SESSION 2007

BREVET DE TECHNICIEN SUPERIEUR

MANAGEMENT DES UNITES

 COMMERCIALES

U4 - MANAGEMENT ET GESTION DES

 UNITES COMMERCIALES

Durée : 5 heures

 Coefficient : 4

Calculatrice autorisée. Tout autre matériel et document de

 référence sont interdits.

Dès que le sujet est remis, assurez-vous qu'il soit complet.

 Le sujet comporte 16 pages, numérotées de 1 à 16.

 (sans compter la page de garde)

Code sujet : MUMGUC

BTS Management des Unités

Commerciales SESSION

2007

Management et Gestion des Unités Commerciales

Epreuve E4

Coeff. 4

Unité E4

Ce sujet comporte 16 pages

CAMIF

Créée en 1947, la Camif, est la troisième entreprise de vente à distance en France,

Elle compte 1,25 million de sociétaires et 750 000 adhérents. Elle a un effectif de

1980 personnes et a réalisé un chiffre d'affaires de 697 millions d'euros en 2004.

Son offre multi-canal (catalogue, Internet, magasins) s'adresse aux particuliers

(équipement de la personne et de la maison, habitat, alimentation fine) ainsi qu'aux

collectivités.

Le magasin de Lille s'est ouvert le 5 novembre 1985 sur un terrain de 19 hectares

situé sur la commune de Ronchin à proximité d'un nœud autoroutier facilitant l'accès

et le stationnement de la clientèle. D'une superficie de 12 000 m 2, il se décompose en

5 000 m2 d'entrepôt et 7 000 m2 de magasin d'exposition. Le parking a une capacité

de 1 700 places. La directrice du magasin, Mme Joëlle LONCKE, est à la tête d'une

équipe de 62 salariés (hors SAV et maintenance).

Vous êtes assistant du chef de rayon mobilier du magasin CAMIF de Lille. Vous

travaillez sur trois dossiers :

 • Dossier 1 : Analyse des performances du rayon mobilier du magasin CAMIF

 de Lille.

 • Dossier 2: Développement du potentiel de l'équipe commerciale.

 • Dossier 3 : Délai de récupération et financement de la rénovation de l'éclairage

 du rayon.

NB : Bien qu'inspirées d'un cas réel, pour des raisons de confidentialité et de

simplification, les données chiffrées et les mises en situation sont fictives.

Page 1 sur 16

Dossier 1 : Analyse des performances du rayon mobilier du magasin de Lille

 (Annexes 1 à 4)

Le chef du rayon mobilier veut améliorer les performances de son rayon. Il cherche à

identifier les leviers organisationnels et managériaux lui permettant d'atteindre cet

objectif.

1.1 Pour le magasin de Lille, calculez:

-

-

-

le taux de marque du rayon mobilier ;

les taux de marque de chaque secteur du rayon mobilier ;

leurs taux d'évolution entre janvier 2006 et janvier 2007.

Vous situerez ces taux de marque par rapport aux données « tous

magasins ».

1.2 Comparez les performances du rayon mobilier du magasin de Lille à celles

 des autres magasins, à l'aide des indicateurs suivants :

-

-

-

chiffres d'affaires ;

quantités vendues ;

marges brutes réalisées.

1.3 Mettez en évidence les secteurs dont les performances pourraient être

 améliorées. Indiquez les causes organisationnelles et managériales des

 insuffisances. Proposez des solutions.

Dossier 2 : Développement du potentiel de l'équipe

 (Annexes 5 à 10)

Suite à votre analyse, le chef de rayon mobilier décide de développer le potentiel de

son équipe commerciale selon 3 axes :

 • intégration d'une personne supplémentaire à raison de 20 heures par

 semaine (les mercredis, vendredis, samedis, jours de forte affluence) et

 réorganisation de l'équipe ;

 • formation du personnel ;

 • participation à une opération nationale de stimulation.

