

## BTS Management des Unités Commerciales

### Epreuve E5 : ANALYSE ET CONDUITE DE LA RELATION COMMERCIALE

Session 2007

Sujet n°L07-2

Thème : La gestion de l'offre

#### Question 1

- Après avoir défini la notion d'assortiment, vous justifierez l'importance du choix de l'assortiment pour assurer la rentabilité de l'unité commerciale.

#### Question 2

A partir des annexes 1 et 2, vous résoudrez le problème commercial suivant :

Vous êtes l'assistant(e) du manager d'une grande surface spécialisée dans les jouets, implantée en périphérie d'Epinal.

Dans le cadre d'une quinzaine promotionnelle des activités de plein air, vous devez optimiser les performances de deux produits d'appel : le toboggan et les rollers.

- Le toboggan «GigaGliss» est vendu habituellement 129 € au consommateur. Lors de l'opération promotionnelle, il est envisagé de le vendre au prix de 99 €. Le coefficient d'élasticité constaté pour cette famille de produits est de  $-2,6$ . Déterminez le taux d'accroissement prévisible des ventes en volume durant la période promotionnelle. Commentez.
- Le magasin propose seulement deux références de rollers : « Basic rollers » et « Top rollers ». A partir des informations de l'annexe 2, calculez les indices de sensibilité pour ces deux produits.
- Commentez les résultats de vos calculs et formulez les préconisations nécessaires.

#### Question 3

- A partir de votre expérience en entreprise et de vos connaissances, montrez l'importance de la diversité de l'assortiment dans l'unité commerciale.

**Annexe 1 : Toboggan « Gigagliss »**

Période	Hors promotion	Promotion
Prix de vente consommateur	129 €	99 €

Coefficient d'élasticité de la famille de produits : - 2,6

**Annexe 2 : Rayon « Rollers »**

Produit	Basic rollers	Top rollers
Linéaire développé	0,60 m	0,40 m
Coût d'achat unitaire ht	28,20 €	41,60 €
Prix de vente unitaire ht	35,40 €	52,80 €
Quantité vendues (moyenne mensuelle)	40	26
% linéaire développé		
Chiffre d'affaires		
% chiffre d'affaires		
Marge brute unitaire		
Marge brute globale		
% marge brute		
I S au chiffre d'affaires		
IS à la marge brute		