

SESSION 2015
BTS Management des Unités Commerciales
EPREUVE E4 : Management et Gestion des Unités Commerciales

WOODBASS.COM / ELEMENTS DE CORRIGE

Dossier 1 : Etude du projet d'extension du point de vente

1.1 Calculez le résultat d'exploitation prévisionnel généré par le nouvel espace de vente en 2015.

CA HT prévisionnel	$6\ 000 \times 300 \text{ m}^2 \times (3/12) =$		450 000
Coût d'achat des marchandises vendues	$450\ 000 \times (1-0,2)=$	360 000	
Loyer	$5\ 000 \times 8$ (du 2 mai au 31 décembre)	40 000	
Impôts et taxes, charges de personnel	$3 \times 9\ 000$	27 000	
Frais de dossier et assurance		1820	
Dotations aux amortissements	$270\ 000/5 \times 4/12$ (de septembre à décembre)	18 000	
Totaux		445820	450000
Augmentation du résultat prévisionnel			3180

1.2 Analysez la situation financière de l'entreprise avant l'extension du point de vente en déterminant le fonds de roulement net global, le besoin en fonds de roulement et la trésorerie. Commentez.

	Calculs	Montants
Ressources stables	$2\ 293\ 910 + 1\ 589\ 876 =$	3 883 786
- Emplois stables	$305\ 230 + 386\ 699 + 741\ 443 =$	766 072
	FRNG	3 117 714
Emplois circulants	$562\ 696,2 + 845\ 656 =$	6 472 618
- Ressources circulantes	$3\ 340\ 707 + 512\ 600 + 256\ 767 =$	3 648 734
	BFR	2 823 884
Trésorerie actif		293 830
-Trésorerie passif		0
	TRESORERIE NETTE	293 830

Le fonds de roulement est supérieur aux besoins en fonds de roulement, ce qui permet à l'entreprise de dégager une trésorerie nette. Elle peut donc envisager un autofinancement partiel de son investissement.

1.3 Présentez les quatre premières lignes du tableau d'amortissement de l'emprunt.

Montant de l'emprunt = $(60000 + 270000) \times 0,8 = 264\ 000\ €$

Taux d'intérêt mensuel proportionnel : $3,24\ \% / 12 = 0,27\ \%$

$$\text{Mensualité} = 264\ 000 \times \frac{0,0027}{1 - (1,0027)^{-60}} = 4\ 771,94\ €$$

Mois	Capital restant du	Intérêts	Amortissement	Annuité
Juin 2015	264 000	712,80	4059,14	4 771,94
Juillet 2015	259 940,86	701,84	4 070,10	4 771,94
Aout 2015	255 870,76	690,85	4 081,09	4 771,94
Septembre 2015	251 789,67	679,83	4 092,11	4 771,94

1.4 Évaluez les incidences de l'investissement prévu et de son financement sur le fonds de roulement, le besoin en fonds de roulement et la trésorerie au 01 octobre 2015.

- **Incidences sur le fonds de roulement :**

1er cas : le candidat a considéré que l'amortissement du bien commençait le 1er octobre :

Ressources stables :

Augmentation des dettes financières du montant restant à rembourser :

$251\ 789,67 - 4\ 092,11 = 247\ 697,56\ €$

Emplois stables :

Augmentation des immobilisations incorporelles : 60 000 €

Augmentation des immobilisations corporelles : 270 000 €

Incidences sur le FRNG :

Augmentation des ressources stables – augmentation des emplois stables :

$247\ 697,56 - (270\ 000 + 60\ 000) = - 82\ 302,44\ €$

2ème cas : le candidat a considéré que l'amortissement du bien commençait le 01 septembre :

Ressources stables :

Augmentation des dettes financières du montant restant à rembourser :

$251\ 789,67 - 4\ 092,11 = 247\ 697,56\ €$

Amortissement du bien durant le mois de septembre : $(270\ 000 / 5) / 12 = 4\ 500$

Ressources stables = $247\ 697,56 + 4\ 500 = 252\ 197,56\ €$

Incidences sur le FRNG :