2.1 Recrutement d'un collaborateur

 Choisissez, parmi les deux personnes qui ont postulé en interne, celle que vous

 souhaitez recruter pour venir renforcer l'équipe commerciale du rayon mobilier.

Page 2 sur 16

2.2 Formation

2.2.1 Identifiez, en justifiant votre choix, les trois vendeurs prioritaires au sein de

 votre équipe pour suivre une formation.

2.2.2 Les trois vendeurs retenus vont suivre la même formation. Sélectionnez la

 formation qui vous semble la plus adaptée aux besoins détectés. Justifiez

 votre choix.

2.2.3 Déterminez le chiffre d'affaires supplémentaire à réaliser par le rayon

 mobilier pour que la marge dégagée couvre le coût de formation des 3

 vendeurs

2.3 Organisation du remplacement des salariés en formation

2.3.1 A partir des contraintes énoncées en annexe 9, proposez un aménagement

 du planning hebdomadaire habituel du rayon mobilier permettant de

 remplacer les trois salariés pendant leur formation.

2.3.2 Mettez en évidence les difficultés d'organisation occasionnées par ce

 stage. Proposez des pistes de solution.

2.4 Le challenge de l'équipe commerciale du rayon mobilier

Rédigez les arguments utilisables par le chef de rayon lors de la présentation du

challenge destiné à motiver les membres de l'équipe.

Dossier 3 : Délai de récupération et financement

 de la rénovation de l'éclairage du rayon

 (Annexes 11 à 12)

Le chef de rayon envisage de rénover l'éclairage du rayon mobilier dans le double

objectif de réaliser des économies d'énergie et d'accroître le chiffre d'affaires.

3.1 Calculez le délai de récupération de l'investissement envisagé. Concluez,

 sachant que la CAMIF réalise un investissement seulement si son délai de

 récupération est inférieur à 3 ans.

3.2 Présentez au chef de rayon les avantages et inconvénients des possibilités de

 financement adaptées à cet investissement.

3.3 Calculez le coût total du crédit dans l'hypothèse où il décide de recourir au

 financement par emprunt bancaire.

Page 3 sur 16

Barème indicatif

Dossier 1 : 20 points

Dossier 2 : 40 points

Dossier 3 : 15 points

 Forme : 5 points

 Total : 80 points

Liste des annexes

Annexe 1

Annexe 2

Annexe 3

Annexe 4

Annexe 5

Annexe 6

Annexe 7

Annexe 8

Annexe 9

Annexe 10

Annexe 11

Annexe 12

Tableau de bord du rayon mobilier des magasins CAMIF

Evolution de l'activité du rayon mobilier des magasins CAMIF

Profil global de l'équipe

Extrait du rapport de visite d'un client mystère dans tous les

 magasins CAMIF

Grilles d'évaluation des deux postulants

Profil des membres de l'équipe commerciale du rayon mobilier

Extrait du plan de formation CAMIF 2007

Eléments pour le calcul du coût de formation

Planning hebdomadaire habituel du rayon mobilier

Challenge de l'équipe commerciale du rayon mobilier

Projet de rénovation de l'éclairage du rayon

Eléments de calcul pour le crédit bancaire

Pages 5 à 6

Page 7

Page 7

Page 8

Pages 9 à 10

Page 11

Page 12

Page 13

Page 14

Page 15

Page 16

Page 16

Page 4 sur 16

ANNEXE 1 : TABLEAU DE BORD DU RAYON MOBILIER DES MAGASI

Secteurs de vente :

Secteur 1 (S1) = Banquettes, salons, relax

Secteur 2 (S2) = Chambres, literie

Objectifs :

 •

 •

 •

 •

 Chiffre

d'affaires HT

 réalisé (€)

 Rayon

Mobilier

Total rayon

S1

S2

S3

S4

Secteur 3 (S3) = Séjours

Secteur 4 (S4) = Appoint, rangement, bureau

Objectif de chiffre d'affaires du rayon mobilier du magasin de Lille pour janvier 2007 : 524 735 €

