

**BTS Management des Unités Commerciales**  
**Lycée Antoine Bourdelle**  
**Epreuve E5 CCF : ANALYSE ET CONDUITE DE LA RELATION**  
**COMMERCIALE**

Session 2007

**Thème : S423-2 La relation commerciale et la mercatique opérationnelle**

**Question 1 :** Montrer que les outils de gestion et d'analyse d'un rayon concourent à la satisfaction et à la fidélisation de la clientèle

**Question 2**

A l'aide de l'annexe 1, vous résoudrez le problème commercial suivant.

Vous êtes nommé responsable des rayons habillement d'un hypermarché du centre de la France. Afin de mener une étude réaliste, on vous communique les résultats d'une enquête par interviews réalisées en face à face (via système CAPI) en sortie de point de vente, auprès de la clientèle.

Prenez connaissance des résultats de l'impact global des rayons habillement en annexe 1.

On rappelle que :

**Potentiel** : somme % des sous-populations potentielles (achètent en hyper ou super mais pas chez GEANT + achètent UN PEU OU EN PARTIE chez GEANT + achètent TOUT OU PRESQUE chez GEANT)

**Performance** = (achète UN PEU OU EN PARTIE chez GEANT X 0,5) + (achète TOUT OU PRESQUE chez GEANT X 1)

Indice de performance = performance par rapport au potentiel

- reportez vos calculs sur la carte de segmentation des rayons habillement
- commentaires pour le rayon Habillement Enfants

**Question 3**

A partir de votre expérience en entreprise et de vos connaissances, Montrez comment un manager de rayon peut animer son linéaire (en termes d'objectifs et de moyens)

## Annexe 1

### RAYONS HABILLEMENT : impact global

	non-concerné, n'en achète jamais	Achète mais pas en hyper ou super	Achète en hyper ou super mais pas chez GEANT	Achète un peu ou en partie chez GEANT	Achète tout ou presque chez GEANT
collants- chaussettes-lingerie	3%	10%	15%	33%	39%
Chaussures	3%	47%	23%	20%	7%
Habillement Homme	23%	37%	20%	13%	7%
Habillement Femme	20%	39%	17,80%	16%	7,20%
Habillement Enfant	25%	38%	34%	2%	1%

