

COMPRENDRE ET DISTINGUER LES CONCURRENTS DIRECTS ET INDIRECTS

La structure de la concurrence		
Type de commerce	Nombre de m ²	Nombre de magasins
Hypermarchés	4 700	1
Supermarchés	13 875	8
Hard Discount	4 700	3

Magasins nominatifs	Nombre de m ²
Auchan	6 000
Leclerc	4 700
Intermarché Gien	1 800
Intermarché Bonnée	2 100
Super U Saint Père	2 400
Intermarché Briare	1 200
Intermarché Poilly	975
Champion Gien	2 400
Champion Briare	1 500
Super U Bonny	1 500
Leader Price Sully	1 200
Aldi	1 700
Lidl	1 800

MAGASIN PRINCIPAL ET TAUX DE POSSESSION DE LA CARTE AUCHAN

Auchan est-il le magasin dans lequel vous dépensez le plus par mois ?

	% nov 04	% mars 05	% nov 05
Oui	70,6	68,0	64,8

Possédez vous la carte Auchan ?

	% nov 04	% mars 05	% nov 05
Oui	71,5	64,9	80,0

Source : Enquête interne demandée par l'enseigne.

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL		SESSION 2006	
SPÉCIALITÉ : COMMERCE		Coefficient : 4	
ÉPREUVE E1 : Sous-épreuve E 11		Durée : 3 heures	
Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale		SUJET	
0609-CO ST 11		Page 11 sur 18	

**AVEC MA CARTE,
JE ME FAIS PLAISIR EN FAISANT DES ÉCONOMIES.
C'EST VRAIMENT WAAOH !**



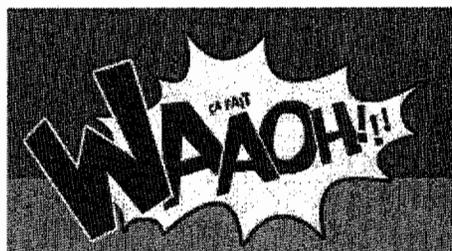
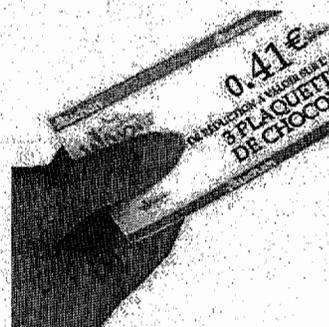
Je cumule des euros

- Je repère et j'achète les produits signalés en magasin.
- Je présente ma carte à l'hôtesse de caisse.
- Je cumule des euros au fil de mes achats dans tous les magasins Auchan.
- Je dépense mes euros comme bon me semble lors d'une prochaine visite dans le magasin que je fréquente le plus.



Je reçois des bons de réduction

- Je bénéficie d'offres lors de mon passage en caisse, sur présentation de ma carte.
- Ces offres correspondent à mes goûts et à mes envies pour me faire plaisir en faisant des économies



Source : AUCHAN

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL	SESSION 2006
SPÉCIALITÉ : COMMERCE	Coefficient : 4
ÉPREUVE E1 : Sous-épreuve E 11	Durée : 3 heures
Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale	SUJET
0609-CO ST 11	Page 12 sur 18

DOSSIER DÉMARQUE - AUCHAN**1/ Constat :**

La démarque est de plus en plus importante dans le rayon rasage.
 2% en 2004 et plus encore.
 Le mal s'amplifie, ce qui engendre une perte de C.A. importante et une hémorragie de marge.
 Les produits concernés : lames "haut de gamme" : Gillette Mach3, Sensor Excel, Sensor.

2/ Objectifs :

Répondre aux besoins de nos clients :

- 1/ en s'assurant que les produits sont toujours disponibles en rayon
- 2/ en éradiquant la démarque
- 3/ en développant les ventes

avec une solution pour une satisfaction durable...

3/ La procédure à suivre :

Contrôler les produits reçus par rapport à la commande.
 Placer rapidement les produits dans une zone sécurisée de stockage (idéalement : remplissage dès réception).
 Les implanter si possible dans une "zone chaude" pour éviter le vol facile.
 Se doter d'un matériel adapté pour éviter le vol de masse (Eurobox avec capot antivol).
 Faire des inventaires réguliers pour éviter les erreurs et mesurer l'efficacité du dispositif.
 Sensibiliser l'ensemble des équipes concernées à la mise en place de ce projet (chefs de rayon, E.L.S., hôtesses de caisse, chef de caisse, service sécurité).
 Évaluer les mesures prises pour les adapter, les abandonner si nécessaire.

