

SESSION 2006

BREVET DE TECHNICIEN SUPERIEUR

MANAGEMENT DES UNITES COMMERCIALES

**U4 – MANAGEMENT ET GESTION DES
UNITES COMMERCIALES**

**Durée : 5 heures
Coefficient : 4**

**Calculatrice autorisée.
Tout autre matériel et document de référence sont interdits.**

**Dès que le sujet est remis, assurez-vous qu'il soit complet.
Le sujet comporte 16 pages, numérotées de 1 à 16.
(sans compter la page de garde)**

Code sujet : MUMGUC

Management et Gestion des Unités Commerciales

Epreuve E4

Unité E4

Coeff. 4

Ce sujet comporte 16 pages

LEROY MERLIN

Les magasins Leroy Merlin sont des grandes surfaces de bricolage (9 500 m² en moyenne) implantées à proximité des grandes agglomérations. Ils offrent, en libre-service et vente assistée, un assortiment très large de produits et de services organisés en cinq univers : bricolage, construction, jardinage, équipement, sanitaire et décoration. L'enseigne est leader sur le marché français dans les domaines du bricolage et de l'aménagement de la maison.

L'unité commerciale de Bayonne a été créée en 1998. Le magasin comptait alors 7 500 m² de surface de vente. Les débuts de Leroy Merlin à Bayonne ont été difficiles. Des problèmes d'affaissement de terrain ont entraîné la fermeture partielle de l'unité commerciale et le magasin a dû continuer à fonctionner dans des locaux provisoires durant la durée des travaux. Depuis l'inauguration officielle du nouveau bâtiment, l'unité commerciale connaît une réussite exemplaire caractérisée notamment par une augmentation continue du chiffre d'affaires.

Assistant manager au Leroy Merlin de Bayonne, vous êtes affecté(e) au « monde sol » et placé sous la responsabilité directe de Frank Dufourq, le chef de secteur. Le « monde sol » qui emploie 12 personnes, regroupe les rayons revêtements de sol, le carrelage et le parquet. Ce secteur témoigne de la volonté de l'enseigne de regrouper en univers de consommation, des produits répondant à un même type de besoin de la clientèle.

Frank Dufourq vous confie la mission d'organiser l'opération promotionnelle annuelle sur les parquets. En 2006, cette opération baptisée « podium parquet » est programmée sur 4 semaines au mois de septembre.

Frank Dufourq vous demande de travailler sur trois dossiers :

- le recrutement d'un conseiller de vente pour faire face au surcroît d'activité pendant l'opération promotionnelle.
- la construction du planning de l'équipe commerciale.
- l'analyse des retombées de l'opération 2005 afin de préparer l'action promotionnelle en 2006.

NB : Bien qu'inspirées d'un cas réel, pour des raisons de confidentialité et de simplification, les données chiffrées et les mises en situation sont fictives.

DOSSIER 1 : Le recrutement d'un collaborateur (Annexes 1 à 5)

L'organisation et la mise en place de l'opération de promotion nécessitent l'embauche d'un(e) conseiller(ère) de vente. Vous êtes chargé(e) d'assister M. DUFOURQ pour ce recrutement.

- 1.1. Rédigez une annonce de recrutement d'un(e) conseiller(ère) de vente pour publication dans la presse quotidienne locale.
- 1.2. Etablissez un classement des candidatures spontanées à partir des CV. Justifiez votre classement.
- 1.3. Construisez une grille d'évaluation des candidats à utiliser lors de l'entretien de recrutement.
- 1.4. Rédigez le guide d'entretien que le manager utilisera lors des entretiens de recrutement. Vous limiterez à 15 le nombre de questions posées.
- 1.5. Présentez le planning de la journée d'accueil et d'intégration du nouveau conseiller de vente.

DOSSIER 2 : L'organisation de l'opération promotionnelle (Annexes 5 à 9)

Monsieur DUFOURQ vous demande de l'assister dans l'organisation du Podium qui a pour objectif de relancer les ventes des produits du sous-rayon « Parquets ». Il s'agit pour vous de planifier la préparation de cette opération et d'organiser le travail des membres de l'équipe.

- 2.1. Planifiez les tâches à effectuer et déterminez le nombre de jours qui seront nécessaires à la préparation de cette opération promotionnelle.
- 2.2. Quelles sont les étapes de la préparation pour lesquelles un retard est à éviter ? Évaluez la marge de manœuvre dont disposera M. DUFOURQ pour les autres tâches.
- 2.3. Déterminez, pour chaque tranche horaire, le nombre de conseillers permettant d'assurer un bon service à la clientèle pendant l'opération.
- 2.4. Etablissez le planning hebdomadaire de présence sur le podium du nouveau vendeur.

**DOSSIER 3 : Analyse de rentabilité de l'opération promotionnelle
(Annexes 10 à 12)**

Afin d'optimiser l'efficacité de l'opération promotionnelle « podium parquet » de 2006, vous êtes chargé :

- d'analyser les retombées de l'opération similaire réalisée en 2005 ;
- de proposer des solutions pour rentabiliser l'opération promotionnelle en 2006 ;
- de programmer l'approvisionnement d'une référence en promotion.

3.1. Construisez et complétez un tableau de bord concernant l'opération promotionnelle et mettant en évidence :

- les écarts entre les quantités réellement vendues et les quantités prévues ;
- les écarts entre les chiffres d'affaires réalisés et prévus ;
- les écarts entre les marges réalisées et les marges prévues.

3.2. Analysez les résultats précédents par rapport aux objectifs fixés.

3.3. Comparez les résultats de l'opération promotionnelle 2005 par rapport à une période hors promotion.

3.4. Analysez les résultats précédents.

3.5. Formulez des propositions pour améliorer la rentabilité de l'opération en 2006.

3.6. Vous êtes chargé de programmer les approvisionnements pour l'opération « podium parquet 2006 » pour la référence « Eco clip 6 mm chêne ». Présentez le programme d'approvisionnement pour les semaines 1 à 4 de la promotion.

Barème :

Dossier 1 : 25 points

Dossier 2 : 20 points

Dossier 3 : 30 points

Forme : 5 points

Total : 80 points