Objectif de chiffre d'affaires du rayon mobilier « Tous magasins » pour janvier 2007 : 5 157 421 €

Objectif de marge brute du rayon mobilier du magasin de Lille pour janvier 2007 : 207 270 €

Objectif de marge brute du rayon mobilier « Tous magasins » pour janvier 2007 : 2 124 858 €

« Tous magasins »

Magasin de Lille

Magasin de Niort

Magasin de Toulouse

janv. 06

4 240 931

1 471 783

1 069 263

1 040 671

659 214

janv. 07

5 877 955

2 049 460

1 440 319

1 619 720

768 456

Evolution

38,60%

39,25%

34,70%

55,64%

16,57%

janv. 06

455 036

155 958

133 530

92 675

72 873

janv. 07

611 085

203 387

164 566

147 138

95 994

Evolution

34,29%

30,41%

23,24%

58,77%

31,73%

janv. 06

404 236

146 247

95 084

102 086

60 819

janv. 07

607 165

219 593

169 746

152 734

65 092

Evolution

50,20%

50,15%

78,52%

49,61%

7,03%

janv. 06

449 958

166 457

123 047

93 538

66 916

janv. 07

743 345

263 575

191 187

203 116

85 467

Evolution

65,20%

58,34%

55,38%

117,15%

27,72%

Taux de marque réalisé

Rayon Mobilier

Total rayon

S1

S2

S3

S4

Janv.06

40,23%

38,85%

42,78%

39,81%

39,85%

« Tous magasins »

Janv.07

39,83%

37,77%

42,65%

39,78%

40,16%

Evolution

-0,99%

-2,78%

-0,30%

-0,07%

0,76%

ANNEXE 1 (suite): TABLEAU DE BORD DU RAYON MOBILIER DES MAGASINS CAMIF

Quantités vendues

Rayon Mobilier

Total rayon

S1

S2

S3

S4

« Tous magasins »

Janv. 06 Janv. 07

9460

1637

3824

2467

1532

13247

2425

5226

3700

1896

Evolution

40,03%

48,14%

36,66%

49,98%

23,76%

Magasin de Lille

Magasin de Niort

Magasin de Toulouse

Evolution

45,77%

24,90%

65,16%

53,54%

19,90%

Janv. 06 Janv.07 Evolution Janv.06 Janv.07 Evolution Janv.06 Janv.07

1010

187

396

259

168

1325

233

454

390

248

31,19%

24,60%

14,65%

50,58%

47,62%

981

193

314

330

144

1362

335

482

390

155

38,84%

73,58%

53,50%

18,18%

7,64%

1 169

249

399

325

196

1704

311

659

499

235

Marge brute réalisée (€)

Rayon Mobilier

Total rayon

S1

S2

S3

S4

Janv.06

« Tous magasins »

Janv.07

2 341 095

773 983

614 239

644 294

308 579

Evolution

37,22%

35,38%

34,29%

55,53%

17,46%

Janv.06

174 359

57 204

54 229

35 471

27 455

Magasin de Lille

Janv.07

243 941

76 550

68 680

59 733

38 978

Evolution

39,91%

33,82%

26,65%

68,40%

41,97%

1 706 056

571 718

457 384

414 251

262 703

ANNEXE 2 : EVOLUTION DE L'ACTIVITE DU RAYON MOBILIER DES MAGASINS

Magasin de Lille

Janvier

 2006

CA rayon

mobilier (€)

Effectif

vendeurs

rayon

mobilier

dont

Secteur 1

1 à 35 h

1 à 28 h

1 à 35 h

1 à 28 h

 1à35h

1 à 28 h

2 à 35 h

1 à 35 h

1 à 28 h

1 à 35 h

1 à 28 h

1 à 35 h

 1à28h

2 à 35 h

455 036

Janvier

 2007

611 085

Magasin de Niort

Janvier

 2006

404 236

Janvier

 2007

607 165

Magasin de Toulouse

Janvier

 2006

449 958

Janvier

 2007

743 345

 8 vendeurs :

