# Cas LEROY MERLIN - Corrigé

**DOSSIER 1 : Le recrutement d’un collaborateur**

**(Annexes 1 à 5)**

* 1. **Rédigez une annonce de recrutement d’un conseiller (ou une conseillère) de vente pour publication dans la presse quotidienne locale**

**LEROY MERLIN**

Leader dans le domaine de l’aménagement du cadre de vie,

**RECRUTE** pour son magasin de **BAYONNE**

**UN(E) CONSEILLER(ERE) DE VENTE**

Pour le rayon **Parquets**

Vous participerez à l’organisation d’une opération promotionnelle et à cette occasion, vous conseillerez les clients sur l’ensemble des produits qui composent votre gamme. Vous assurerez l’entretien et l’approvisionnement du rayon.

Intégré(e) dans une équipe dynamique, votre sens du commerce et votre relationnel seront vos principaux atouts. La satisfaction du client sera vote premier objectif. Une expérience dans ce secteur sera un plus.

## CDD d’un mois à 35 heures

Disponibilité immédiate

Adressez une lettre de motivation et un CV au magasin

* 1. **Etablissez un classement des candidatures spontanées à partir des CV.**
* **Analyse des CV**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **CV n°** | **Points négatifs** | **Points positifs** | **Bilan** |
| 1(Eneko) | * Technicien du transport : ce n’est pas un commercial
* Profil « surdimensionné » pour le poste
* Habite dans le sud-est (Mougins)
 | * Expérience en logistique utilisable à terme par Leroy Merlin
 | Quelles sont ses motivations pour changer de secteur, de métier et occuper un emploi précaire (CDD) ? |
| 2(Frédéric) | * La mission qu’on peut lui confier ne correspond pas au niveau de responsabilité qu’il a atteint dans son poste actuel
 | * Bonne connaissance du métier, du secteur. Il a le profil requis.
* Son expérience doit lui permettre de maîtriser rapidement les produits du podium
* Habite la région
 | Pourquoi quitter ce poste chez un concurrent pour un CDD ? |
| 3(Christian) | * Manque d’expérience dans les produits du secteur bricolage, malgré un emploi saisonnier chez Bricomarché
 | * Jeune donc a priori capable de s’adapter rapidement à un nouveau contexte de travail.
* Assez volontaire apparemment
* Actuellement en CDD
 | Important de tester sa motivation et sa personnalité lors de l’entretien. Saura-t-il s’intéresser à ces produits ? |
| 4(Chloé) | * Profil administratif, assez éloigné de ce qu’on recherche
* Aucune expérience de la vente
 | * Des qualités humaines qui lui permettront peut-être d’avoir un bon contact avec la clientèle
 | Vérifier ses compétences relationnelles lors de l’entretien et savoir quelles sont ses motivations  |

* **Proposition de classement**

**Option 1** : CV2 – CV3 – CV4 – CV1

Dans cette option, on donne la priorité à l’expérience.

Ou

**Option 2** : CV3 – CV2 – CV4 – CV1

Dans cette option, on donne la priorité à la flexibilité.

Les CV 4 et 1 sont à rejeter car inadaptés au profil du poste. Leur classement en position 3 ou 4 a peu d’importance.

* 1. **Construisez une grille d’évaluation des candidats à utiliser lors de l’entretien de recrutement.**

Cette grille doit reprendre les éléments-clés cités par le manageur dans l’annexe.

|  |
| --- |
| Nom du candidat :  |
| **SENS DE LA COMMUNICATION** | **--** | **-** | **+** | **++** |
| Sourire – Bonjour - Accueil - Merci (SBAM) |  |  |  |  |
| Communication verbale (vocabulaire, élocution) |  |  |  |  |
| Communication non verbale (Attitude, tenue) |  |  |  |  |
| **COMPETENCES ET EXPERIENCE** |  |  |  |  |
| Connaissance du poste à occuper |  |  |  |  |
| Connaissance du secteur |  |  |  |  |
| Connaissance des produits |  |  |  |  |
| Connaissance de l’entreprise LM |  |  |  |  |
| **SENS DU COMMERCE** |  |  |  |  |
| Disponibilité |  |  |  |  |
| Ecoute, empathie |  |  |  |  |
| Assurance, confiance en soi |  |  |  |  |
| **NIVEAU DE MOTIVATION** |  |  |  |  |
| Ambition |  |  |  |  |
| Volonté |  |  |  |  |
| **ESPRIT D’EQUIPE** |  |  |  |  |
| Aptitude à travailler en équipe |  |  |  |  |
| Aptitude à accepter la hiérarchie |  |  |  |  |
| Inspire confiance |  |  |  |  |
| **COMMENTAIRES :**  |

* 1. **Rédigez le guide d’entretien que le manageur utilisera lors des entretiens de recrutement. Vous limiterez à 15 le nombre de questions posées.**

Ce guide suit la même trame que la grille d’observation puisque les questions posées par le recruteur vont servir à compléter la grille.

|  |
| --- |
| **SENS DE LA COMMUNICATION** |
| Communication verbale : * Quelles sont vos principales qualités ?
* Quels sont vos défauts majeurs ?
* A quoi passez-vous votre temps libre ?
* Racontez-moi votre dernière expérience de vente.