4/ Modalités de mise en œuvre :

Achats de boîtiers auprès de la société Plastirapid la seule en mesure de répondre aux contraintes techniques du projet.
 Les lames devront être mises sous boîtiers antivol par le personnel du magasin.
 Les boîtiers sont la propriété du magasin.
 Le bon de commande vous sera remis par le représentant Gillette en magasin.

5/ Implantation des boîtiers antivol :

Temps de remplissage actuel des lames concernées : remplissage que l'on peut qualifier de défensif = 1 h 45 par semaine.
 Temps de remplissage avec coques : récupérer les coques en caisse, remplissage des coques remplissage du rayon deux à trois fois par semaine, processus de commande moins fréquent, rayon protégé ne nécessitant pas de remplissage défensif : 1 h 45 par semaine.
 Donc on ne passe pas « plus ou moins » de temps à remplir. Simplement on occupe le temps différemment.

6/ Matériel de linéaire :

Les coques sont étudiées pour correspondre à tout type de linéaire y compris l'implantation sur broches.

7/ Esthétisme :

Ce matériel vous permettra de conserver la linéarité de votre rayon avec Eurobox mais également avec des broches puisque les coques sont pourvues de languettes adaptées.

8/ Coût du matériel :

Auchan Hypermarché de 6 000 m² : 567 € si découpleurs présents.
 Auchan Hypermarché de plus de 6 000 m² : 1 321 € si découpleurs présents.

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL		SESSION 2006	
SPÉCIALITÉ : COMMERCE		Coefficient : 4	
ÉPREUVE E1 : Sous-épreuve E 11		Durée : 3 heures	
Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale		SUJET	
0609-CO ST 11		Page 13 sur 18	

ANNEXE 1 à compléter et à rendre avec la copie

1.1/ TABLEAU DE BORD DU RAYON PARFUMERIE CUMULÉ SUR 12 MOIS ANNÉE 2005

Sous rayons	* C.A. cumulé 2004	* C.A. cumulé 2005	** Progression en %	Nombre de clients 2004	Nombre de clients 2005	** Progression en %	Articles vendus 2004	Articles vendus 2005	** Progression en %	Panier moyen 2004	Panier moyen 2005	** Progression en %
SOINS FEMME	189	201		33 049	29 843	- 9,70	43 514	39 250	- 9,80	5,72	6,74	17,83
SHAMPOOING	179	172		40 466	37 633	- 7,00	55 516	51 019	- 8,10	4,42	4,57	
HYGIÈNE DENTAIRE	128	138	7,81	41 608	41 733		58 475	77 744	32,95	3,08	3,31	7,43
RASAGE	124	127	2,42	21 958	21 782		27 258	26 958	- 1,10	5,65	5,83	3,19
MAQUILLAGE	95	113	18,95	12 777	13 557	6,10	16 368	19 470		7,44	8,34	12,10
COLORATION	115	107	- 6,96	33 494	30 446	- 9,10	44 321	40 509		3,43	3,51	
ACCESSOIRES DE COIFFURE	74	91	22,97	14 962	18 120	21,11	21 198	26 158	23,40	4,95	5,02	1,41
PRODUITS COIFFANTS ET LAQUES	93	90	- 3,23	18 671	17 700	- 5,20	21 346	20 193	- 5,40	4,98	5,08	2,01
HYGIÈNE CORPORELLE	95	90	- 5,26	9 621	9 092	- 5,50	10 736	10 049	- 6,40	9,87	9,90	0,30
DÉODORANTS	95	88	- 7,37	23 760	22 216	- 6,50	28 435	26 559	- 6,60	4,00	3,96	- 1,00
TOTAL RAYON	1 187	1 217		250 366	242 122		327 167	337 909		4,74	5,03	

* Les C.A. sont donnés en milliers d'euros pour des raisons de commodité

** Arrondir les calculs à 2 chiffres après la virgule.

Indiquez le détail des calculs pour le sous rayon soins femme :

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL		SESSION 2006
SPÉCIALITÉ : COMMERCE		Coefficient : 4
ÉPREUVE E1 : Sous-épreuve E 11		Durée : 3 heures
Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale		SUJET
0609-CO ST 11	Page 14 sur 18	

