



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 en savoir plus sur nos formations disponibles, veuillez visiter :

[www.formav.co/explorer](http://www.formav.co/explorer)

# **Corrigé du sujet d'examen - E2 - Expertise scientifique et technologique - BTS MECP (Métiers de l'esthétique) - Session 2017**

## **1. Contexte du sujet**

Ce sujet d'examen concerne le BTS Métiers de l'esthétique-cosmétique-parfumerie, et plus précisément l'épreuve U2 - Environnement professionnel. Les étudiants doivent analyser la situation d'un institut de beauté, proposer des solutions innovantes et élaborer une stratégie de communication.

## **2. Correction des questions**

### **AXE 1 : CARACTÉRISER LA SITUATION DE L'INSTITUT ALIXE FOUGÈRES BROCHANT**

#### **1. Identifier les forces et les faiblesses de l'institut BROCHANT.**

Cette question demande d'analyser la situation actuelle de l'institut en se basant sur les informations fournies dans le sujet.

##### **Forces :**

- Établissement bien implanté avec plusieurs instituts à Paris.
- Offre variée avec une carte de soins identique dans tous les instituts.
- Clientèle abonnée majoritaire, ce qui assure un revenu récurrent.

##### **Faiblesses :**

- Institut BROCHANT réalise la moins bonne performance commerciale.
- Manque d'attractivité pour les clientes non abonnées.
- Proposition de soins jugée peu innovante par les esthéticiennes.

#### **2. Proposer des actions internes pour améliorer les résultats de l'institut BROCHANT.**

Il s'agit de proposer des actions concrètes pour dynamiser l'activité de l'institut.

##### **Actions proposées :**

- Campagne de communication ciblée pour attirer les clientes non abonnées.
- Révision de la carte des soins pour inclure des soins rapides et efficaces.
- Formation des esthéticiennes pour améliorer la vente additionnelle des soins.
- Événements promotionnels pour inciter à découvrir l'institut.

### **AXE 2 : PROPOSER UNE OFFRE INNOVANTE**

#### **3. Identifier les avantages et les inconvénients liés à la mise en place d'un tel concept au sein de l'institut BROCHANT.**

Cette question nécessite une analyse des implications de l'introduction d'un bar à beauté.

##### **Avantages :**

- Attraction d'une nouvelle clientèle à la recherche de services rapides.

- Possibilité d'augmenter le chiffre d'affaires avec des soins express.
- Renforcement de l'image de marque en se positionnant sur les tendances actuelles.

**Inconvénients :**

- Investissement initial pour l'aménagement et la formation du personnel.
- Risque de cannibaliser les ventes des soins traditionnels.
- Besoin d'une gestion efficace pour maintenir la qualité des services.

#### **4.1. Proposer cinq questions pour identifier les attentes des clients.**

Voici cinq questions pertinentes à inclure dans le questionnaire :

- Quels types de soins express seriez-vous intéressé(e) à essayer ?
- Quel serait selon vous un prix raisonnable pour ces soins ?
- À quelle fréquence pensez-vous utiliser un bar à beauté ?
- Préférez-vous des soins sans rendez-vous ou sur réservation ?
- Quelles autres prestations aimeriez-vous voir proposées dans notre institut ?

#### **4.2. Rédiger le courriel accompagnant le questionnaire.**

**Objet :** Votre avis compte !

Chère cliente,

Nous souhaitons améliorer notre offre et nous avons besoin de votre avis. Nous vous serions reconnaissants de bien vouloir répondre à ce questionnaire qui ne prendra que quelques minutes. Vos retours sont précieux pour nous aider à mieux vous servir.

Merci d'avance pour votre participation !

Cordialement,

L'équipe de l'institut ALIXE FOUGÈRES BROCHANT

### **AXE 3 : PROMOUVOIR ET COMMUNIQUER L'OFFRE COMMERCIALE**

#### **5. Analyser chacun des visuels proposés.**

Cette question nécessite une évaluation critique des visuels fournis par l'agence de communication. Voici un exemple d'analyse :

**Visuel 1 :** Bien conçu, couleurs attrayantes, reflète l'image de l'institut.

**Visuel 2 :** Trop chargé, peut perdre l'attention du lecteur.

**Visuel 3 :** Simple et efficace, met en avant les nouvelles prestations.

**Visuel 4 :** Manque de cohérence avec l'image de marque.

**Visuel 5 :** Bon équilibre entre texte et image, attire l'œil.

#### **6. Sélectionner le visuel le plus adapté et proposer d'éventuelles pistes d'amélioration.**

Le visuel 3 est le plus adapté car il met en avant les nouvelles prestations tout en restant simple. Pour l'améliorer, on pourrait :

- Ajouter un slogan accrocheur.
- Utiliser des couleurs plus vives pour attirer l'attention.

## **7. Rédiger le publi-rédactionnel en tenant compte des contraintes imposées par l'éditeur du journal municipal.**

**Titre :** Découvrez notre nouveau bar à beauté !

**Accroche :** Un espace dédié à votre beauté, sans rendez-vous !

Nous sommes ravis de vous annoncer l'ouverture de notre bar à beauté au sein de l'institut ALIXE FOUGÈRES BROCHANT. Profitez de soins express, manucurie et maquillage, le tout dans une ambiance chaleureuse et accueillante. Nos esthéticiennes qualifiées vous attendent pour vous offrir un moment de détente et de beauté. N'attendez plus, venez découvrir nos offres spéciales !

**Visuel :** [Insérer le visuel sélectionné]

## **3. Synthèse finale**

### **Erreurs fréquentes :**

- Ne pas analyser suffisamment les données fournies.
- Oublier de justifier les choix proposés.
- Ne pas respecter les contraintes de longueur dans les réponses.

### **Points de vigilance :**

- Être clair et concis dans les réponses.
- Utiliser un langage professionnel et adapté au secteur.
- Prendre en compte les attentes des clients dans chaque proposition.

### **Conseils pour l'épreuve :**

- Bien lire chaque question pour comprendre ce qui est demandé.
- Structurer ses réponses pour faciliter la lecture.
- Utiliser des exemples concrets pour illustrer ses propos.

Copyright © 2026 FormaV. Tous droits réservés.

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.

Copyright © 2026 FormaV. Tous droits réservés.

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.