• 5 à 35 h

• 3à28h

8 vendeurs :

• 5 à 35 h

• 3 à 28 h

7 vendeurs :

• 6 à 35 h

• 1 à 28 h

8 vendeurs :

• 6 à 35 h

• 2 à 28 h

9 vendeurs :

• 7 à 35 h

• 2 à 28 h

10 vendeurs :

 • 8 à 35 h

• 2 à 28 h

2 à 35 h

2 à 35 h

2 à 35 h

1 à 28 h

1 à 35 h

1 à 28 h

1 à 35 h

2 à 35 h

1 à 28 h

2 à 35 h

1 à 35 h

1 à 28 h

2 à 35 h

2 à 35 h

1 à 28 h

2 à 35 h

2 à 35 h

1 à 28 h

2 à 35 h

Secteur 2

2 à 35 h

1 à 35 h

1 à 28 h

1à35h

Secteur 3

Secteur 4

ANNEXE 3 : PROFIL GLOBAL DE L'EQUIPE

Typologie établie par le chef de rayon mobilier du magasin de Lille.

Type

Nombre de vendeurs

 concernés

4

Caractéristiques

Capable de travailler seul avec un minimum de

surveillance. Compétent et motivé, il met un

point d'honneur à se montrer à la hauteur des

responsabilités qui lui sont confiées.

Vendeur ayant un potentiel, désirant être

écouté et félicité en situation de réussite et

épaulé en cas d'échec. A besoin de gagner en

assurance en situation de face à face.

Vendeur ne donnant pas le maximum de lui-

même. A besoin d'être à la fois dirigé et

surveillé mais aussi encouragé et félicité pour

se motiver.

Travailleur et désireux de progresser. Très à

l'écoute et prompt à suivre les consignes et les

conseils.

Autonome

Anxieux

1

Distancié

1

Volontaire

2

Page 7 sur 16

ANNEXE 4 : EXTRAIT DU RAPPORT DE VISITE D'UN CLIENT MYSTERE DANS

 TOUS LES MAGASINS CAMIF

Critères d'évaluation

Note rayon

 mobilier

 Magasin

 Lille

 Note

moyenne

Magasin

 Lille

 Note

moyenne

 Rayons

 mobilier

 tous

magasins

 4

 4

 4

 3

 5

 4

 3,38

 4

 4

 2

 4

 3

 3

 3

 4

3,62

Impression Générale

 • Temps d'attente client

 • Réassort du rayon

 • Tenue du rayon

 • Affichage des prix du rayon

 • Tenue, présentation des vendeurs

Techniques de vente

 • Prise en charge du client

 • Accueil

 • Découverte

 • Proposition - Argumentation

 • Prise en compte des objections

 • Conclusion de la vente

 • Ventes complémentaires

 • Prise de congé

Global

 3,4

 2

 3

 2

 5

 5

3,25

 2

 4

 3

 3

 2

 3

 4

 5

3,31

 3,8

 3

 3

 4

 5

 4

3,75

 4

 4

 3

 4

 4

 4

 3

 4

3,77

N.B. : Les notes attribuées vont de 1 à 5, 5 étant la meilleure note.

Page 8 sur 16

ANNEXE 5 : GRILLES D'EVALUATION DES DEUX POSTULANTS

Le niveau de maîtrise en technique de vente de François Thibaut

Faire naître le climat de confianceOui Non

- A-t-il toujours « la pêche » sur la surface de vente ? ............................................................................... 

- Sa première accroche client est-elle toujours personnalisée, intéressante, bien menée ? ..................... 

- Maintient-il accueillant son outil de travail (tenue vestimentaire, bureau rangé...) ? ............................... 

- La priorité au client est-elle respectée (prise en charge immédiate, non abandon du client...) ? ............ 

- S'adapte t-il immédiatement au comportement de son client ? (Voix, gestuelle, distance) ..................... 

