

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

Session - Sujet exemple
Supermarché CHAMPION

Créé en 1983 par M. Vander, le supermarché de Langeais, ville de 4 000 habitants en Indre et Loire, s'est transformé au fil du temps et des enseignes.

D'abord sous l'enseigne CODEC avec une superficie de 990 m², devenu Super U par un agrandissement sur les réserves, puis racheté par les Comptoirs modernes en 1990, il est resté enseigne STOC jusqu'en 1999. Agrandi jusqu'à obtenir une surface de 1500 m² avec ajout d'une station service en 2000, il passe sous l'enseigne CHAMPION, format supermarché du groupe CARREFOUR. Son directeur actuel, M. POTIER, a pour objectif de faire évoluer son point de vente en un grand supermarché de 2 500 m².

Ouvert 7 jours sur 7, le magasin compte aujourd'hui un effectif de 42 personnes. Son chiffre d'affaires est de 9 000 000 € pour un panier moyen de 30 €.

Le magasin est structuré autour de quatre activités :

- Secteur DNP (denrées non périssables) : épicerie, liquides, DPH (Droguerie-Parfumerie-Hygiène), bazar et textile. Le manager de ce secteur est M. RIVOIRE ;
- Rayon Caisse-essence dont le manager est Mme DIALLO ;
- Rayon Boucherie-Volailles ;
- Secteur Frais : fruits et légumes, charcuterie, poisson, Pain-Viennoiserie-Pâtisserie, frais libre-service, beurre, œufs, fromages, charcuterie traditionnelle et traiteur libre-service ; ultra-frais. M. LEFORT, manager du secteur Frais est aussi en charge du rayon Boucherie-Volailles.

Vous êtes assistant(e) de M. LEFORT et vous vous occupez plus particulièrement de la charcuterie traditionnelle-traiteur en libre service.

Dans une première partie, vous traiterez du management du rayon et de son animation. Dans une deuxième partie vous gèrerez l'équipe commerciale et dans une troisième partie vous piloterez le projet d'implantation d'un rayon Charcuterie « coupe service ».

Dossier 1
Le management du rayon « charcuterie traditionnelle – traiteur libre-service »
(Annexes 1 à 3)

Votre rôle est de développer le rayon « Charcuterie traditionnelle-traiteur libre service » tout en veillant à atteindre les objectifs fixés par votre manager.

- 1.1- A l'aide des données figurant en annexe, présentez le tableau de bord du rayon pour le premier semestre 2005.
- 1.2- Analysez le contenu de ce tableau de bord et proposez des actions correctrices.
- 1.3- Quels autres indicateurs pourriez-vous utiliser pour compléter le tableau de bord du rayon ?
- 1.4- Responsable de l'animation et de l'organisation commerciale du rayon, vous décidez d'une action promotionnelle sur le boudin. Déterminez pour chaque produit l'augmentation nécessaire des ventes pour dégager la marge globale habituelle. Pour cela, vous comparerez les marges brutes unitaires obtenues lors de la promotion aux marges brutes sans promotion.

Dossier 2
Gestion de l'équipe commerciale
(Annexes 4 et 5)

Votre rayon emploie trois personnes :

- Nicole VAILLANT : 54 ans, 2 enfants de 25 et 22 ans, employée depuis 5 ans à temps complet (35 h) ;
- Diana SIMONET : 32 ans, 2 enfants de 5 et 7 ans, employée depuis 14 mois ;
- Céline MARTIN : étudiante travaillant chez Champion 10 heures chaque week-end.

Gestion des congés

- 2.1- Etablissez le planning de présence pour les mois de juillet et août, sachant que le rayon ne peut pas être tenu par une seule personne. Vous devez le gérer à moyens constants. Vous tiendrez compte des fiches de vœux des salariés.
- 2.2- Recherchez les solutions envisageables pour remplacer Nicole qui s'est fracturée le bras. Son congé de maladie va durer au moins 45 jours. Vous ne pouvez pas laisser le rayon avec une seule personne.

Evaluation de l'équipe

Les procédures d'évaluation de l'équipe préconisées par l'enseigne ne sont pas systématiquement appliquées dans le magasin. Actuellement, de façon irrégulière, quelques indications sont notées sur une fiche-bilan (Annexe 5). Le plus souvent, les responsables de rayons donnent des consignes et font des remarques aux employés, de façon orale, lors des réunions irrégulières de l'équipe.

Votre manager de rayon vous demande de mettre en place une procédure d'évaluation plus rigoureuse (rythme des bilans d'évaluation, fiche de suivi individuel).

2.3- Analysez la fiche-bilan utilisée actuellement pour le suivi individuel des employés.

2.4- Proposez, en les justifiant, les indicateurs que vous jugerez pertinents pour suivre les performances individuelles des membres de l'équipe.

2.5- Concevez un modèle de fiche de suivi individuel.

Dossier 3 **Implantation d'un rayon «charcuterie coupe-service »** **Annexes 6 à 9**

Monsieur LEFORT souhaiterait faire évoluer son rayon «charcuterie traditionnelle» vers un rayon «coupe-service », où les produits (charcuterie et produits traiteurs comme les salades, la charcuterie pâtissière, les plats cuisinés mono-portions et les entrées exotiques) sont disposés dans le prolongement du rayon habituel.