BTS MANAGEMENT DES UNITÉS COMMERCIALES	SESSION 2015
U4 – Management et Gestion de l'Unité Commerciale	Durée : 5 heures
Code sujet : MUMGUC – Corrigé	Page 2 sur 10

Augmentation des ressources stables – augmentation des emplois stables :
 $252\ 197,56 - (270\ 000 + 60\ 000) = - 77\ 802,44\ €$

- **Incidences sur le BFR**

Coût d'achat HT annuel des guitares vendues :
 $CAHT \times (1 - \text{taux de marque}) = (6\ 000 \times 300) \times (1 - 0,2) = 1\ 440\ 000$

Montant stocks guitares	$1\ 440\ 000 \times 90/360$	360 000	
Montant créances clients	$1\ 800\ 000 \times 1,2 \times 10/360$	60 000	
Montant dettes fournisseurs	$1\ 440\ 000 \times 1,2 \times 45/360$		216 000
Montants dettes fiscales	$51\ 260 \times 0,2$		10 252
		420 000	226 252
Augmentation du BFR		193 748	

Le BFR augmente de 193 748 €

- **Incidence sur la trésorerie**

Le BFR augmentant de 193 748 €, la trésorerie va se dégrader :

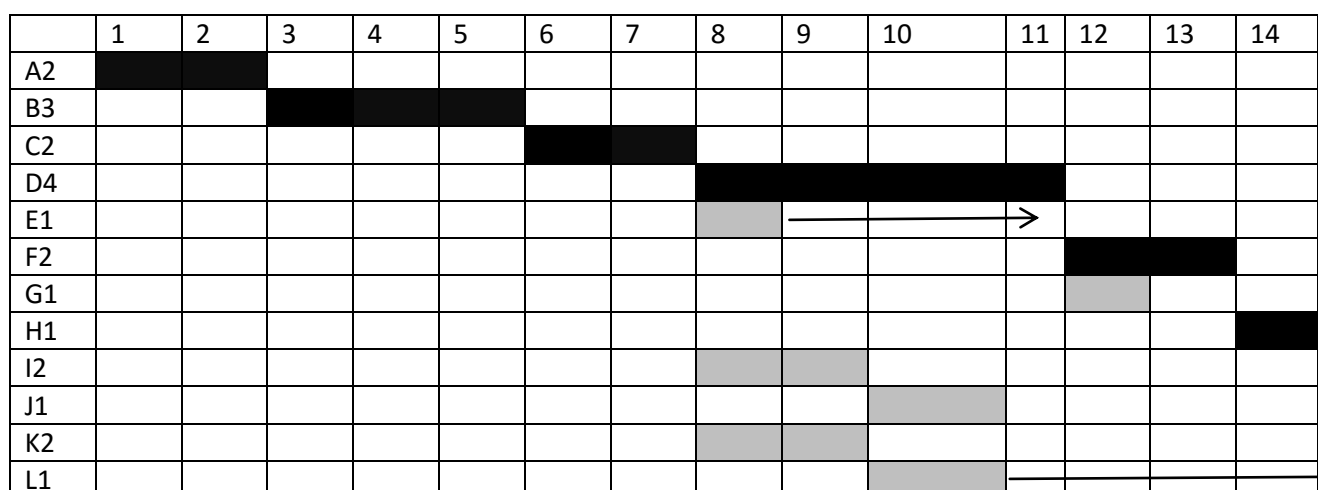
1er cas : $- 82\ 302,44\ € - 193\ 748 = - 276\ 050,44\ €$

2ème cas $- 77\ 802,44 - 193\ 748 = - 271\ 550,44\ €$

Dans les deux cas la trésorerie est à peine suffisante pour faire face à cette situation.

