

DEVOIR N°6, FEVRIER 2009

Lycée Antoine Bourdelle

GRC

Durée 1 Heure

Matériel autorisé : calculatrice de poche à fonctionnement autonome et sans imprimante, de dimension maximale à la base de 15 X 21 cm (circulaire n°86-228, du 28 juillet 1986) à l'exclusion de tout autre document.

THEME : 423-2 LA GESTION DE L'OFFRE ET LA MERCATIQUE DE SITE

Proposition de Sujet

Question 1 :

- Précisez les contraintes dans le choix d'un assortiment ainsi que les indicateurs permettant d'évaluer la pertinence d'un assortiment.

Question 2 :

Stagiaire au Super U de Négrepelisse (82), vous constatez de faibles indices de performance du rayon boisson et plus particulièrement de la famille Soft-drink. Votre responsable vous demande de porter votre réflexion sur le plan de masse de cette famille.

A l'aide des annexes résolvez le problème commercial suivant :

- Proposez un nouveau plan de masse pour la famille des Soft-Drink en ne tenant compte que de la première clé d'entrée (Gaz/Sans Gaz). Justifiez votre proposition par des calculs pertinents
- Pour la seule sous-famille des COLAS, quel plan de masse proposeriez-vous ?
- Le directeur approuve votre plan de masse (question 1). Quelles peuvent être les étapes suivantes qui vous conduiront à la réimplantation finale de cette famille ?

Question 3 :

- A l'aide de vos connaissances et de votre expérience en entreprise présentez les différents outils de mesure de satisfaction de la clientèle.

Annexe 1 Systeme U - Marketing Centrale Nationale Soft Drink

📄 **Les colas (gazeux)**

📄 **Les limes (gazeux)**

📄 **Les Tonics (gazeux)**

📄 **Les Limonades (gazeux)**

📄 **Les Sodas & Boissons aux fruits Gazeuses**

📄 **Les Boissons au Thé (plat)**

📄 **Les Boissons aux Fruits Plates**

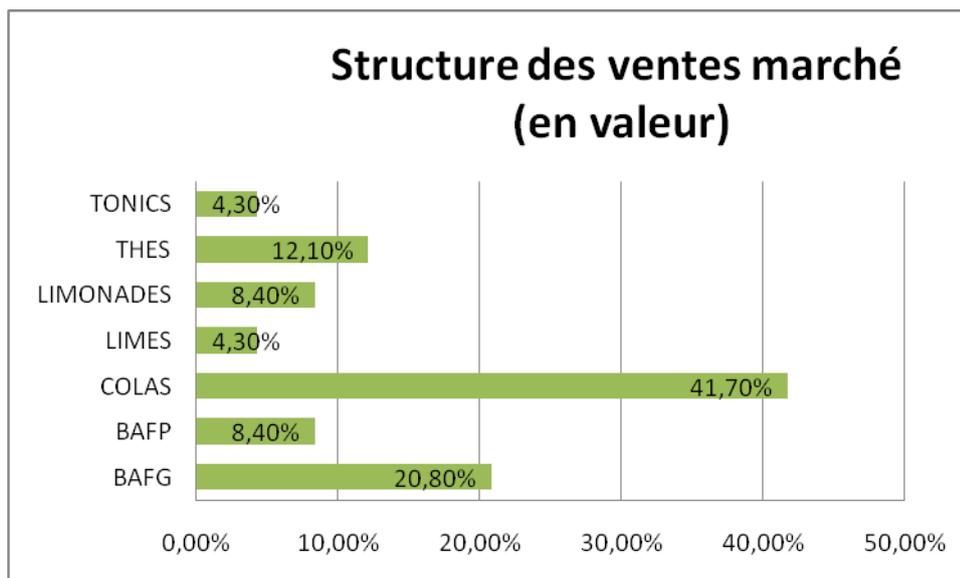
Annexe 2 Critères d'achat des consommateurs et logique d'achat

Critère n°1 : Avec Gaz / Sans Gaz

Critère n°2 : La Marque

Critère n°3 Le format (conditionnement 1,5L / pack de 6)

Critère n°4 : Normal / Sans sucre



Annexe 3
Structure des
ventes marchés
(en valeur)
Chiffres Nielsen
CAM au
11/01/2009

Annexe 4 Les COLAS

COCA-COLA : 80% dont 1,5L 75% et pack de 6 25%

PEPSI-COLA : 20% dont 1,5L 100%