Eveiller la curiosité :

- Ecoute-t-il avec attention et complètement le client ? ..............................................................................

- Avant de parler du produit, connaît-il complètement, l'usage, l'univers et les goûts du client ? ..............

- Afin de réaliser un projet ambitieux, la possibilité de financement est-elle évoquée ? ............................

- Détecte-t-il toujours le langage dominant du client (confort, argent, statut) ...........................................

Susciter l'intérêt

- Reformule-t-il systématiquement la demande du client ? ........................................................................

- Présente-t-il les 2 ou 3 offres ciblées dans l'ordre décroissant de prix ? .................................................

- Transforme-t-il les caractéristiques techniques des produits/services en avantages pour le client ? ....

- Semble-t-il toujours répondre précisément aux envies exprimées par le client ? ...................................

- Parle-t-il avec passion du produit ? Est-il convaincu de la qualité de ses produits ? .............................

- Présente-t-il ses avantages en utilisant le futur ? ...................................................................................

- Fait-il toucher/essayer le produit ? ...........................................................................................................

- Après chaque argument valide-t-il et contrôle-t-il toujours l'intérêt du client ? (Oui de contrôle) ............

- Pour traiter les objections et les doutes du client, repose-t-il méthodiquement d'autres questions ? ....

- Accompagne-t-il toujours son client jusqu'au bout en proposant systématiquement les services

CAMIF Financement, garantie, option de montage, de reprise...) .............................................................

























































Informations complémentaires :

•

•

•

•

Célibataire, sans enfant ;

21 ans ;

Bac pro commerce ;

Occupe jusqu'à présent un poste à temps partiel (15 heures) dans le rayon cuisine (les

mercredis, jeudis). Il souhaite compléter son temps de travail à concurrence de 35 heures

au sein du magasin.

Page 9 sur 16

ANNEXE 5 (suite) : GRILLES D'EVALUATION DES DEUX POSTULANTS

Le niveau de maîtrise en technique de vente de Claudine Cheru

Faire naître le climat de confianceOui Non

- A-t-il toujours « la pêche » sur la surface de vente ? ............................................................................... 

- Sa première accroche client est-elle toujours personnalisée, intéressante, bien menée ? ..................... 

- Maintient-il accueillant son outil de travail (tenue vestimentaire, bureau rangé...) ? ............................... 

- La priorité au client est-elle respectée (prise en charge immédiate, non abandon du client...) ?............ 

- S'adapte t-il immédiatement au comportement de son client ? (Voix, gestuelle, distance) ..................... 

Eveiller la curiosité :

- Ecoute-t-il avec attention et complètement le client ? ..............................................................................

- Avant de parler du produit, connaît-il complètement, l'usage, l'univers et les goûts du client ? ..............

- Afin de réaliser un projet ambitieux, la possibilité de financement est-elle évoquée ? ............................

- Détecte-t-il toujours le langage dominant du client (confort, argent, statut) ...........................................

Susciter l'intérêt

- Reformule-t-il systématiquement la demande du client ? ........................................................................

- Présente-t-il les 2 ou 3 offres ciblées dans l'ordre décroissant de prix ? .................................................

- Transforme-t-il les caractéristiques techniques des produits/services en avantages pour le client ? ....

- Semble-t-il toujours répondre précisément aux envies exprimées par le client ? ...................................

- Parle-t-il avec passion du produit ? Est-il convaincu de la qualité de ses produits ? .............................

- Présente-t-il ses avantages en utilisant le futur ? ...................................................................................

- Fait-il toucher/essayer le produit ? ...........................................................................................................

- Après chaque argument valide-t-il et contrôle-t-il toujours l'intérêt du client ? (Oui de contrôle) ...........

- Pour traiter les objections et les doutes du client, repose-t-il méthodiquement d'autres questions ? ....

