

SITUATION PROFESSIONNELLE

Vous êtes en période de formation en entreprise, dans le magasin « DU PAREIL AU MÊME ». Votre tuteur, Mme Dupont, vous demande de l'aider dans diverses tâches.

« DU PAREIL AU MÊME » est une entreprise succursaliste spécialisée dans le prêt à porter pour enfants de **0 à 14 ans**.

Cette enseigne possède plusieurs points de vente en France, dont un situé à la **Roche sur Yon, Place Napoléon (85000)**.

L'assortiment se compose de :

- layette
- chaussures
- articles de puériculture
- vêtements pour enfants.

DOSSIER 1 - ÉTUDE DE LA CLIENTÈLE (20 points)

Mme Dupont souhaite s'informer sur la clientèle actuelle du magasin. Aussi, un questionnaire d'enquête a-t-il été conçu. Mme Dupont souhaite obtenir des réponses à **moindre coût**.

A partir du projet de questionnaire (ANNEXE A), réalisez le travail ci-dessous en complétant le document N° 1.

TRAVAIL A FAIRE : sur document 1

- 1.1 Ce questionnaire ne comprend ni phrase d'introduction ni phrase de conclusion. Rédigez votre proposition sur le document 1.
- 1.2 Les questions N°1 et N°5 ne sont pas satisfaisantes. Expliquez pourquoi (critiques) et proposez une reformulation pour chacune d'elles.
- 1.3 Proposez deux modes d'administration de l'enquête adaptés en citant 2 avantages et 2 inconvénients pour chacun.
- 1.4 Choisissez celui qui convient le mieux et justifiez votre réponse.

Groupement interacadémique II	Session 2003	Facultatif : code		
BEP VENTE ACTION MARCHANDE				
EP2 – Travaux professionnels liés à l'approvisionnement, à la communication et à l'exploitation commerciale du point de vente				
DOSSIER DE QUESTIONNEMENT ET DES ANNEXES	Mardi 10 juin 2003	Durée : 2 h	Coef. 4	1 / 6

DOSSIER 2 : LES FORMES DE COMMERCE (18 points)

Madame Dupont vient de recevoir le magazine Fashion Daily. Elle vous demande de prendre connaissance d'un article (ANNEXE B) sur la recette de «Lulu Castagnette», un des concurrents de votre magasin.

TRAVAIL A FAIRE : à l'aide du texte proposé et de vos connaissances, répondez aux questions posées sur le document 2.

DOSSIER 3 : GESTION ET VALORISATION DES STOCKS (22 points)

Vous êtes chargé(e) de la gestion des stocks au rayon vêtements enfants.

TRAVAIL A FAIRE : Document 3 à compléter

3.1 A partir de l'ANNEXE C, valorisez le stock au 31 janvier selon la méthode du **CMUP (Coût Moyen Unitaire Pondéré) en fin de période** pour le gilet manches longues référence Lebasic sachant que le stock initial au 1^{er} janvier est de 10 unités au prix de 4,73 euros.

Pour la zone de colonne « Stock », complétez toute la colonne « Quantité » ainsi que le « P.U. » et le « Montant », uniquement pour le 01 et le 31 janvier.

3.2 Afin de surveiller la rotation du stock de cette référence, vous procédez aux calculs demandés.

3.3 Interprétez les résultats obtenus.

DOSSIER 4 : LA COMMUNICATION ÉCRITE (20 points)

Pour réagir à la montée de la concurrence, Madame Dupont décide de réaliser un courrier à l'intention de sa clientèle.

Cette lettre sera adressée aux clients du fichier magasin, afin de les inviter à une opération de promotion qui aura lieu du 5 au 7 juillet. Des remises de 20 à 50 % seront proposées sur de nombreux articles signalés en magasin. De plus, une peluche d'une valeur de 3 € sera offerte sur présentation du courrier.

TRAVAIL A FAIRE

Rédigez ce courrier sur le document 4 adressé à la première cliente du fichier :

Mme AMBLARD
3, avenue des rosiers
85000 - LA ROCHE SUR YON

BEP VENTE ACTION MARCHANDE	SUJET
EP2 – Travaux professionnels liés à l'approvisionnement, à la communication et à l'exploitation commerciale du point de vente	2 / 6

ANNEXE A

ENQUÊTE CLIENTÈLE

1 - Que pensez-vous :

- de l'accueil ?
- du conseil ?
- de la disponibilité du personnel ?
- du rangement du magasin ?

2 - Trouvez-vous que les différents rayons du magasin sont clairement signalés ?

oui

non

3 - Pouvez-vous me dire si dans ce magasin on trouve :

- | | | |
|---|------------------------------|------------------------------|
| - Des vêtements pour prématurés | oui <input type="checkbox"/> | non <input type="checkbox"/> |
| - Des vêtements pour bébés | oui <input type="checkbox"/> | non <input type="checkbox"/> |
| - Des vêtements pour enfants (3 – 14 ans) | oui <input type="checkbox"/> | non <input type="checkbox"/> |
| - Des vêtements pour pré-adolescents | oui <input type="checkbox"/> | non <input type="checkbox"/> |
| - Des chaussures (du 18 au 36) | oui <input type="checkbox"/> | non <input type="checkbox"/> |
| - Du matériel de puériculture | oui <input type="checkbox"/> | non <input type="checkbox"/> |
| - Des accessoires bébés (cadeaux, décoration) | oui <input type="checkbox"/> | non <input type="checkbox"/> |

4 - Trouvez-vous le rapport qualité/prix satisfaisant ?

oui

non

5 - Venez-vous souvent dans le point de vente ?

oui

non

6 - A quel moment de la journée venez-vous le plus souvent ?

