**CONFORAMA CAHORS**

## Corrigé indicatif CONFORAMA CAHORS

**Dossier 3 : Gestion de l’opération promotionnelle**

**Évaluation de la rentabilité de l’action promotionnelle.**

* 1. Calcul des coûts fixes engendrés par cette opération.

|  |
| --- |
| **Charges salariales** |
| Charges salariales préparation PLV | 1j x 8h x 2personnes x 13,53 € | 216,48 |
| Charges salariales installation | 3j x 8h x 2 personnes x 13,53 € | 649,44 |
| Charges salariales animation | 1 personne x 4 semaines x 35h x 13,53 | 1 894,20 |
| **Alarme** |  | 400 |
| **Publicité** |
| Coût Catalogues | 57 x 40 € | 2 280 |
| Coût de distribution catalogues | 57 x 35 € | 1 995 |
| Publicité presse | 4 semaines x 600 € | 2 400 |
| Publicité radio | 4 semaines x 500 € | 2 000 |
| **TOTAL COUT FIXE** |  | **11 835,12 €** |

* 1. Nombre total d’ensembles à vendre pour atteindre le seuil de rentabilité
* Calcul des marges sur coût variable unitaire pour chaque ensemble en promotion.

Tableau de détermination de la marge sur coût variable unitaire :

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Les ensembles en promotion | PVTTC | Prix promo | Prix promo HT | Prix d'achat | Marge sur coût variable |
| 140x190 | 402 | 301,50 | 252,09 | 165 | 87,09 |
| 90x190 | 319 | 239,25 | 200,04 | 125 | 75,04 |

* Détermination du seuil de rentabilité en quantité :

Soit Q la quantité totale d’ensembles à vendre :

0,40 Q pour le grand modèle

0,60 Q pour le petit modèle

Le seuil de rentabilité est atteint si et seulement si Marge sur CV = Coûts fixes

Soit : (0,40 Q x 87,09) + (0,60 Q x 75,04) = 11 835,12

34,84 Q + 45,02 Q = 11 835,12

79,86 Q = 11 835,12 Soit Q = 148,19 soit **149 ensembles**

D’où : Nombre de grands modèles à vendre : 149 x 0,4 = 60

 Nombre de petits modèles à vendre : 149 x 0,6 = 89

**Évaluation des performances des vendeurs**

* 1. Sélectionnez des indicateurs pertinents pour évaluer le personnel lors de l’action promotionnelle.

Indicateurs pertinents :

* + Chiffre d’affaires : Objectif, réalisé, taux de réalisation ou écart en %
	+ Marge globale : Objectif, réalisé, taux de réalisation ou écart en %
	+ Quantités vendues : Objectif, réalisées, taux de réalisation ou écart en %
	+ Nombre de cartes : Objectif, réalisé, taux de réalisation ou écart en %
	1. Calculez, d’après la simulation réalisée par monsieur Larqué, le montant de la rémunération variable liée à l’action de promotion que percevra chaque salarié.

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  | **Commission sur marge** |  |  |  |
| NOM Prénom | CA HT | **Commission****Sur CA** | Marge globale | Sur tranche< 1000 | Sur tranche < 2000 | Sur tranche < 3000 | Sur tranche> 3000 | **Total** | Nombre de cartes | **Prime sur cartes** | **Total Variable** |
| LAMIRAUX Francine | 13 200,00 | **330,00** | 3 036,00 | 40,00 | 50,00 | 60,00 | 2,52 | **152,52** | 16 | **60** | **542,52** |
| VILAIN Dominique | 9 250,00 | **231,25** | 2 128,00 | 40,00 | 50,00 | 7,68 | 0,00 | **97,68** | 13 | **40** | **368,93** |
| GUIDOUX Yann | 5 750,00 | **143,75** | 1 323,00 | 40,00 | 16,15 | 0,00 | 0,00 | **56,15** | 6 | **0** | **199,90** |
| POIX Chantal | 6 210,00 | **155,25** | 1 429,00 | 40,00 | 21,45 | 0,00 | 0,00 | **61,45** | 9 | **40** | **256,70** |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Total | **860,25** |  |  |  |  |  | **367,80** |  | **140** | **1 368,05** |

La réponse sous forme de tableau n’est pas exigée.

* 1. Identifiez les avantages et les limites de ce système de motivation. Proposez d’autres méthodes pour maintenir la mobilisation des vendeurs.

La rémunération variable est basée principalement sur le variable individuel

|  |  |
| --- | --- |
| Avantages | Limites |
| * Outil de motivation
* Vendeurs plus performants
* Permet d’orienter la vente sur les produits à forte marge
* Une partie de la rémunération varie en fonction du chiffre d’affaires et de la marge réalisée : meilleure gestion des coûts
 | * Peu de cohésion au niveau de l’équipe
* Le vendeur va délaisser les tâches non rentables (notamment administratives et collectives)
* Les produits à faible marge peuvent être délaissés alors que ces produits correspondent aux attentes des clients
* Pression accrue qui peut engendrer du stress
 |

Exemples de propositions :

* Mobilisation liée au groupe :
	+ réunion avant le début de l’opération de promotion pour mobiliser le groupe sur l’opération et ses objectifs.
	+ réunion hebdomadaire pour faire le point sur l’état d’avancement des objectifs.
	+ réunion après l’opération pour présenter le bilan de l’action.
* Mobilisation liée à l’activité :
	+ challenge entre les vendeurs pour le nombre de cartes placées.
	+ système de rémunération variable collective.

Prévoir d’intégrer cette mobilisation dans un système de stimulation plus global.

 Les propositions faites par le candidat sont acceptées si elles sont justifiées.