(Questions ouvertes et générales pour inciter le candidat à s’exprimer). La communication non verbale sera testée grâce à l’observation. |
| **COMPETENCES ET EXPERIENCES** |
| * Parlez-moi de vos expériences professionnelles
* Dans chacune de vos expériences, quels ont été les principales missions que vous avez réalisées ?
* Dans ces expériences, quelles étaient vos responsabilités (humaines, matérielles, financières) ?
* Dans quelle matière étiez-vous le meilleur lors de vos études ?
 |
| **SENS DU COMMERCE** |
| * Si je vous dis que le client a toujours raison, qu’en pensez-vous ?
* Pourriez-vous vendre un produit sans le connaître ?
 |
| **NIVEAU DE MOTIVATION** |
| * Quel type d’emploi souhaiteriez-vous occuper ?
* Quel est l’objectif de carrière que vous vous fixez ?
* Que vous manque-t-il aujourd’hui pour accéder au poste pour lequel vous postulez ?
* Pour quelles rations voulez-vous travailler pour notre enseigne ?
* Que pouvez-vous nous dire sur notre enseigne ?
 |
| **ESPRIT D’EQUIPE** |
| * Vous préférez travailler seul ?
* Avez-vous déjà eu des responsabilités au sein d’un groupe (travail, sport, association)
* Pensez-vous que l’on ait absolument besoin des autres pour réussir dans ce métier ?
 |

* 1. **Présentez le planning de la première journée de travail du nouveau conseiller de vente.**
* **Objectifs pour cette journée d’intégration :**
* Premier contact avec le « tuteur » : responsable de rayon ou conseiller de vente
* Présenter le magasin, les services, le rayon « Parquets »
* Transmettre les valeurs essentielles de la culture d’entreprise
* Donner les bases nécessaires à la pratique du métier de conseiller de vente
* **On peut décomposer la journée en deux parties :**
* Dans un premier temps (1/2 journée par exemple) : la découverte de Leroy-Merlin
	+ Réunion avec le chef de secteur et la responsable des RH (valeurs de l’entreprise)
	+ Remise de la tenue et du règlement intérieur
	+ Visite du point de vente avec le chef de secteur
	+ Passage par plusieurs postes clés du magasin : l’accueil (reprises des marchandises, renseignements), la caisse (procédures, produits, satisfaction clients), la réception des marchandises (procédures, flux, stocks)
	+ Débriefing avec le chef de secteur
		- Dans un deuxième temps (une ½ journée) : la découverte de la vente au rayon « Parquets »
	+ Présentation de l’équipe par le responsable du rayon
	+ Présentation des produits
	+ Présence en rayon avec un tuteur
	+ Débriefing avec le responsable du rayon.

**DOSSIER 2 : L’organisation de l’opération promotionnelle (Annexes 6 à 9)**

* 1. **Planifiez les tâches à effectuer et déterminez le nombre de jours qui seront nécessaires à la préparation de cette opération promotionnelle.**
* **Le diagramme de GANTT :**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 |
| A | Mise en place du processus de recrutement |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **B** | Parution de l’annonce dans la presse |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **C** | Choix des produits |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **D** | Entretiens de recrutement |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **E** | Passation des commandes |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **F** | Préparation des panneaux |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **G** | Préparation du balisage |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **H** | Accueil et intégration du nouveau |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **I** | Organisation des réserves |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **J** | Réception et contrôle des marchandises |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **K** | Montage du podium |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **L** | Briefing des conseillers |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

La préparation de cette opération va durer au total 21 jours.

* **Le graphe PERT :**

K 1

**19 / 19**

F 2

L 1

**2 / 2**

**3 / 2**

G 1

I 15

J 2

A1



D3

H1

E1

**20 / 20**

**21 / 21**

**1 / 1**

**2 / 2**

**17 / 17**

B10

**0 / 0**

**1 / 5**

**11 / 15**

**14 / 18**

**15 / 19**

C 1

* **Le graphe MPM**

3

D

11

15

4

10

1

H

14

18

4

B

1

5

4

A

0

4

4

1

0

2

K

19

19

0

F

1

17

16

Début

0

0

0

1

1

Fin

21

21

0

L

20

20

0

2

1

1

0

15

1

1

J

17

17

0

I

2

2

0

E

1

1

0

C

0

0

0

*Date au plus tôt*

*Tâche*

1

L

20

20

0

*Date au plus tard*

G

1

19

18

*Marge de flottement*

* 1. **Quelles sont les étapes de la préparation pour lesquelles un retard est à éviter ? Evaluez la marge de manœuvre dont disposera M. DUFOURQ pour les autres tâches.**

Le chemin critique (C - E - I - J - K - L) met en évidence le fait que c’est l’approvisionnement du Podium (du choix des produits jusqu’à leur réception) qui est le processus pour lequel tout retard met en danger le déroulement de l’opération. En revanche on dispose de marges de manœuvre qui autorisent certains retards pour quelques étapes : A - B - D - H (4 jours) ; F (16 jours) ; G (18 jours).

