les méthodes, techniques et outils appropriés				
Montrer l'intérêt et les limites des méthodes, techniques et outils employés				

Sont proposés ci-après des éléments de réponse aux questions. Ils ne sont pas exhaustifs, ne prétendent pas épuiser le sujet mais donnent des éléments sur les attendus du sujet.

ATTENDUS LIÉS AU SUJET

1. Identifier la performance économique de Biotex en année N.

L'annexe 1 montre que Biotex réalise une perte de 304 101 euros en N-1 et de 811 748 € en N. Par conséquent, elle ne réalise pas de profit et n'atteint pas sa finalité économique.

2. Montrer que les évolutions du chiffre d'affaires et du résultat net de Biotex entre N et N-1 nécessitaient un changement d'option stratégique en N+1.

Évolution du chiffre d'affaires de N-1 à N :

$$\frac{4\,667\,594 - 7\,087\,503}{7\,087\,503} \times 100 = -34,14\%$$

Évolution du résultat (net – perte) de N-1 à N :

$$\frac{-811\,748 - (-304\,101)}{-304\,101} \times 100 = +166\%$$

Le chiffre d'affaires a fortement chuté ; la perte, augmentée. Pour assurer sa pérennité menacée, la société a opté pour une stratégie de diversification en se lançant dans la fabrication de masques réutilisables bactériostatiques à destination des particuliers et professionnels pour répondre à la pénurie de masques pendant la crise du COVID. Jusqu'alors, Biotex développait une stratégie de spécialisation (produits cosmétotextiles exclusivement).

3. Qualifier l'approche mercatique mise en œuvre s'agissant du choix par Biotex de produire et commercialiser des masques sanitaires.

Biotex a mis en œuvre une approche réactive puisqu'elle répond à un besoin exprimé. Le port du masque a été rendu obligatoire par une décision politique en 2020 afin d'assurer la sécurité sanitaire des personnes. Biotex a donc bien répondu à un besoin et a proposé une offre adaptée, un masque réutilisable.

4. Caractériser puis qualifier la décision prise par Biotex de créer une usine de cosmétotextile en Turquie.

Cette décision :

- a été prise par un haut niveau hiérarchique. La décision a été prise par Isabelle Bauraud, la dirigeante de l'entreprise.
- nécessite des moyens importants. Cette décision nécessite des investissements financiers pour l'achat de locaux et des outils de production, un recrutement de personnels compétents et formés et des ressources matérielles importantes.
- est difficilement réversible au regard des ressources engagées.
- engage l'entreprise sur le long terme.

La décision prise par Biotex de créer une usine de cosmétotextile en Turquie est donc une décision stratégique.

5. Relever les modalités de digitalisation de la relation client adoptée par Biotex et justifier son intérêt.

Biotex met en œuvre les moyens suivants pour assurer la digitalisation de sa relation client :

- le site web marchand permettant aux clients d'acheter en ligne
- les réseaux sociaux. Biotex utilise Instagram et Facebook afin de connaître les avis de ses clients
- les newsletters sur inscription à partir du site web
- un chatbot présent sur son site web afin de nouer un dialogue entre le client et un agent conversationnel

L'intérêt de cette digitalisation

- Elle permet un contact rapide, personnalisé et direct avec le client.
- Les outils numériques génèrent des quantités de données qui permettent à Biotex une meilleure connaissance de ses clients après traitement et analyse de ces données collectées.
- Les avis déposés permettent à Biotex de modifier ou d'améliorer son offre.
- Les avis déposés par les clients peuvent convaincre de nouveaux clients qui hésitent.
- Le chatbot permet une plus grande proximité et une meilleure connaissance du client, ce qui permet de dresser un profil du client et Biotex peut adapter ses actions commerciales.
- Les commandes passées, les pages consultées, la fréquence des visites peuvent faire l'objet de traitement et permettre à Biotex de personnaliser son offre.