Il envisage l'acquisition d'une structure réfrigérée vitrée de 3 éléments d'1,25 mètres pour présenter l'assortiment de produits de charcuterie « coupe-service ».

Monsieur POTIER vous désigne comme chef de projet dans son supermarché.

3.1.- Identifiez les étapes du projet «création de l'activité coupe-service» et détaillez le contenu de chaque étape.

3.2.- Évaluez la rentabilité de cet investissement.

3.3- Préparez les consignes à donner aux vendeuses du rayon traditionnel pour qu'elles valorisent le nouveau rayon coupe-service.

Barème

Dossier 1 :
Dossier 2 :
Dossier 3 :
Forme : 5 points
TOTAL : 80 points

LISTE DES ANNEXES

Annexe 1	Répartition du chiffre d'affaires du rayon « Charcuterie traditionnelle – traiteur libre service »	page 5
Annexe 2	Evolution du chiffre d'affaires HT et du coût d'achat HT des marchandises – Premier semestre 2004 et 2005	Page 5
Annexe 3	Informations sur l'opération de promotion	page 6
Annexes 4	Dates de congés	pages 6 - 7
Annexe 5	Fiche-bilan	page 8
Annexe 6	Informations sur le concept « Charcuterie coupe-service »	page 9
Annexe 7	Résultats des implantations « coupe-service » réalisées dans les magasins Champion	page 9
Annexe 8	Préconisations relatives à l'assortiment	page 10
Annexe 9	Données chiffrées relatives à l'investissement	page 10

Annexe 1 – Répartition du chiffre d'affaires du rayon « Charcuterie traditionnelle – traiteur libre service »

Familles de produits	CA réalisé 1er sem. 04	CA réalisé 1er sem. 05
Jambons/épaules	41 076,20	40 875,10
Salades/plats cuisinés	8 713,10	10 819,90
Patés/rillettes	19 293,40	18 634,30
Produits cuits	23 649,90	22 841
Produits crus	11 202,60	10 819,90
Saucisses/saucissons	8 090,80	7 815,30
Boudins/andouillettes	12 447,30	8 415,50
TOTAL	124 473,30	120 221,00

Famille de produits	Participation au CA en 2004	Participation au CA en 2005
Jambons/épaules	33 %	34 %
Salades/plats cuisinés	7 %	9 %
Pâtés/ rillettes	15.5 %	15,5 %
Produits cuits	19 %	19 %
Produits crus	9 %	9 %
Saucisses/saucissons	6.5 %	6,5 %
Boudins/andouillettes	10 %	7 %

Annexe 2 – Evolution du chiffre d'affaires HT et du coût d'achat des marchandises HT – Premier semestre 2004 et 2005

Année 2004 (en €)

Mois	Coût d'achat marchandises	Objectif de C.A.	CA réalisé
Janvier	13 176,10	19 500	19 467,30
Février	11 916,70	18 400	18 534,40
Mars	13 031,20	20 800	20 988,80
Avril	14 908,50	20 800	21 055,10
Mai	15 058,00	21 900	21 953,80
Juin	15 058,80	23 500	22 473,90

Année 2005 (en €)

Mois	Coût d'achat marchandises	Objectif de C.A.	CA réalisé
Janvier	12 938,00	20 900	18 840
Février	11 716,00	19 600	17 853
Mars	15 291,00	20 500	20 100
Avril	14 056,00	21 900	21 509
Mai	15 440,00	20 800	21 900
Juin	12 582,00	23 500	20 019

Annexe 3 – Informations sur l'opération de promotion

Produits	Unité de vente	Prix de vente hors promotion	Nature de la promotion	Coefficient multiplicateur habituel
Boudin blanc paysan	Pièce	1,20	3 pour le prix de 2	2,10
Boudin blanc au porto	Pièce	2,10	- 10 %	2,90
Boudin noir à l'ancienne	Pièce	1,20	3 pour le prix de 2	2,20
Boudin aux raisins	Pièce	2,40	-15 %	2,50
Boudin aux marrons	Pièce	2,60	- 15 %	2,90

Annexe 4 – Dates de congés

Fiche de vœux – CONGES ETE 2005

A remettre à votre manager avant le 30 mars 2005

Attention ! Afin d'optimiser l'obtention des dates souhaitées, concertez-vous avec les collègues de votre équipe, sans oublier qu'entre le 14 juillet et le 15 août, il ne vous est possible de poser que 2 semaines !

RAYON : *Charcuterie traditionnelle – Traiteur LS*

NOM : *Nicole*

PRENOM : *VAILLANT*

FONCTION : *vendeuse spécialisée*

TEMPS COMPLET

TEMPS PARTIEL

SOUHAITS :

SEMAINES	DU.....AU.....	ACCORD	REFUS
32	<i>du 8 août au 14 août</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
33	<i>du 15 août au 21 août</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Le responsable du personnel

Annexe 4 – Suite

Fiche de vœux – CONGES ETE 2005 A remettre à votre manager avant le 30 mars 2005

Attention ! Afin d'optimiser l'obtention des dates souhaitées, concertez-vous avec les collègues de votre équipe, sans oublier qu'entre le 14 juillet et le 15 août, il ne vous est possible de poser que 2 semaines !