* 1. **Déterminez pour chaque tranche horaire le nombre de conseillers permettant d’assurer un bon service à la clientèle.**

En tenant compte du fait que l’objectif est de capter 45 % de la clientèle qui fréquente le secteur « Sols », on peut en déduire le nombre de clients du podium :

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **9 h - 11 h** | **11 h - 13 h** | **13 h - 15 h** | **15 h- 17 h** | **17 h - 20 h** | **TOTAL** |
| LUNDI | 20(1) | 30 | 20 | 30 | 60 | 160 |
| **MARDI** | 20 | 30 | 20 | 30 | 45 | 145 |
| **MERCREDI** | 20 | 30 | 20 | 30 | 45 | 145 |
| **JEUDI** | 20 | 30 | 20 | 30 | 45 | 145 |
| **VENDREDI** | 20 | 30 | 20 | 40 | 45 | 155 |
| **SAMEDI** | 30 | 40 | 30 | 40 | 75 | 215 |
|  |  |  |  |  |  | 965 |

1. : 20 = 44 clients x 45%.

Etant donné que chaque vendeur conseille en moyenne 5 clients par heure, on en déduit le nombre de conseillers nécessaire par tranche horaire :

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **9 h – 11 h** | **11 h – 13 h** | **13 h – 15 h** | **15 h – 17 h** | **17 h – 20 h** |
| LUNDI |  2 (1) | 3 | 2 | 3 |  4 (2) |
| **MARDI** | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 |
| **MERCREDI** | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 |
| **JEUDI** | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 |
| **VENDREDI** | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 |
| **SAMEDI** | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 |

1. : 20 clients / 2 heures = 10 clients par heure, soit 10 / 5 = 2 vendeurs
2. : 60 / 3 = 20 clients par heure, soit 20 / 5 = 4 vendeurs
	1. **Etablissez le planning hebdomadaire de présence sur le podium du nouveau vendeur.**

On peut vérifier le nombre d’heures disponibles pour chacun des membres de l’équipe (tableau non exigé) :

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **% du temps** | **Calcul** | **Temps à répartir** |
| **ITURRALDE Cédric** | 80 % | 35 x 0,8 | 28 |
| **CASTERAN David** | 80 % | 35 x 0,8 | 28 |
| **TOISON Arnaud** | 60 % | 35 x 0,6 | 21 |
| **BADY Serge** | 100 % |  | 35 |
| **TISTON Magali** | 100 % |  | 35 |
| **NOUVEAU** | 100 % |  | 35 |
|  |  |  | 182 heures |

**Horaires du nouveau vendeur**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Respect des contraintes** | **Proposition d’horaires** | **Nombre d’heures** |
| **Lundi :**3 vendeurs de 15h à 17h4 vendeurs de 17h à 20h | 15h à 20h | 5 |
| **Mardi :**2 vendeurs de 9h à 11h3 vendeurs de 11h à 13h2 vendeurs de 13h à 15h3 vendeurs de 17 à 20h\* | 9h à 15hEntre 17h et 20h\* | 61\* |
| **Mercredi :**3 vendeurs de 11h à 13h3 vendeurs de 15h à 20h | 11h à 13het15h à 20h | 7 |
| **Jeudi :**2 vendeurs de 9h à 11h3 vendeurs de 11h à 13h2 vendeurs de 13h à 15h3 vendeurs de 15h à 17h | 9h à 17h | 8 |
| **Samedi :**3 vendeurs de 9h à 11h4 vendeurs de 11h à 13h4 vendeurs de 15h à 17h5 vendeurs de 17h à 20h | 9h à 13het15h à 20h | 9 |
| **Total** |  | **35****36\*** |

\* solution pouvant être acceptée

Sachant qu’il y a 965 clients à traiter, il nous faut 193 heures (965 / 5). La différence (193 – 182 = 11 heures) correspond aux heures de présence qui devraient être assurées par le manager chef de secteur :

* Si l’on considère, à la simple lecture des flèches du tableau en annexe 9, que Franck Dufourq travaille 3heures le lundi, le mardi et le samedi entre 17 et 20h, alors la contrainte du service est respectée.
* Si l’on considère que Franck Dufourq travaille seulement 2 heures le lundi, le mardi et le samedi entre 17 et 20h, alors le service offert à la clientèle ne sera pas optimal pendant 1 heure pour ces jours-là. Il serait alors judicieux de proposer que Franck Dufourq travaille 3 heures sur chacune de ces tranches horaires. Une autre solution consisterait à inscrire le nouveau vendeur sur le planning, pendant une heure, le mardi entre 17 et 20h, avec pour conséquence de porter le contrat du vendeur supplémentaire à 36h (solution signalée \* dans le tableau ci-dessus). Dans ce cas, le sous service à la clientèle est ramené à 1h le lundi soir et le samedi soir.