- En matinée
- Pendant la pause déjeuner
- En début d'après midi
- En fin d'après-midi

7 - En moyenne quel est le montant de vos achats dans le magasin ?

- 0 à 20 euros
- 20 à 40 euros
- 40 à 60 euros
- 60 à 80 euros
- 80 à 100 euros
- + de 100 euros

8 - Seriez-vous intéressé par une carte de fidélité ?

oui

non

BEP VENTE ACTION MARCHANDE	SUJET
EP2 – Travaux professionnels liés à l'approvisionnement, à la communication et à l'exploitation commerciale du point de vente	3 / 6

9 - Avez-vous des suggestions d'amélioration à nous proposer?

oui

non

Si oui, lesquelles

Identification de l'enquêté

1 - Combien d'enfants avez-vous à votre charge ?

0 1 2 3 4 5 + de 5

Précisez :

Nombre de garçon(s) Nombre de fille(s) .

2 - A quelle(s) tranche(s) d'âge appartient(nent) - il(s) ?

- 0 à 6 mois
- 6 à 12 mois
- 12 à 18 mois
- 18 à 24 mois
- 2 à 4 ans
- 4 à 6 ans
- 6 à 8 ans
- 8 à 12 ans
- 12 à 14 ans

3 - Dans quelle catégorie socioprofessionnelle vous situez-vous ?

- ouvriers
- employés
- cadres moyens
- professions libérales
- inactifs
- étudiants
- autres

4 - Quel est le code postal de la commune de votre domicile ?

.....

BEP VENTE ACTION MARCHANDE	SUJET
EP2 – Travaux professionnels liés à l’approvisionnement, à la communication et à l’exploitation commerciale du point de vente	4 / 6

ANNEXE B

Par COLIN PENET

La recette de Lulu Castagnette

Lulu Castagnette a une croissance fulgurante. Créée à Paris fin 1995 par Carole et Charles Lahmi, l'enseigne a réalisé en 2001 un chiffre d'affaires de 28,5 millions d'euros et prévoit cette année de passer la barre des 40 millions. De ce fait, « *de nombreux groupes et investisseurs s'intéressent à la marque* », affirme Alain Nédélec, le directeur communication marketing.

Après s'être fait connaître des jeunes filles de 14 à 20 ans à grands renforts de communication avec ses tops en maille, la griffe lançait en 1998 son *total look* et une foule d'accessoires tendance.

Depuis, la marque à l'ours, son emblème, a élargi sa cible avec le lancement cet été d'une ligne pour les 4-12 ans et enregistre un beau succès auprès des trentenaires. « *Lulu Castagnette réagit face à un fait*

constaté par les observateurs de la mode : l'atténuation des frontières entre marques ados et adultes », explique Alain Nédélec.

Réussite en franchise

Forte de son succès dans quelque 800 multimarques, l'entreprise développe depuis 1998 un réseau de succursales. « Mais face au poids de ces investissements, elle s'est très vite tournée vers le système de la franchise », raconte-t-il. Aujourd'hui, la société exploite 25 magasins en franchise dont le succès lui donne les moyens financiers pour de nouvelles succursales : leur nombre devrait doubler d'ici à début juin (soit 13 magasins) avec des ouvertures à Carré Sénart Parly 2, Italie 2, Strasbourg, La Défense et Cap 3000 à Nice. Les 40 points de vente à

l'enseigne seront dépassés d'ici à la fin de l'année.

Le développement à l'export se fait à un rythme soutenu depuis l'an dernier, avec des implantations en multimarques en Belgique, Suède, Norvège, Suisse, Portugal, Andorre, Canada, Etats-Unis, Espagne, Liban, Russie et République Dominicaine.

Désireuse d'imiter les grandes chaînes de mode -Morgan, Naf Naf, H&M, ou Zara- Lulu Castagnette met en avant l'argument mode et sa force de frappe en matière de communication. Un point faible cependant, l'absence d'une réelle politique de *quick réponse* et de nouveautés à un rythme soutenu. La marque ne propose que quatre collections par an, alors que la plupart de ses concurrents présentent des nouveaux modèles chaque semaine, voire chaque jour.

NB : Lulu Castagnette devrait compter 40 points de vente à l'enseigne d'ici à la fin de l'année.

(Source : Fashion Daily – N°230 – 10 mai 2002)

BEP VENTE ACTION MARCHANDE	SUJET
EP2 – Travaux professionnels liés à l'approvisionnement, à la communication et à l'exploitation commerciale du point de vente	5 / 6

ANNEXE C**LISTE DES MOUVEMENTS**

DATES	N° DE BONS D'ENTREE	QUANTITES	PRIX
03/01	E 23	5	4.73
07/01	E 24	10	4.76
11/01	E 25	7	4.75
22/01	E 26	9	4.78
31/01	E 27	9	4.78

DATES	N° DE BONS DE SORTIES	QUANTITES
02/01	S 10	7
04/01	S 11	4
09/01	S 12	12
14/01	S 13	5
18/01	S 14	2
23/01	S 15	7
28/01	S 16	3

BEP VENTE ACTION MARCHANDE	SUJET
EP2 – Travaux professionnels liés à l’approvisionnement, à la communication et à l’exploitation commerciale du point de vente	6 / 6