- Accompagne-t-il toujours son client jusqu'au bout en proposant systématiquement les services

CAMIF Financement, garantie, option de montage, de reprise...) .............................................................

























































Informations complémentaires :

 • Mariée, trois enfants ;

 • 35 ans ;

 • Autodidacte. 10 ans d'ancienneté dans le magasin ;

 • Claudine Cheru occupe jusqu'à présent un poste à 15 heures dans le rayon décoration

 (les mardis et vendredis) pour s'occuper de ses enfants en bas-âge. Elle souhaite

 reprendre une activité à temps complet (en complétant son temps partiel dans le

 magasin).

Page 10 sur 16

ANNEXE 6 : PROFIL INDIVIDUEL DES MEMBRES DE L'EQUIPE

 COMMERCIALE DU RAYON MOBILIER

Vendeurs

Secteur de

 vente\*

 Secteur 1

(ex. secteur 4)

Secteur 2

% réalisation

 objectifs en

 CA

(janvier 2007)

100%

Profil observé

Sérieuse. Motivée. Manque parfois de

 confiance en elle. Des difficultés

 d'adaptation à son nouveau secteur.

De l'expérience. Sait mettre en

 confiance ses clients.

Très compétent. Connaissance

 parfaite de ses produits.

Parfaitement rodé aux techniques de

 vente. Vendeur très expérimenté.

Capable. S'est bien adaptée à son nouveau

 secteur mais n'exploite pas ses capacités

au maximum bien qu'elle ait bénéficié d'une

 formation il y a 6 mois.

 Bonne volonté. Manque encore

d'expérience. Ancienneté : 6 mois.

Excellente écoute. Aisance naturelle.

 Leader de l'équipe.

Travailleur. A du mal à répondre aux

objections et à concrétiser malgré un

 bon contact.

Noémie

Viviane

104%

Farid

Secteur 3

142 %

Daniel

Secteur 4

150%

Malorie

 Secteur 4

(ex. secteur 1)

97%

Sarah

Secteur 2

90%

Louis

Secteur 3

138%

Gontran

Secteur 1

95%

\*Cette répartition est issue de la réorganisation de l'équipe en février 2007.

Page 11 sur 16

ANNEXE 7 : EXTRAIT DU PLAN DE FORMATION CAMIF 2007

Service : magasin CAMIF de Lille

Nom du responsable demandeur : Direction - Joëlle Loncke

Code

Intitulé de la formation

Bénéficiaires

 Orientation

 stratégique

 globale pour

l'élaboration de

 ce plan

Management

F1

Animer son équipe

Mieux communiquer, mieux vendre

 en magasin

Développer la performance du formateur

Développer les compétences

 secteur mobilier.

 Assurer les compétences

aux nouvelles technologies

Acquérir une compétence

 merchandising textile

Développer les compétences secteurs

 cycle et fitness

 Développer les outils bureautiques

(Word, Excel, Power Point, Photo Shop)

Assurer la sécurité des personnes

 en gestes et postures

Formation incendie

Chefs de rayon

Vendeurs et chefs de

 rayon

Encadrants

F2

Commercial

F3

Formation interne

F4

Vendeurs

Vendeurs multimédia

 et SAV

Vendeurs textile

Maîtrise du métier

F5

Technologies

F6

Commercial

F7

Vendeurs

Administratifs et

 Décorateurs

Personnels entrepôt

Maîtrise du métier

F8

Maîtrise du métier

F9

Sécurité

F10

Tout le personnel

Sécurité

F11

Recyclage secouriste

Personnel secouriste

Sécurité

F12

Habilitation électrique

4 personnes

Sécurité

Page 12 sur 16

ANNEXE 8 : ELEMENTS POUR LE CALCUL DU COUT DE LA FORMATION

•

Le stage de formation regroupe dix vendeurs provenant de différents magasins

CAMIF qui se partagent les frais de formation.

Le nombre de participants est de 3 pour le magasin de Lille.

Le stage se déroule les lundis, mardi et mercredi.