MESURE DE L'ATTRACTIVITÉ DU MAGASIN (suite)

Structure de la concurrence et axes de communication	<p>-</p> <p>(Une réponse attendue)</p>	Axes de communication à développer : <p>-</p> <p>-</p> <p>(Deux réponses attendues)</p>
Fidélisation de la clientèle et actions à mener	<p>-</p> <p>(Une réponse attendue)</p>	Actions à mener : <p>-</p> <p>-</p> <p>-</p> <p>-</p> <p>(Cinq réponses attendues)</p>

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL		SESSION 2006
SPÉCIALITÉ : COMMERCE		Coefficient : 4
ÉPREUVE E1 : Sous-épreuve E 11		Durée : 3 heures
Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale		SUJET
0609-CO ST 11	Page 16 sur 18	

LINÉAIRE ATTRIBUÉ AUX PRODUITS : GEL À RASER 200ML

Dénomination du produit	Marge unitaire en €	Linéaire attribué en mètres	% de marge unitaire *	% de linéaire développé *	Indice de sensibilité à la marge *	Interprétation	Calcul du nouveau linéaire
MENNEN gel de rasage hypoallergénique	1,46	0,90	15,34	15	1,02		
MENNEN gel de rasage protection renforcée	1,53	0,80	16,07		1,21		
GILLETTE gel peaux sensibles	0,80	0,70		11,67	0,72		
GILLETTE gel ultra confort	0,48	0,70	5,04		0,43		
NIVEA for MEN gel barbe difficiles	0,42	0,55	4,41	9,17	0,48		
AUCHAN gel peaux fragiles	1,31	0,80	13,76	13,33	1,03		
AUCHAN gel barbes difficiles	1,72	0,80	18,07	13,33	1,36		
AUCHAN gel peaux à problèmes	1,80	0,75					
Total	9,52	6	100 %	100 %			

* Arrondir les calculs à 2 chiffres après la virgule.

Présentez le détail de vos calculs pour le produit AUCHAN gel peaux à problèmes :

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL	SESSION 2006
SPÉCIALITÉ : COMMERCE	Coefficient : 4
ÉPREUVE E1 : Sous-épreuve E 11	Durée : 3 heures
Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale	SUJET
0609-CO ST 11	Page 17 sur 18

Montant de la démarque inconnue du rayon parfumerie

Inventaire de juin 2005

Sous rayons	C.A. cumul 6 mois	Démarque inconnue constatée	Taux de démarque inconnue *
Soins femme	201	0,804	
Shampooing	172	0,516	0,3
Hygiène dentaire	138	0,414	0,3
Rasage	127	2,159	1,7
Maquillage	113	1,695	
Hygiène corporelle	107	0,321	0,3
Accessoires de coiffure	91	0,546	0,6
Produits coiffants et laques	90	0,540	0,6
Coloration	90	0,270	0,3
Solaire	88	0,352	
Total rayon	1 217	7,617	

Les chiffres d'affaires et la démarque sont indiqués en milliers d'euros pour des raisons de commodité.

* Arrondir les calculs à 1 chiffre après la virgule.

Indiquez ci-dessous le détail des calculs utilisés pour le sous rayon solaire :

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL		SESSION 2006
SPÉCIALITÉ : COMMERCE		Coefficient : 4
ÉPREUVE E1 : Sous-épreuve E 11		Durée : 3 heures
Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale		SUJET
0609-CO ST 11	Page 18 sur 18	

ÉPREUVE E1 – Épreuve scientifique et technique
SOUS ÉPREUVE E11 : Préparation et suivi de l'activité

N° d'anonymat du candidat :

<u>PARTIE 1</u>		
1.1	/ 7,5	/ 27,5
1.2	/ 4	
1.3	/ 8	
1.4	/ 8	
<i>Correcteur :</i>		
<u>PARTIE 2</u>		
	/ 19	/ 19
<i>Correcteur :</i>		
<u>PARTIE 3</u>		
3.1	/ 7,5	/ 20,5
3.2	/ 3	
3.3	/ 3	
3.4	/ 7	
<i>Correcteur :</i>		
<u>PARTIE 4</u>		
4.1	/ 6	/ 13
4.2	/ 7	
<i>Correcteur :</i>		
TOTAL		/ 80
NOTE FINALE		/ 20