

BTS Management des Unités Commerciales

EPREUVE E5 : ANALYSE ET CONDUITE DE LA RELATION COMMERCIALE

Session CCF 2012

Sujet n° 3

Thème : La mise en valeur de l'offre de produits et de services

Question 1

- Justifier la pertinence de la mise en valeur des produits et montrer son efficacité

Question 2

À l'aide de l'annexe, vous résoudrez le problème commercial suivant :

Le Directeur du Super U de Saint Médard vous demande d'élaborer des recommandations sur la tenue du rayon « boissons non alcoolisées ».

- **2.1 Analysez** le rayon « boisson non alcoolisée » de ce supermarché en calculant les indicateurs qui vous semblent appropriés.
- **2.2 Commentez** les résultats
- **2.3 Préconisez** des solutions pour améliorer la rentabilité du rayon.

Question 3

- À partir de votre expérience et de vos connaissances présentez les différents outils de mesure de satisfaction de la clientèle.

Annexe

Indicateurs

| | Chiffre d'affaires en milliers d'€ | Marge en € | Linéaire au sol |
|---------------------------------------|------------------------------------|------------|-----------------|
| Rayon boissons non alcoolisées | | | |
| Colas | 50 | 0,48 | 9,2 |
| <i>Dont Standard</i> | 33,5 | 0,3 | 6,2 |
| <i>Dont Light</i> | 16,5 | 0,18 | 3 |
| Sodas et boissons aux fruits gazeuses | 17,3 | 0,22 | 7,4 |
| <i>Dont Standard</i> | 15,1 | 0,16 | 6,2 |
| <i>Dont Light</i> | 2,2 | 0,08 | 1,2 |
| Boissons à base de thé | 9,4 | 0,18 | 4,8 |
| Boissons aux fruits plates | 8 | 0,15 | 3,9 |
| Limonades | 7,7 | 0,09 | 1,8 |
| Tonics | 4,2 | 0,09 | 1,5 |
| TOTAL | | | |

Structure des ventes Marché