1.5 **Déterminez la durée nécessaire pour préparer l'ouverture du nouvel espace commercial.**

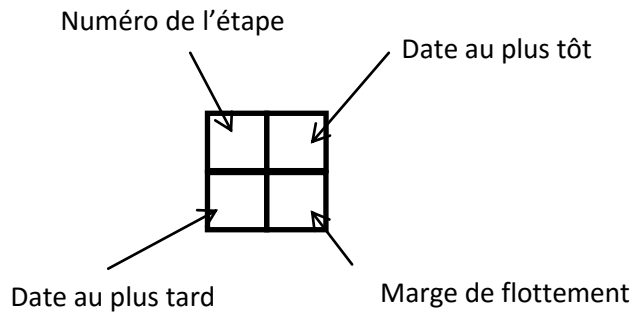
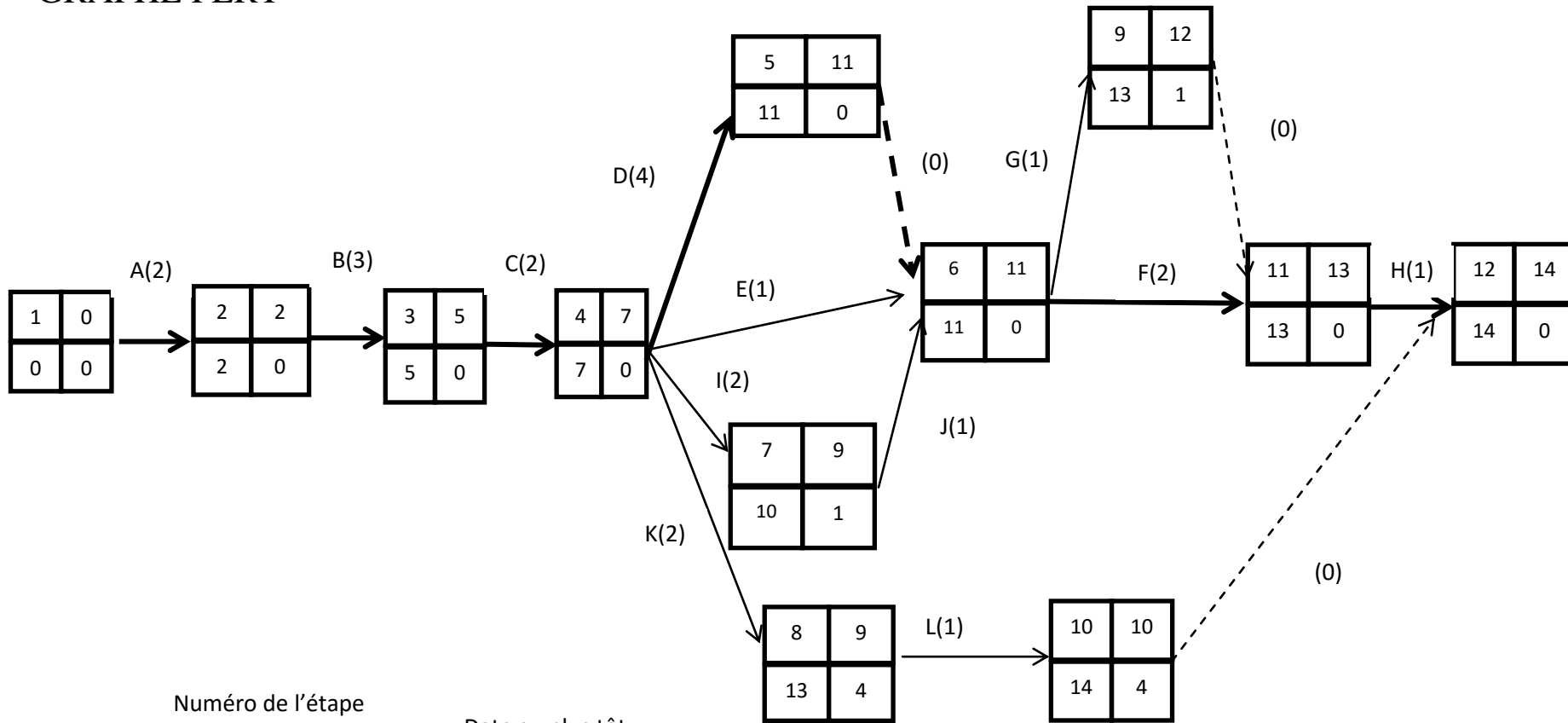
DIAGRAMME DE GANTT