Le coût induit par la formation comprend les frais des intervenants, le coût de

déplacement et d'hébergement des participants, le coût de la rémunération du

personnel en formation.

Le coût indirect de la formation comprend le manque à gagner : Ia perte de marge

liée à la diminution du chiffre d'affaires générée par l'absence des vendeurs en

formation.

Le salaire brut d'un vendeur est estimé à 12 euros de l'heure.

Les charges salariales sont estimées à 50% du salaire brut.

Le coût d'hébergement complet d'un stagiaire est estimé à 80 euros par jour.

Le coût d'un formateur (formateur et locaux pour la formation) est de 750 euros par

jour pour un groupe complet (10 personnes).

Les frais de déplacements sont de 0,32 euros par kilomètre parcouru.

Le centre de formation est situé à 50 km du magasin.

La formation dure 3 jours et comprend 6 heures de formation par jour.

Le taux de marque moyen du rayon Mobilier est de 40%.

•

•

•

•

•

•

•

•

•

•

•

•

Page 13 sur 16

ANNEXE 9 : PLANNING HEBDOMADAIRE HABITUEL DU RAYON MOBILIER

Lundi

 Après Total

 Matin

 Midi journée

 4:00 10:0010:00 14:00

 8:00 10:0010:00 19:00

 8:0010:00 19:00

 0:00 10:00

 5:00 10:0014:00 19:00

 4:0015:00 19:00

 0:00 11:00

 0:00 13:00

Matin

29,00

Mardi

Mercredi

Jeudi

Vendredi

Samedi

Noémie

Viviane

Farid

Daniel

Malorie

Sara h

Louis

Gontran

Total

 Après TotalTotalAprès TotalAprèsAprès TotalAprès Total

 MatinMatinMatinMatin

 Midi journéeMidi journéeMidi journéeMidi journéeMidi journée

 7:008:000:00 10:00 19:00 8:00 10:00 19:008:0018:0010:00 19:00

 8:000:000:00 15:00 19:00 4:00 10:00 19:008:0019:00

 0:004:00 10:00 19:00 8:000:00 10:00 19:008:0015:00 19:00

 4:008:00 10:00 18:00 7:00 10:00 19:00 8:00 10:00 19:008:0014:0010:00 19:00

 8:000:00 10:00 19:00 8:000:00 11:00 19:007:0019:00

 0:008:00 11:00 19:00 7:00 10:00 19:00 8:00 10:00 19:008:0010:00 19:00

 7:008:00 15:00 19:00 4:00 10:00 19:00 8:00 10:00 19:008:0019:0010:00 19:00

 6:008:00 11:00 18:00 6:00 10:00 19:00 8:00 10:00 18:007:0019:0010:00 19:00

40,00

44,00

40,00

44,00

62,00

 Total

 heures

semaine

35,00

28,00

28,00

35,00

28,00

35,00

35,00

35,00

259,00

 Le rayon mobilier comporte 8 collaborateurs :

- Noémie, Daniel, Sarah, Louis et Gontran sont à temps plein (35 heures par semaine).

- Viviane, Farid et Malorie sont à temps partiel (28 heures par semaine).

Les trois vendeurs partent en formation du lundi au mercredi à raison de 6 heures par jour. La nouvelle personne recrutée en interne rentrera en fonction au sein du

rayon mobilier à l'occasion de cette semaine de formation, en complément de son horaire habituel sur le rayon d'origine. Elle aura elle-même suivi au préalable une

formation interne sur les produits.

•

•

•

•

•

•

•

Les contraintes liées à l'élaboration du planning de travail pour le rayon mobilier pendant la semaine de formation sont les suivantes :

 La répartition horaire hebdomadaire n'est pas modifiable pour les personnes en contrat de travail à temps partiel ;

 L'amplitude maximale journalière de travail correspond aux horaires d'ouverture et de fermeture du magasin (10 heures - 19 heures), soit 8 heures de travail effectif

 plus 1 heure de repas ;

 Lorsque l'horaire de travail débute à 13 heures ou plus, l'heure du repas n'est pas décomptée ;

 Compte-tenu des flux de clientèle, on privilégiera des horaires en fin de journée en cas de besoin ;

 Chaque collaborateur assure un minimum de 4 heures de travail dans la journée ;

 Les collaborateurs disposant d'un contrat de travail à temps complet peuvent accomplir jusqu'à 4 heures supplémentaires (il faut tenir compte des heures

 effectuées en stage) ;

 Chaque salarié dispose d'un jour de congé par semaine en plus du dimanche.

