

DEVOIR NOVEMBRE 2020





GRC Durée 2 à 3 Heures

Evaluation des compétences spécifiques

Compétences	😊	😞	Compétences	😊	😞



DOSSIER 1 Réimplantation linéaire
 ...d'après FAP BTS MUC Melle CROCHERIE

idem	idem	idem
idem	idem	idem
idem		idem
idem		idem
 L= 1,33	L= 2,66	 L= 1,33
A :Engrais plantes d'intérieur	C: Engrais potager	B : Engrais extérieur

D' après FAP C53 Marlène CROCHERIE Jardiland MONTAUBAN

ENGRAIS	CA HT	Linéaire au sol(ml)* en cm	Linéaire développé attribué (ml)** en cm	Marge	%LD	CA%	MB %
A : Engrais plantes intérieur	7 190,00			2 344,83			
B : Engrais extérieur (gazon, fleurs)	9 832,25			3 067,64			
C: Engrais potager	17 957,86			6 186,67			
TOTAL	34 980,11			11 599,13			

ENGRAIS	Isca	Ismb	Isg	Nouveau linéaire développé (en cm)	Nouveau linéaire au sol	Décision opérationnelle
A : Engrais plantes intérieur						
B : Engrais extérieur(gazon, fleurs)						
C: Engrais potager						

- 1°) Calculez les indices I_{Sca} , I_{Smb} et $I_{Sgénéral}$
2°) Proposez une nouvelle implantation des engrais

Question 1 : calculez les indices de sensibilité

Question 2 : Proposez une nouvelle implantation

DOSSIER 2

Suite au cours <http://alain-moroni.fr/telechargement/btsmc0/BC23-4%20ALV/BC23-4%20Animation%20Lieu%20Vente%20Merch.doc>

Vous ferrez les exercices suivants :

Exercice n°1 : calcul du Seuil de Rentabilité

RESSOURCE 7**Données chiffrées de l'animation commerciale**

Flyers	40 € (élaborés et imprimés en interne)
Lot « repas pour deux »	80 €
Produits de dégustation (nuggets, sauces, crèmes dessert soja, sirops AB)	150 € (coûts d'achat HT) 1/3 de ces coûts sont pris en charge par un fournisseur.
Location table cuisson et micro	100 € pour les deux jours
Kits dégustation envoyés par le siège	40 € (gobelets carton recyclables, piques bois...)
Prix de vente TTC moyen des produits vegan (hors promotion)	4 € Taux de TVA appliqué : 5,5 %
Indice de vente des produits vegan	2,5
Remise exceptionnelle le jour de l'animation sur le PV public	10 % sur les produits vegan
Coefficient multiplicateur	2,7 (hors promotion)
Droits Sacem	Le paiement étant annuel, nous considérons ce coût par animation comme négligeable

Calculez le seuil de rentabilité de cette ALV (en valeur et en volume)

Exercice n°2

Sachant que nous avons vendus 85 produits VEGAN. Quel est le résultat comptable de cette opération d'ALV ?

Exercice n°3 Indicateurs ALV

- Selon la technique (avant-après)

6

	Jour de l'animation	Semaine précédant l'animation
stock initial	25	30
stock final	5	25
Ventes réalisées	20	5
CA HT réalisé	999,83 €	249,96 €
CA TTC réalisé	1 199,80 €	299,95 €

Coeff X = 2

Calculer :

- (Marge Brute Avant) ---(Marge brute Après) de cette l'ALV
- CA avant, CA après
- Volume des ventes Avant, Volume des ventes Après

Concluez sur la performance commerciale de cette ALV

- Sachant que le coût de l'animatrice d'élève à 458 €, calculez le résultat de cette ALV

Concluez sur la performance économique de cette ALV. Quels sont le point + et le point – de cette ALV ?

- Sachant qu'il reste 5 produits invendus (stock final), que proposez-vous pour éliminer ces produits ?

DOSSIER 3 Promotions et Rétro-planning

Nécessité de planifier les promotions à l'aide d'un rétro-planning

Il vous est demandé de planifier la préparation de cette manifestation

Planning des tâches à réaliser

N° de tâche	Tâches à réaliser	Durée en jours	Tâches antérieures
A	Prévoir l'organisation du PODIUM (date, durée, choix du produit)	1	-
B	Choisir les produits sélectionnés parmi ceux retenus par la centrale d'achat de Leroy Merlin	2	A
C	Vérifier auprès de la centrale d'achat les délais d'approvisionnement des produits	1	B
D	Négocier auprès de la centrale des ILV/PLV sur les produits exposés	5	B
E	Préparer la campagne de communication locale (moyen(s) de communication utilisé(s) et zone(s) de chalandise à définir)	2	A
F	Évaluer l'impact de chaque moyen de communication en termes de trafic et de taux de transformation	1	E
G	Choisir le dispositif de campagne de communication locale	1	F
H	Définir un budget pour l'opération	1	C, G
I	Briefing de l'équipe commerciale sur l'opération et formation sur les produits	3	H
J	Démonter la TG actuelle du secteur	1	H
K	Réceptionner les produits référencés sur le podium et commandés (délai d'acheminement, vérification, mise en réserve et placement des produits en magasin)	8	J
L	Mettre en place la signalétique du PODIUM	8	D, J
M	Mettre à jour la base de données (les prix, les références...)	1	K, L
N	Début de l'opération	0	I, M

5 Source : interne au magasin Leroy-Merlin – Jaux

Faites un PERT

Calculer la durée totale du projet

Sachant que l'événement aura lieu le vendredi 27 Novembre QUAND faut-il commencer à réaliser ce projet (dimanches = jours sans travail) ?