RAYON : *Charcuterie traditionnelle – Traiteur LS*

NOM : *Diana*

PRENOM : *SIMONET*

FONCTION : *vendeuse spécialisée*

TEMPS COMPLET

TEMPS PARTIEL

SOUHAITS :

SEMAINES	DU.....AU.....	ACCORD	REFUS
31	<i>du 1^{er} août au 7 août</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
32	<i>du 8 août au 14 août</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Le responsable du personnel

Fiche de vœux – CONGES ETE 2005 A remettre à votre manager avant le 30 mars 2005

Attention ! Afin d'optimiser l'obtention des dates souhaitées, concertez-vous avec les collègues de votre équipe, sans oublier qu'entre le 14 juillet et le 15 août, il ne vous est possible de poser que 2 semaines !

RAYON : *Charcuterie traditionnelle – Traiteur LS*

NOM : *Céline*

PRENOM : *MARTIN*

FONCTION : *vendeuse spécialisée*

TEMPS COMPLET

TEMPS PARTIEL

SOUHAITS :

SEMAINES	DU.....AU.....	ACCORD	REFUS
29	<i>23 et 24 juillet</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
30	<i>30 et 31 juillet</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
34	<i>27 et 28 août</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Le responsable du personnel

Annexe 5 – Fiche-bilan

NOM : Nicole VAILLANT
FONCTION : vendeuse spécialisée

Dates	Observations
18/01/04	<i>Mauvais résultat d'inventaire : démarque totale de 10% (préconisation de 6%)</i>
23 février	<i>A travaillé sans gants toute la matinée !</i>
05/03/04	<i>La palette de marchandises qu'elle est chargée de mettre en rayon traîne + de 2 heures en zone non réfrigérée !</i>
12/05/04	<i>Les couteaux n'ont pas été lavés hier soir.</i>
02/06/04	<i>Les objectifs de chiffres d'affaires ne sont pas atteints. Pas de mise en avant suffisante de la salade de museau en promotion.</i>
03/06/04	<i>A la suite de ma remarque sur le museau, Nicole essaie de se décharger de sa responsabilité sur Céline. Comme si c'était à la petite étudiante à temps partiel de s'occuper de ça. Violente dispute entre Nicole et Céline. Devant la clientèle !!!</i>

Annexe 6 – Informations sur le concept « charcuterie coupe-service »

Le phénomène se confirme chaque année. Les ventes de charcuterie au rayon coupe s'effritent, tant en termes de fréquence d'achat que de niveaux de consommation. « *Outre la file d'attente, le rayon souffre notamment de la perception du consommateur sur les questions de prix inhibitrices d'achat* », analyse t-on chez Madrange en considérant la difficulté qu'ont les prix au kilo à rivaliser avec ceux, unitaires, du libre-service.

[...]

« *Le frais emballé constitue un service pour ceux qui veulent diminuer leur temps de courses, et nous prévoyons l'organisation de ce rayon à chaque remodeling* », affirme Cyril Boudier. Pour le manager de catégorie stand charcuterie chez Auchan, pas question cependant de remplacer la vente assistée.

Le frais emballé doit être complémentaire et encourager la découverte du rayon coupe avec un assortiment assez court, composé des références 20/80 pour en assurer la lisibilité. Tandis que l'enseigne nordiste capitalise sur le frais emballé réalisé par les laboratoires de ses magasins, les industriels déclinent des gammes élaborées dans leurs usines.

Extrait d'un article de Point de vente 26 janvier 2004 n° 925 -Sylvie Monzie

Annexe 7 – Résultats des implantations « coupe-service » réalisées dans les magasins Champion

Au 1^{er} Mars 2004, 30% de magasins supplémentaires ont créé la coupe-service.

Evolution du chiffre d'affaires du rayon charcuterie coupe service par rapport à celui du magasin :

Cumul fin septembre 2003	Rayon – 0,74%	Magasin + 3,24%
Cumul fin mars 2004	Rayon + 2,69%	Magasin + 1,94%

Annexe 8- Préconisations relatives à l'assortiment

Nombre de références

FAMILLES DE PRODUITS	PRECONISATIONS
Salades Coupe-service	9
Charcuterie pâtissière Coupe-service	4
Entrées exotiques Coupe-service	magasins urbains ou implantés dans le sud-est de la France
Plats cuisinés Coupe-service	4
Charcuterie Coupe-service	8

Annexe 9 - Données chiffrées relatives à l'investissement

- Coût total de l'acquisition de la structure de présentation en L.S : 6 860 € (au 1er janvier 2005)
- Amortissement dégressif sur 4 ans
- Résultat d'exploitation estimé pour l'année 2005 : + 5424,10 €.
- Une croissance de 6 % par an de ce résultat est prévue pendant les 3 années suivantes.
- Taux d'actualisation : 7%.