ANNEXE 10 : CHALLENGE DE L'EQUIPE COMMERCIALE

 DU RAYON MOBILIER

•

•

•

Challenge proposé à tous les rayons mobilier des magasins CAMIF de France.

Durée de l'opération 3 semaines, à partir du lundi 6 mars.

But de l'opération : Développer les ventes complémentaires :

o Option « Le jour de votre choix »,

Option « montage meuble »,

o Option « enlèvement »,

o

Carte Véronèse (carte de crédit).

•

•

•

Le classement individuel et collectif se fera en fonction du nombre de ces

services complémentaires vendus.

Pour gagner un des lots, un vendeur devra avoir vendu un minimum de 25

cartes Véronèse et 30 options pour faire partie du classement du challenge

Les lots attribués aux lauréats après classement national sont les suivants :

o Le n°1 : un téléviseur 16/9éme LCD 67 cm Thomson modèle LB 120 S ;

o Le n°2 : un Home cinéma Sony modèle DAV-DZ500 ;

o Du n°3 au n° 5 : un lecteur enregistreur de DVD Thomson modèle DTH

804 ;

o Du n°6 au n° 10 : un baladeur disque dur de 4 Go MP3 Thomson modèle

Lyra;

o Du n° 11 au Nc15 : une imprimante photo multifonctions Lexmark modèle

P 433;

o Du n° 16 au dernier du classement : une clef USB 512 Mo, lecteur de

MP3 Packard Bell modèle Funkey.

•

Il y a également un classement national des rayons mobilier avec versement

d'une prime pour l'équipe, à condition d'avoir vendu un minimum de 250 cartes

et 250 options en tout pour le rayon, prime à répartir entre les vendeurs du

rayon mobilier :

o

o

o

Le 1er rayon mobilier gagne une prime de 3 000 euros ;

Le 2ème rayon mobilier gagne une prime de 2 000 euros ;

Les autres rayons mobilier classés gagnent une prime de 1 000 euros.

Page 15 sur 16

ANNEXE 11 : PROJET DE RENOVATION DE L'ECLAIRAGE DU RAYON

•

La mise en place du nouvel éclairage du rayon meuble représente un

investissement de 300 000 euros HT amortissable en 10 ans selon le mode

linéaire.

•

•

La surface du rayon meuble est de 1 500 m2.

Le nouvel investissement permettrait de réaliser une économie de 30 % sur

les consommations électriques habituelles, ce qui représente une économie

de 3 euros par m2 et par an.

•

•

Le chiffre d'affaires annuel moyen du rayon mobilier est de 7 340 000 euros

HT.

L'investissement en améliorant le confort visuel des clients et en valorisant

l'offre de meubles (théâtralisation) permettrait d'augmenter le chiffre d'affaires

annuel de 5 %.

•

•

Le taux d'impôt sur les bénéfices est de 33%.

Le taux de marque est de 40%.

ANNEXE 12 : ELEMENTS DE CALCUL POUR LE CREDIT BANCAIRE

•

•

•

•

•

•

Le taux nominal annuel de l'emprunt est de 2,90%.

Le montant emprunté est de 70% du montant HT de l'investissement.

Les frais de dossier sont de 0,3% du montant du prêt, avec un maximum

de 3 000 euros.

Le crédit est remboursé par annuité constante.

Il y a un remboursement par an.

La durée du crédit est de 10 ans.

Annuité constante :

Page 16 sur 16