BTS MCO — ADOC · 2e année · Mise en application

Chapitre 05 — Évaluation des actions commerciales

Feuille eleve

Mobiliser le SIC, calculer les indices de sensibilité et interpréter la rentabilité réelle des opérations · 6 dossiers · 6 exercices

Mise en application - 6 dossiers

PARTIE 1 · POURQUOI ÉVALUER ET LE SYSTÈME D'INFORMATION COMMERCIAL

D1 Le manager qui n'évalue pas

Sportif+ a organisé une promotion sur les chaussures de running. Le CA du rayon progresse de 12 % mais la marge brute recule de 4 points. Aucun indicateur qualitatif n'a été suivi. Le directeur conclut : « C'était une bonne opération, on a fait plus de CA. »

Compétences visées

Analyser l'impact des actions mises en œuvre.

1 Expliquez pourquoi ce raisonnement est insuffisant (mesurer l'impact réel, optimiser, justifier les investissements).

2 Identifiez quatre sources du SIC que le directeur aurait dû mobiliser.

3 Proposez une grille d'évaluation post-opération (trois indicateurs quantitatifs, deux qualitatifs).

PARTIE 2 · INDICE DE SENSIBILITÉ AU CA ET À LA MARGE

D2 Le rayon Épicerie Fine

Un supermarché réalise un CA mensuel total de 520 000 € et une marge brute mensuelle totale de 140 000 €, sur un linéaire total de 310 m. Son rayon Épicerie Fine occupe 31 m de linéaire (10 % du linéaire total).

Compétences visées

Optimiser l'implantation de l'offre — Analyser les performances d'implantation.

Famille	CA mensuel	Linéaire développé	Marge brute mensuelle
Huiles et vinaigres	8 200 €	6,5 m	2 870 €
Conserves haut de gamme	14 600 €	9,2 m	3 504 €
Épices et condiments	6 800 €	8,1 m	2 380 €
Thés et cafés	11 400 €	7,2 m	4 104 €

1 **Calculez, pour chaque famille, sa part du CA et du linéaire magasin, puis l'IS_CA et l'IS_Marge. Présentez vos résultats en tableau et interprétez chaque valeur.**

2 **Proposez des décisions d'implantation pour au moins deux familles, en croisant IS_CA et IS_Marge.**

PARTIE 3 · PRODUCTIVITÉ DU LINÉAIRE ET ROTATION DES STOCKS

D3 Rayon Boissons

Rayon Boissons d'un hypermarché en novembre : CA 38 400 €, linéaire développé 48 m, coût d'achat des marchandises vendues 26 880 €, stock moyen valorisé 8 960 €, 250 références totales dont 18 en rupture.

Compétences visées

Garantir la disponibilité de l'offre — Analyser l'impact des actions mises en œuvre.

1 Calculez le CA au mètre linéaire, le taux de rotation des stocks et le taux de rupture. Commentez chaque résultat.

2 En supposant que chaque référence en rupture générerait en moyenne 320 € de CA si elle était disponible, estimez la perte de CA mensuelle et proposez deux actions correctives.

PARTIE 4 · FIDÉLITÉ, INDICATEURS DE PROMOTION, ÉLASTICITÉ, HALO ET CANNIBALISATION

D4 L'opération Pâtes Primo

Promotion -30 % sur la marque de pâtes Primo pendant deux semaines.

Compétences visées

Proposer et organiser des opérations promotionnelles — Analyser l'impact des actions mises en œuvre.

Indicateur	Référence (hors promo)	Pendant la promo
CA pâtes Primo	4 200 €/semaine	9 800 €/semaine
CA pâtes marque distributeur	3 100 €/semaine	1 900 €/semaine
CA sauces tomate (rayon adjacent)	2 800 €/semaine	3 650 €/semaine
Clients ayant acheté Primo	420	980
Clients totaux du rayon	3 200	3 500
Coût de l'opération (2 semaines)	—	1 800 €
Marge brute sur Primo (2 semaines)	2 940 €	3 430 €

1 Calculez le taux de pénétration, la croissance des ventes de Primo et le ROI promotionnel.

2 Identifiez dans ces données un effet de halo et un effet de cannibalisation.

3 Concluez : cette promotion a-t-elle créé de la valeur ou seulement déplacé les achats ?

PARTIE 5 · TABLEAU DE SYNTHÈSE ET ÉTUDE DE CAS VINS ET SPIRITUEUX

D5 Le rayon Vins et Spiritueux

Reprenez l'étude de cas de votre chapitre (surface rayon 120 m², surface magasin 1 500 m², CA mensuel rayon 45 000 €, CA mensuel magasin 480 000 €, IS = 1,17, CAML = 234,4 €/m, taux de rupture 12 % sur les vins d'entrée de gamme, perte estimée 3 200 €/mois).

Compétences visées

Analyser les performances d'implantation — Proposer des axes d'amélioration.

1. **Vérifiez le calcul de l'IS (part du CA rayon/magasin ÷ part de surface rayon/magasin) et concluez sur la lecture commerciale.**

2. **À partir de la formule CAML = CA rayon ÷ linéaire développé et du résultat donné (234,4 €/m), déduisez le linéaire développé implicite du rayon. Que remarquez-vous par rapport à la surface (120 m²) donnée pour le calcul de l'IS ?**

3. **Proposez deux actions concrètes pour réduire le taux de rupture constaté.**

PARTIE 6 · ANALYSE CONCURRENTIELLE ET AXES D'AMÉLIORATION

D6 Réaction des concurrents après la Rentrée des Classes

Après votre opération « Rentrée des Classes » du chapitre 1 (CA réalisé 22 400 €, ROI 112,3 %), un concurrent direct lance une opération similaire avec des marques premium non référencées chez vous.

Compétences visées

Proposer des axes d'amélioration tenant compte des réalités locales.

1 **Identifiez deux risques liés à cette réaction concurrente.**

2 **Proposez trois axes d'optimisation pour votre prochaine opération (offre, implantation, animation).**

3 **Expliquez en quoi un axe d'amélioration « cohérent, réaliste et mesurable » se distingue d'une simple intention, à l'aide d'un exemple concret.**