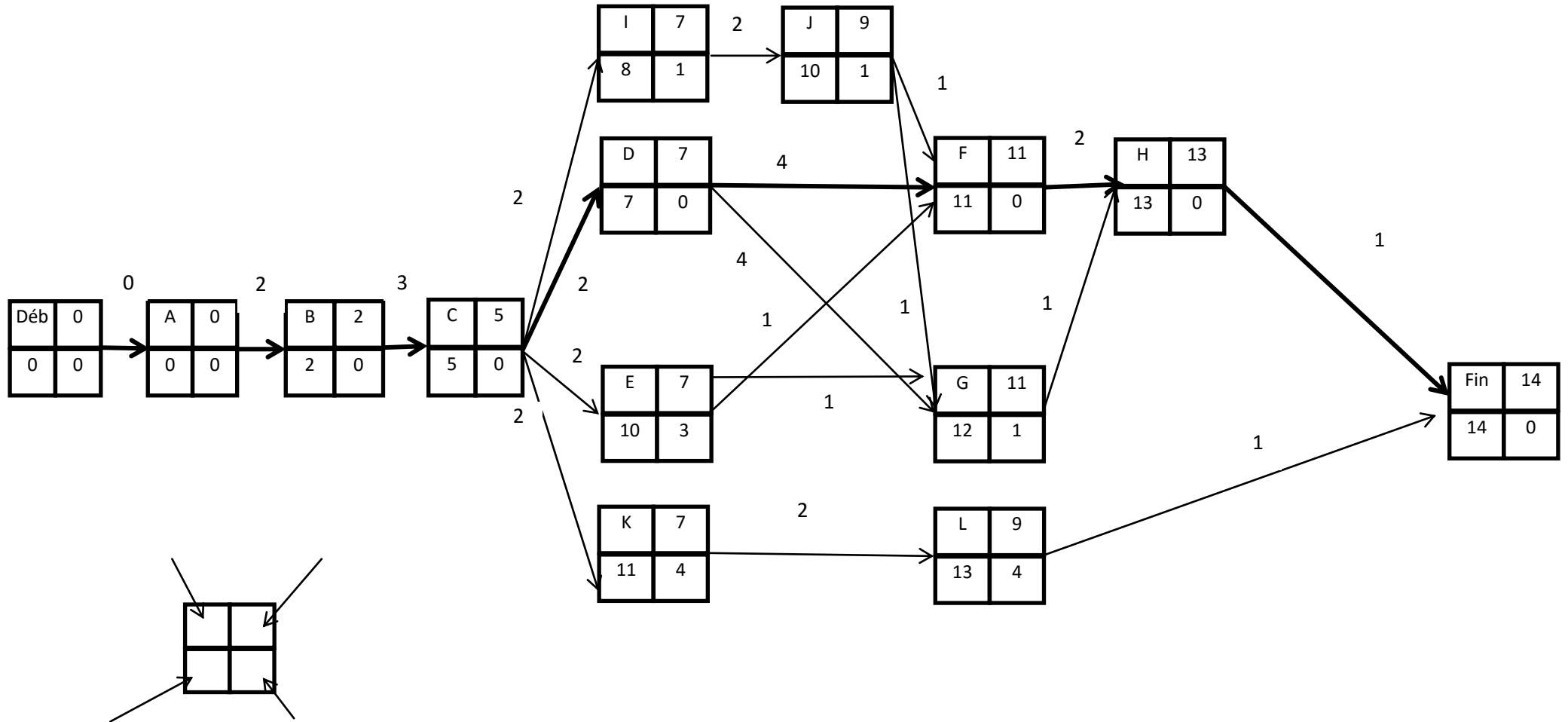
La durée nécessaire est de 14 semaines.