Annexe 2

### RAISONS DE NON-ACHAT CHEZ GEANT / RAYONS HABILLEMENT

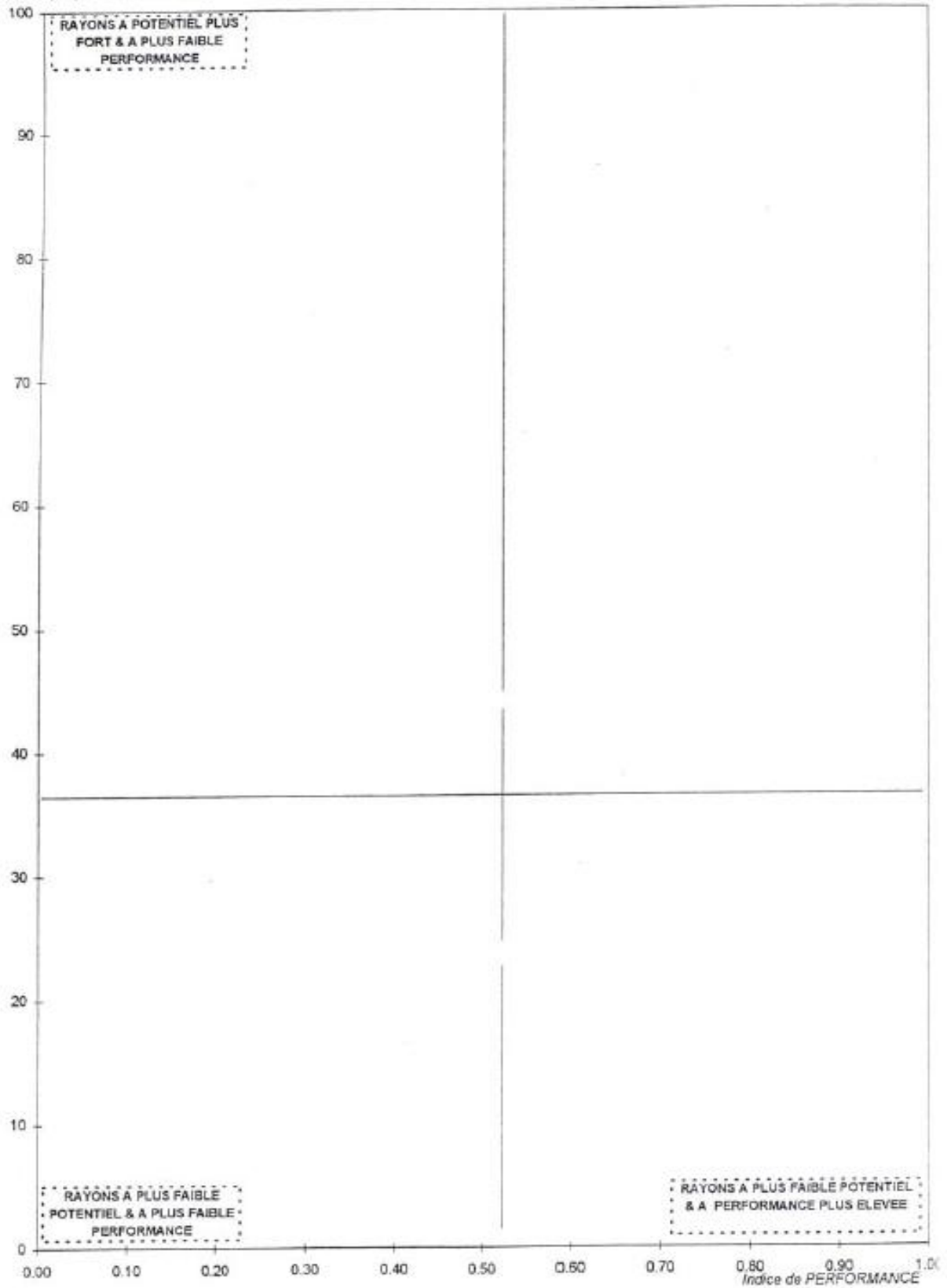
(/ Sous-populations : Achètent UN PEU OU EN PARTIE chez GEANT  
Achètent TOUT OU PRESQUE chez GEANT)

**Pourquoi NE réalisez-vous PAS OU PAS PLUS d'achats chez GEANT ?**  
**-2 réponses possibles-**

En %	Collants-chaussettes-lingerie	Chaussures	Habillem Hommes	Habillem Femmes	Habillem Enfants
Rayon mal organisé (on a du mal à trouver ce que l'on cherche)	0.9	0.0	0.0	1.0	1.0
Rayon mal placé dans le magasin (oubli, difficulté à le trouver)	0.0	0.0	0.0	1.4	1.4
Niveau de qualité insuffisant	1.7	2.1	1.8	1.0	1.0
Niveau prix trop élevé	3.8	3.8	3.9	4.4	12.6
Problème de taille	0.7	3.1	4.8	11.2	2.1
Pas confiance à GEANT pour ce type de produit (manque de professionnalisme)	0.9	1.5	2.0	9.0	0.4
Habitude ailleurs, garde ses habitudes	1.9	25.8	28.1	44.1	23.4
Promotions insuffisantes ou intéressantes	10.3	3.1	17.1	19.3	28.8
N'aime pas les produits CASINO	0.0	0.0	0.0	1.1	0.0
Pas suffisamment de premiers prix	3.7	0.0	1.1	3.7	8.9
Manque de choix / marques connues	2.3	0.2	13.1	24.1	2.0
Manque d'amabilité, accueil peu agréable	0.0	0.0	0.1	0.9	0.9
Attente trop longue pour être servi (ou pour obtenir un renseignement)	0.0	0.0	1.7	0.0	0.0
Manque souvent des produits en rayon (rupture)	12.2	2.3	15.3	16.8	18.6
Prix souvent mal indiqués	0.9	1.0	1.0	1.1	3.2
Rayon mal tenu, mal présenté, pas envie d'acheter	0.9	13.2	6.1	8.6	11.2

## SEGMENTATION DES RAYONS HABILLEMENT : POTENTIEL / PERFORMANCE

POTENTIEL : sous population achetant en  
Hyper ou Super (Géant ou Concurrence)



## SEGMENTATION DES RAYONS HABILLEMENT : POTENTIEL/PERFORMANCE

*POTENTIEL* : sous-population achetant  
en Hyper ou Super (Géant ou Concurrence)

