

ANNEXE 1 (à compléter et à rendre avec la copie)

ANALYSE DES RÉSULTATS DE LA SOUS-FAMILLE ACCESSOIRES (Septembre 2007 à Août 2008)

Référence Désignation	P.A.H.T. unitaire H.T en €	Taux de marque en %	P.V.H.T. unitaire H.T. en € *	P.V.T.T.C. unitaire (T.V.A. : 19,60 %)*	Marge unitaire en €*	Coefficient Multiplicateur **
435 123 Halogène	14,99	25 %				
280 284 Rail (kit 5x20 w)	57,99	10 %				
775 779 Ampoules (3x35 w)	3,45	15 %				
775 710 Ampoules (3x50 w)	3,65	20 %				

* Arrondir les résultats à deux décimales. ** Arrondir les résultats à trois décimales

D'après document interne à l'entreprise

DÉTAIL DES CALCULS POUR LA RÉFÉRENCE 435 123 (HALOGÈNES) :

Prix de vente unitaire H.T.	
Prix de vente unitaire T.T.C.	
Marge unitaire	
Coefficient multiplicateur	

ANNEXE 2 (à compléter et à rendre avec la copie)

GESTION DES STOCKS

Famille : LUMINAIRE		Sous-famille : 503 (Accessoires Luminaires)				Vitesse moyenne de rotation du rayon LUMINAIRE : 5 mois		
Référence Désignation	Table des catégories base 2007	Quantités vendues sur les 12 derniers mois	Ventes moyennes mensuelles*	Stock initial	Stock final	Stock Moyen*	Coefficient de rotation du stock*	Vitesse de rotation du stock**
435 123 Halogène	H			5	3			
280 284 Rail (5 x 20 W)	G			5	2			
775 779 Ampoule (3 x 35 W)	B			23	49			
775 710 Ampoule (3 x 50 W)	A			30	57			
Détail des calculs pour la référence 775 779				23	49			

* Arrondir les résultats à deux décimales

** Exprimée en jours, arrondir à l'entier supérieur

D'après document interne à l'entreprise

ANNEXE 3 (à compléter et à rendre avec la copie)

ANALYSE DE LA VITESSE DE ROTATION

Références	Commentaires sur la vitesse de rotation	Propositions		Justifications
		Maintien (1)	Abandon (1)	
435 123				
280 284				
775 779				
775 710				

(1) Mettre une croix pour indiquer votre réponse

ANNEXE 4 (à compléter et à rendre avec la copie)

AVANTAGES DU SYSTÈME « RESTORE CASH » POUR MR BRICOLAGE

N° 1	
N° 2	
N° 3	
N° 4	

ANNEXE 5 (à compléter et à rendre avec la copie)

Détermination du prix psychologique d'une ampoule basse consommation (BC) 60 W qui permet de réaliser 60 % d'économie d'énergie avec une durée de vie de 8 000 heures.

L'entreprise a effectué son enquête auprès d'un échantillon de 200 consommateurs. Deux questions concernant le prix ont été posées :

Question 1 : « Au-dessus de quel prix T.T.C. n'achèteriez-vous pas ce produit ? »

Question 2 : « Au-dessous de quel prix T.T.C. jugeriez-vous ce produit de qualité insuffisante ? »

Les réponses sont récapitulées dans le tableau ci-dessous.

Niveau de prix en €	Question 1			Question 2			Acheteurs potentiels
	Réponses Prix excessif	Pourcentage de réponses	Pourcentages cumulés croissants	Réponses Qualité insuffisante	Pourcentage de réponses	Pourcentages cumulés décroissants	
6,00	0			75			
6,20	0			50			
6,40	5			30			
6,60	10			22			
6,80	15			10			
7,00	20			8			
7,20	40			5			
7,40	50			0			
7,60	50			0			
7,80	10			0			
Total	200			200			

Arrondir les résultats à deux décimales.

Détail des calculs pour le niveau de prix 6,40 €

Pourcentage de réponses question 1 :

Pourcentages cumulés croissants question 1 :

Acheteurs potentiels :

Prix retenu en le justifiant :

ANNEXE 6 (à compléter et à rendre avec la copie)

Désignation	Prix d'achat H.T.	Prix de vente promotionnel H.T.	Taux de marge	Taux de marque	Coefficient multiplicateur	Quantités vendues	Chiffre d'affaires H.T.	Marge globale
Ampoule BC 60 W				15 %		67		
Détail des calculs								

Arrondir les résultats à deux décimales.

Baccalauréat professionnel spécialité commerce

SUJET

Durée : 3 h – Coef. 4

Épreuve E1 – Épreuve scientifique et technique

Session 2009

Sous-épreuve E11-U11 : Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale

BACCOM09A11

Page 15/18

ANNEXE 7 (à compléter et à rendre avec la copie)

Situations	Problèmes repérés en magasin	Risques encourus par les personnes	Les mesures immédiates à mettre en place
1			
2			
3			
4			
5			
6			

ANNEXE 8 (à compléter et à rendre avec la copie)**NOMBRE DE CARTES MR. BRICOLAGE PLACÉES DANS VOTRE POINT DE VENTE
EN 2007 ET 2008**

	Semestre 1	Semestre 2	Année	Résultats nationaux
2007	144	135		
2008	312	169		
Évolution en % entre 2007 et 2008*				- 18 %
Détail des calculs (des taux d'évolutions)				

* Arrondir les résultats à l'unité la plus proche

ANNEXE 9 (à compléter et à rendre avec la copie)**PANIER MOYEN DE NOTRE POINT DE VENTE en 2008**

Éléments	Détail des calculs	Résultats*
Panier moyen d'un client non fidélisé (en €)		
Panier moyen d'un client « porteur actif » (en €)		

* Arrondir les résultats à l'unité la plus proche

TAUX DE C.A. ENCARTÉ DE NOTRE POINT DE VENTE

Éléments	Détail des calculs	Résultats*
Taux de CA encarté en 2007 en %		
Taux de CA encarté en 2008 en %		
Évolution du CA encarté entre 2007 et 2008		

* Arrondir les résultats à deux décimales

ANNEXE 10 (à compléter et à rendre avec la copie)

**EXTRAIT DES RÉSULTATS DU « CHALLENGE FIDÉLISATION 2008 »
CARTE MR. BRICOLAGE DANS VOTRE POINT DE VENTE PAR VENDEUR**

Vendeurs	Objectif fixé en 2008	Réalisation en 2008	Taux de réalisation de l'objectif en 2008*
Kevin (rayon Visserie)	5	1	
Jean Marc (rayon Jardinerie)	11	14	
Karina (rayon Luminaire)	50	54	

* Arrondir les résultats à une décimale

Détail des calculs pour Jean-Marc :