

# BTS MUC – E4 : MGUC – code : MUMGUC-CORRIGÉ

## Corrigé indicatif Cas CHRONODRIVE

### DOSSIER 1 : LES PERFORMANCES DU DRIVE 24pts

#### 1.1 Construisez et complétez un tableau de bord pour les deux magasins CHRONODRIVE en utilisant les indicateurs que vous jugerez pertinents. (8 pts)

	CA 2013	CA 2012	Objectif 2013	Taux de réalisation de l'objectif	Taux d'évolution
Brie-Comte-Robert	140 400	94 739	113 686,8	123,49 %	48 %
Saint-André-les-Vergers	144 000	103 680	124 416	115,74 %	39 %

	Nombre de commandes 2013	Nombre de commandes 2012	Taux d'évolution	Objectif de panier moyen 2013 en €	Panier moyen 2013 en €	Panier moyen 2012 en €	Taux d'évolution	Ecart sur objectif panier moyen en €	Taux de réalisation
Brie-Comte-Robert	1815	1358	33,65 %	80	77,36	69,76	10,89 %	-2,64	96,7 %
Saint-André-les-Vergers	2050	1800	13,89 %	80	70,24	57,6	21,94 %	-9,76	87,8 %

#### 1.2 Analysez les performances commerciales du magasin CHRONODRIVE de Brie-Comte-Robert. Comparez les performances du magasin de Brie-Comte-Robert avec celles de Saint-André-les-Vergers. (4 pts)

Le chiffre d'affaires du magasin CHRONODRIVE de Brie-Comte-Robert est en forte croissance de près de 48 % et l'objectif de CA est dépassé de 23 %.

L'évolution du nombre de commandes est très forte pour le drive de Brie-Comte-Robert (+34 % environ). L'évolution du nombre de commande peut s'expliquer de deux façons :

- Le nombre de clients augmente
- Le nombre de commandes par client augmente, les clients commandent plus souvent.

L'objectif de panier moyen n'est pas atteint (96,7 %) malgré une augmentation d'environ 11 % du panier moyen.

Comparativement, le CA de Saint-André-les-Vergers est légèrement plus élevé que celui de Brie-Comte-Robert (144 000 € contre 140 400 € soit 2,5 % de plus) mais progresse moins vite (+39 % contre + 48 %).

Le nombre de commande est 13 % plus élevé à Saint-André-les-Vergers qu'à Brie-Comte-Robert (2 050 contre 1 815) mais Brie-Comte-Robert connaît une progression de ses commandes beaucoup plus forte (14 % contre 34 %) et un panier moyen plus élevé (77,36 € contre 70,24 € soit une différence de 10 %).

Les performances commerciales de ces deux magasins sont bonnes avec un avantage pour Brie-Comte-Robert.

#### 1.3 Analysez les performances de qualité de service et d'efficacité du magasin CHRONODRIVE de Brie-Comte-Robert. (6 pts)

- Comparaison de Brie-Comte-Robert par rapport aux normes

Sur les 5 indicateurs, seule la performance sur le taux de rupture est atteinte (4,2 % pour 5 % maximum attendu).

<b>BTS MANAGEMENT DES UNITÉS COMMERCIALES</b>	<b>SESSION 2013</b>
<b>U4 – Management et Gestion de l'Unité Commerciale</b>	<b>Durée : 5 heures</b>
<b>Code sujet : MUMGUC- CORRIGÉ</b>	<b>Page 1 sur 8</b>

Le taux de casse est en baisse mais dépasse encore de 20 % le seuil demandé par le réseau. Il faut poursuivre les efforts.

Le taux de commande complète de 92% est en deçà de l'objectif fixé

L'indicateur de taux de commande livrée en moins de 5 minutes est presque conforme.

L'efficacité dans la préparation des commandes s'est dégradée et les préparateurs sont au-delà des 40 secondes par prélèvement.

- Comparaison de Brie-Comte-Robert par rapport à l'autre magasin

En 2013, sur les 5 indicateurs, le magasin de Brie-Comte-Robert arrive toujours en deuxième position.

Le taux de rupture est inférieur à la norme mais reste très supérieur à celui de Saint André.

Aucun magasin n'atteint les recommandations du taux de commande complète même si Saint André est très proche de l'objectif.

La situation de Brie-Comte-Robert est la moins bonne. Globalement, les indicateurs de qualité de service et d'efficacité doivent être améliorés.

