

ANNEXE 1

Première proposition d'action promotionnelle :

Réduction du prix de vente aux consommateurs. Celui-ci passerait de 3,13 € HT à 2,65 € HT.

Dans cette hypothèse, les ventes seraient les suivantes :

	Juillet	Août
Sans la promotion	520	420
Avec la promotion	590	470

Deuxième proposition d'action promotionnelle :

Commercialisation du produit au même prix 3.15 € HT, mais en ajoutant une prime qui serait une pompe à crème lavante. La marge unitaire diminuera de 0,15 €

Dans cette hypothèse, les ventes seraient les suivantes :

	Juillet	Août
Sans la promotion	520	420
Avec la promotion	630	460

Taux de marque distributeur : 25%

ANNEXE 2 : tableau à compléter

	1 ^{ère} proposition de promotion		2 ^{ème} proposition de promotion	
	sans promotion	avec promotion	sans promotion	avec promotion
Calcul de la marge brute unitaire du magasin				
Calcul de la marge brute globale du magasin				

BTS Management des Unités Commerciales

Epreuve E5 : ANALYSE ET CONDUITE DE LA RELATION COMMERCIALE

Session 2007

Sujet n°2

Thème : La communication locale

Question 1 : Caractériser les médias et supports utilisés

Question 2

À l'aide des annexes 1 et 2, vous résoudrez le problème commercial suivant :

Une grande surface commercialise depuis deux ans le produit BOSAVON, une crème de savon parfumée destinée aux ménages. Ce produit est commercialisé en conditionnement plastifié avec un bec verseur, de façon à rendre son utilisation plus facile pour le lavage des mains.

Le service promotion des ventes propose deux actions possibles pour la prochaine campagne promotionnelle des mois de juillet et août.

- Complétez le tableau de l'annexe 2 pour le cumul des mois de juillet et août
- Analysez les résultats de chaque action et indiquez l'action promotionnelle la plus favorable pour la grande surface.
- Listez les autres indicateurs (humains, matériels) qui seraient nécessaires de connaître afin d'évaluer la performance réelle de cette promotion.

Question 3

- A partir de votre expérience en entreprise et de vos connaissances, montrer l'intérêt des logiciels de GRC dans la gestion de la relation client