BTS MANAGEMENT DES UNITÉS COMMERCIALES	SESSION 2015
U4 – Management et Gestion de l'Unité Commerciale	Durée : 5 heures
Code sujet : MUMGUC – Corrigé	Page 4 sur 10

GRAPHE PERT



GRAPHE MPM



Dossier 2 : Constitution de l'équipe du nouvel espace commercial

2.1 Présentez les avantages et les inconvénients d'un recrutement en interne et en externe.

• Recrutement en interne

Avantages	Inconvénients
<ul style="list-style-type: none">→ économie de coût et de temps : pas de frais de recrutement ni de période d'intégration→ titulaire rapidement opérationnel (le candidat connaît bien l'entreprise et sa culture)→ bon outil de motivation (de nouveaux défis pour le promu)→ repères positifs pour la clientèle	<ul style="list-style-type: none">→ pas de renouvellement des pratiques→ démotivation du personnel non promu→ difficultés d'encadrer d'anciens collègues (résistance et conflits potentiels)→ formation potentielle sur les nouvelles attributions, d'où perte de temps et des frais

• Recrutement en externe

Avantages	Inconvénients
<ul style="list-style-type: none">→ Regard nouveau sur l'entreprise→ Possibilité d'apport d'expérience extérieure→ Motivation du candidat	<ul style="list-style-type: none">→ Coût de recrutement→ Période d'adaptation plus longue→ Risque sur le choix du candidat

2.2 Présentez un outil de sélection. A partir de cet outil, sélectionnez un candidat

Le candidat est classé pour chacun des critères : le meilleur obtient 1, le moins bon 3.

	Sofiane BENABAR	Rang	Élise RODRIGUES	Rang	Franck RUBODI	Rang
Diplômes	Bac commercial	3	BTS MUC VAE	2	BTS FV / Licence pro AM	1
Expérience professionnelle	8 ans chez Woodbrass (secteur claviers)	1	Assistante commerciale Responsable de magasin	2	Vendeur conseil Musikia Adjoint chef de rayon Musikia	3
Musique	Musicien conservatoire	3	Guitare classique	2	Guitariste	1
Savoir faire	<ul style="list-style-type: none"> • excellent vendeur claviers • remplacement occasionnel aux guitares • connaît la culture « maison » et certaines procédures internes 	2	<ul style="list-style-type: none"> • son expérience professionnelle lui permet de répondre aux compétences requises (gestion et management d'équipe) • a travaillé dans le monde de la musique 	1	<ul style="list-style-type: none"> • vendeur et adjoint de chef de rayon, il valide certaines des compétences attendues (gestion courante et partiellement le management d'équipe) • a travaillé chez un concurrent 	3
	<ul style="list-style-type: none"> • pas d'expérience en gestion commerciale ni en management d'équipe 	3		1	<ul style="list-style-type: none"> • expérience très partielle en gestion commerciale et management d'équipe 	2
Savoir être	<ul style="list-style-type: none"> • souhaite évoluer • de très bonnes relations avec la clientèle • autonome, ouvert d'esprit, dynamique, sens de l'initiative, réactif, impliqué • en quête d'amélioration • accepte de renforcer ses compétences 	2	<ul style="list-style-type: none"> • très motivée pour le poste • sensible aux conflits • ambition, enthousiasmecomunicatif, réactivité • goût du challenge, sens des responsabilités et rigueur 	1	<ul style="list-style-type: none"> • sens du service client • bon relationnel, dynamisme 	3
	<ul style="list-style-type: none"> • des difficultés à collaborer avec les autres vendeurs • trop centré sur ses résultats • peut s'emporter • manque de rigueur 	3		1	<ul style="list-style-type: none"> • des difficultés à s'affirmer • émotions pas toujours contrôlées • peu d'ambition : progression professionnelle lente 	2

Totaux des rangs des candidats : Sofiane = 17 ; Elise = 11 ; Franck : 14. On retient le candidat qui a le total des rangs le plus faible.

Élise est la candidate à sélectionner

Accepter tout autre outil de comparaison pertinent et argumenté.

BTS MANAGEMENT DES UNITÉS COMMERCIALES	SESSION 2015
U4 – Management et Gestion de l'Unité Commerciale	Durée : 5 heures
Code sujet : MUMGUC – Corrigé	Page 8 sur 10

2.3 Calculez, pour les trois premiers mois d'activité, le volume d'heures mensuel de travail nécessaires pour assurer le fonctionnement optimal du nouvel espace de vente « Guitares et amplis ». Déduisez le nombre de vendeurs nécessaires. Concluez.