#### **1.4 Repérez les causes possibles de la démarque. (3 pts)**

- Cadences imposées aux préparateurs trop élevées
- Pics d'activités qui génèrent des erreurs, de la casse
- Dysfonctionnements informatiques, organisationnels
- Prévisions erronées, les produits sont périmés, défraîchis et doivent être jetés
- Erreurs des préparateurs qui ne prélèvent pas les produits à date la plus courte « premier entré premier sorti »
- Le vol par le personnel, mais pas le vol par la clientèle

#### **1.5 Proposez des actions managériales pour remédier au problème de la démarque. (3 pts)**

- Sensibiliser davantage les préparateurs au respect des procédures de prélèvement des articles (dates courtes en premier)
- Mieux prévoir les effectifs des préparateurs pour une meilleure gestion des pics d'activité
- Motiver les préparateurs (primes, valorisation du travail, perspectives d'évolution en interne).

**NB : Accepter toutes réponses pertinentes.**

<b>BTS MANAGEMENT DES UNITÉS COMMERCIALES</b>	<b>SESSION 2013</b>
<b>U4 – Management et Gestion de l'Unité Commerciale</b>	<b>Durée : 5 heures</b>
<b>Code sujet : MUMGUC- CORRIGÉ</b>	<b>Page 2 sur 8</b>

**DOSSIER 2 : LE MANAGEMENT DE L'EQUIPE DE PREPARATEURS DE  
COMMANDES 26 pts**

**2.1 Déterminez si l'équipe actuelle, compte tenu des informations dont vous disposez pour le mois de septembre 2013, est en mesure d'assurer correctement la préparation des commandes client. Justifiez votre réponse. (5 pts)**

Calcul du temps nécessaire pour assurer la préparation des commandes clients au mois de septembre :

Nombre de commandes pour le mois de septembre 2013	$6\ 514 + 280 = 6\ 794$
Nombre d'articles moyen par commande	50
Nombre d'articles à prélever pour le mois	$6\ 794 \times 50 = 339\ 700$
Temps nécessaire pour prélever les articles (en secondes)	$339\ 700 \times 40\ s = 13\ 588\ 000$ secondes
Tps nécessaire pour prélever les articles (en heures)	$13\ 588\ 000 / 3\ 600 = 3\ 774,44\ h$

Volume heures Disponible :

13 préparateurs x 35h x 4 semaines = 1 820 h

2 préparateurs x 35h x 2 semaines = 140 h

27 préparateurs x 15h x 4 semaines = 1 620 h

Total = 1 820 + 140 + 1 620 = 3 580 heures disponibles, soit 12 888 000 secondes.

Il manque  $3\ 774,44\ h - 3\ 580\ h = 194,44\ h$  pour le mois de septembre  
soit  $194,44 / 4 = 48,61\ h$  hebdomadaire

L'équipe actuelle n'est pas en mesure d'assurer la préparation des commandes clients puisqu'il manque 48,61 heures hebdomadaires.

**2.2 Construisez la grille d'évaluation à utiliser lors de l'entretien de recrutement mené par le responsable de secteur en magasin (RSM). (5 pts)**

Remarque : La grille doit reprendre les éléments clés cités par le manager dans l'annexe. On peut également tenir compte du profil de poste.

Prénom et NOM :			
Date de l'entretien :		Nom du RSM :	
	<b>FORT</b>	<b>A DEVELOPPER</b>	<b>INSUFFISANT</b>
<b>Son implication :</b> -volonté de s'investir -dynamisme, énergie			
<b>Son esprit d'équipe :</b> -capacité à travailler en équipe -esprit solidaire, sens du collectif			
<b>Son professionnalisme :</b> -rigueur, respect des procédures -ténacité -sens de l'organisation			

<b>Sa force de proposition :</b> -prise d'initiatives -curiosité			
<b>Son sens du contact client :</b> -agréable -souriant -positif			
<b>Ses motivations :</b> -pour l'entreprise  -pour le poste			
<b>AVIS du RSM</b>	FAVORABLE / DEFAVORABLE		

**2.3 Préparez le déroulement de l'entretien de recrutement individuel en indiquant les étapes et leur contenu. Précisez l'attitude que le responsable secteur en magasin (RSM) doit adopter au cours de cet entretien. (5 pts)**

Remarque : rappel du contexte

Durée de l'entretien : 45 minutes

Préparation : l'entretien se déroule dans le bureau du RSM. Le candidat a été présélectionné à l'issue d'un entretien collectif.

<b>Étapes</b>	<b>Contenu</b>	<b>Attitude du RSM</b>
<b>Accueil (10 minutes)</b>	Se présenter : nom et fonction Resituer l'entretien individuel dans le processus de recrutement Faire référence à l'entretien collectif Rappeler le poste à pourvoir Indiquer l'objectif de l'entretien et sa durée	Mettre à l'aise le candidat  Avoir une attitude bienveillante  Le féliciter d'avoir été sélectionné  S'exprimer clairement
<b>Découverte du candidat (25 minutes)</b>	Evaluer le candidat à partir des 5 fondamentaux et sur la motivation (utilisation de la grille)	Ne pas influencer le candidat, avoir une attitude neutre
<b>Réponses aux questions du candidat (5 minutes)</b>	Inviter le candidat à poser des questions	Faire parler et pratiquer une écoute active
<b>Conclusion (5 minutes)</b>	Synthétiser l'entretien Informé le candidat de la suite du recrutement Remercier et saluer le candidat	Observer les comportements non verbaux (posture, gestuelle)  Compléter avec rigueur la grille d'évaluation

<b>BTS MANAGEMENT DES UNITÉS COMMERCIALES</b>	<b>SESSION 2013</b>
<b>U4 – Management et Gestion de l'Unité Commerciale</b>	<b>Durée : 5 heures</b>
<b>Code sujet : MUMGUC- CORRIGÉ</b>	<b>Page 4 sur 8</b>

**2.4 Construisez le planning de présence hebdomadaire des trois nouveaux préparateurs de commandes. (6 pts)**

	Mercredi			Vendredi			samedi		
	P1	P2	P3	P1	P2	P3	P1	P2	P3
13h30-14h30				x				x	x
14h30-15h30				x				x	x
15h30-16h30	x	x		x		x		x	x
16h30-17h30	x	x		x		x		x	x
17h30-18h30	x	x	x	x	x	x	x	x	x
18h30-19h30	x	x	x	x	x	x	x	x	x
19h30-20h30	x	x	x	x	x	x	x	x	x
	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>3</b>	<b>7</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	<b>3</b>	<b>7</b>	<b>7</b>
	<b>13 h</b>			<b>15 h</b>			<b>17 h</b>		

**NB : accepter toutes solutions pertinentes**

**2.5 Présentez le planning d'intégration des nouveaux préparateurs durant leurs trois premières heures. Indiquez les moyens que le manager peut mettre en œuvre par la suite pour améliorer l'intégration. (5 pts)**

**Planning :**

Prise en charge des préparateurs par le RSM.

**10 minutes** : Accueil et présentation du déroulement des trois premières heures

**10 minutes** : Remise des vêtements de travail, d'un livret d'accueil et du règlement intérieur

**30 minutes** : Visite complète du drive et présentation de l'équipe

**60 minutes** : Observation d'un préparateur

**45 minutes** : Préparation de commande avec le RSM

**25 minutes** : Debriefing et bilan

Remarque : toute autre proposition de planning peut-être acceptée à condition qu'elle relève du bon sens et qu'elle touche les éléments clés. La durée maximum de la période d'intégration ne peut excéder 3 heures.

**Moyens à mettre en œuvre pour améliorer l'intégration :**

Pour améliorer l'intégration, lors de la première semaine et du premier mois, le RSM doit communiquer régulièrement avec les nouveaux préparateurs. Par exemple organiser un *briefing* toutes les semaines.

On peut proposer également un tutorat qui permettrait au nouveau préparateur d'avoir un référent pour répondre à ses questions et l'aider à résoudre les problèmes.

<b>BTS MANAGEMENT DES UNITÉS COMMERCIALES</b>	<b>SESSION 2013</b>
<b>U4 – Management et Gestion de l'Unité Commerciale</b>	<b>Durée : 5 heures</b>
<b>Code sujet : MUMGUC- CORRIGÉ</b>	<b>Page 5 sur 8</b>