MOIS	O	N	D
Nb visiteurs	4000	3200	4800
Nb de clients = nb visiteurs x taux de transformation	1600	1280	1920
Nb heures à consacrer aux clients = (nb clients x 15mn)/60	400	320	480
Nb heures à consacrer aux visiteurs qui n'ont pas acheté = (nb visiteurs – nb clients) x 5/60	200	160	240
Nb d'heures total pour clients et visiteurs	600	480	720
Temps de présence mensuel = nb d'h total / 0,80	750	600	900
Nb de vendeurs nécessaires = temps de présence mensuel / 151,67	4,94 → 5	3,95 → 4	5,93 → 6
Nb de vendeurs disponibles	3	3	3
Nb de vendeurs supplémentaires nécessaires	2	1	3

2.4 Proposez des solutions managériales afin d'adapter la taille de l'équipe commerciale aux besoins.

- recrutement de contrats à durée indéterminée
- recrutement de contrats à durée déterminée
- pour faire face aux temps forts de l'année :recrutement de contrats de travail temporaire ou recours à une société de travail intérimaire
- recours aux heures supplémentaires

Dossier 3 : Opération promotionnelle d'ouverture et analyse des performances de l'univers « Guitares et amplis »

3.1 Calculez le nombre de guitares « South State C50 » à vendre le jour de l'opération pour atteindre le seuil de rentabilité prévisionnel.

Coûts fixes		
Coût d'élaboration des prospectus		90,00
Coût d'impression des prospectus hors remise (5 000 prospectus)	$(110 + (50 \times 4)) \times 0,9 =$	279,00
Coût de distribution des flyers		495,00
Coûts des réglages guitares	$250 \times 2 =$	500,00
Frais techniques du concert		280,00
Coût de la guitare tirée au sort		60,00
Total coûts fixes		1 704,00

Prix de vente HT de la guitare South State : $150 \times 0,8 / 1,2 = 100 \text{ €}$

Coût variable unitaire : 60 €

Marge sur coût variable unitaire : 40 €

Taux de marge sur coût variable : $40 / 100 = 0,4$

Seuil de rentabilité : $1\,704 / 0,4 = 4\,260 \text{ €}$

Nombre de guitares à vendre : $4\,260 / 100 = 43 \text{ guitares}$

3.2 Présentez et complétez un tableau de bord permettant de comparer les performances des différentes familles de produits avant agrandissement du point de vente.

	% évolution CA	Taux de réalisation objectif de CA (%)	Taux de réalisation objectif de marge (%)	Contribution au chiffre d'affaires 2015 (%)	Contribution à la marge 2015 (%)
Guitares électriques	16,40	105,82%	115,89%	21,22	20,08
Guitares acoustiques	5,27	95,70%	87,72%	30,38	26,26
Guitares folk électro	15,29	104,81%	113,14%	13,31	14,12
Basses	17,12	106,47%	87,85%	10,03	13,01
Amplis	12,5	102,27%	105,00%	17,36	15,92
Accessoires	7,53	97,75%	91,70%	7,71	10,61

Totaux	11,37	101,24%	98,73%	100,00	100,00
---------------	--------------	----------------	---------------	---------------	---------------

Le taux de marque peut également faire partie du tableau de bord.

3.3 Commentez les résultats obtenus. Vous en déduisez la famille de produits à promouvoir.

En 2015, l'univers atteint globalement ses objectifs en termes de chiffre d'affaires et de marge.

- la plupart des familles dépassent les prévisions de CA, sauf les guitares acoustiques et les accessoires.
- trois familles n'atteignent pas les objectifs de marge : les guitares acoustiques et les accessoires et les basses.
- les accessoires et les guitares acoustiques sont en perte de vitesse. Ils enregistrent les taux de croissance du CA les plus faibles de l'univers. Les autres familles de produits dépassent l'augmentation de 10% attendue
- deux familles assurent à elles seules près de la moitié de la marge et du CA de l'univers (les guitares électriques et acoustiques).

Famille à promouvoir :

Au regard de l'atteinte des objectifs, les guitares acoustiques et les accessoires seraient les familles à promouvoir. Compte tenu du poids important des guitares acoustiques en termes de CA et de marge et de la faiblesse du taux d'évolution de leur CA, c'est cette famille qui devra faire l'objet d'une promotion en octobre 2015.