**DOSSIER 3 : L'ORGANISATION D'UNE OPÉRATION PROMOTIONNELLE 25 pts**

3.1 Sélectionnez l'opération qui permet de réaliser les objectifs du manager. Justifiez votre choix. (12 pts)

	<b>Formule N°1 8 pommes au prix de 6</b>	<b>Formule N°2 Bouteille jus pomme offerte</b>	<b>Formule N°3 3 pour le prix de 2</b>
Nombre de barquettes vendues	$300 \times 1,25 = 375$	$300 \times 1,2 = 360$	$300 \times 1,4 = 420$
CATTC	$375 \times 2,2 = 825$	$360 \times 2,2 = 792$	$(2/3 \times 420) \times 2,2 = 616$
CAHT	$825/1,055 = 781,99$	$792/1,055 = 750,71$	$626/1,055 = 583,89$
Prix d'achat des pommes pour une barquette (HT)	$375 \times 2,20 \times 0,88 = 726$	$360 \times 1,5 \times 0,88 = 475,2$	$420 \times 1,5 \times 0,85 = 535,5$
Frais supplémentaires		$0,9 \times (360/2) = 162$	
Coût global	726	637,2	535,5
Marge commerciale	55,99	113,51	48,39
Taux de marque	$55,99/781,99 = 7,16 \%$	15,12%	8,29 %
Objectif de taux de marque	15%	15%	15%
Objectif de taux de marque	<b>NON ATTEINT</b>	<b>ATTEINT</b>	<b>NON ATTEINT</b>

L'opération à retenir est la deuxième puisque c'est la seule à atteindre l'objectif de taux de marque.

**3.2 Présentez le programme d'approvisionnement en retenant l'hypothèse d'une quantité vendue totale pour la semaine 40 de 400 barquettes de pommes. (5 pts)**

	Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	vendredi	samedi
% des ventes	12,5	11,25	17,5	18,75	17,5	22,5
Ventes prévues en barquettes	$400 \times 12,5 \% = 50$	45	70	75	70	90
Stock de sécurité	$50 \times 5 \% = 2,5$ soit 3	3	4	4	4	5
Besoin avec la Casse	$(50/0,98)+3 = 54,02$ soit 55	$(45/0,98)+3 = 48,91$ soit 49	$(70/0,98)+4 = 75,42$ soit 76	$(75/0,98)+4 = 80,53$ soit 81	$(70/0,98)+4 = 75,42$ soit 76	$(90/0,98)+5 = 96,84$ soit 97
Stock initial	58	6	3	4	4	4
Livraison nécessaire		43	73	77	72	93
Stock initial avec livraison	58	49	76	81	76	97
Stock final avant casse	8	4	6	6	6	7
Casse	$(50/0,98) - 50 = 2$	1	2	2	2	2
Stock final après casse	6	3	4	4	4	5

**3.3 Calculez le montant de la prime à verser dans chacune des hypothèses pour un préparateur à 15h, pour un préparateur à 35h. (6 pts)**

L'objectif en 2013 est de réaliser un chiffre d'affaires de 8 000 €.

<b>BTS MANAGEMENT DES UNITÉS COMMERCIALES</b>	<b>SESSION 2013</b>
<b>U4 – Management et Gestion de l'Unité Commerciale</b>	<b>Durée : 5 heures</b>
<b>Code sujet : MUMGUC- CORRIGÉ</b>	<b>Page 7 sur 8</b>

## 2 hypothèses :

- H1 : Taux de réalisation = 100 %, versement d'une prime collective de 700 €

Prime distribuée : 700 €

Pour les préparateurs à 35 h =  $15 \times 35 = 525$  h effectuées

Pour les préparateurs à 15 h =  $27 \times 15 = 405$  h effectuées

Total = 930 h

Prime horaire :  $700 / 930 = 0,7526$  €

Pour un préparateur à 15 h :  $0,7526 \times 15 = 11,29$  €

Pour un préparateur à 35 h :  $0,7526 \times 35 = 26,34$  €

- H2 : Taux de réalisation  $\geq 105$  %, versement des 700 € et d'une prime supplémentaire de 2,5 % du chiffre d'affaires.

Prime distribuée : 700 €

Chiffre d'affaires :  $8\ 000 \times 1,05 = 8\ 400$  €

Prime supplémentaire :  $8\ 000 \times 2,5\ \% = 200$  €

Prime totale :  $700 + 200 = 900$  €

Prime horaire :  $900 / 930 = 0,9677$  €

Pour un préparateur à 15 h :  $0,9677 \times 15 = 14,51$  €

Pour un préparateur à 35 h :  $0,9677 \times 35 = 33,87$  €

### 3.4 Précisez les actions du manager pour stimuler l'équipe pendant la semaine promotionnelle. (2 pts)

- Présence du manager sur le terrain et encouragement au quotidien
- Informer l'équipe de l'avancement du chiffre d'affaires journalier (affichage) et du calcul de la prime acquise

<b>BTS MANAGEMENT DES UNITÉS COMMERCIALES</b>	<b>SESSION 2013</b>
<b>U4 – Management et Gestion de l'Unité Commerciale</b>	<b>Durée : 5 heures</b>
<b>Code sujet : MUMGUC- CORRIGÉ</b>	<b>Page 8 sur 8</b>