

Mission 1 : Réaliser les opérations préalables à la vente

Activité 1 : Gérer l'approvisionnement



Dans le cadre de la préparation des fêtes de Noël, Oxybul Grand pla souhaite s'assurer de la disponibilité des produits « Top de Noël » : baril de 200 planchettes de KAPLA ainsi que le jeu « Touche et trouve ». L'objectif est d'éviter la rupture de stock de ces produits, dont les ventes augmentent de 5% chaque année pour les KAPLA et de 3% pour « Touche et trouve ».



Votre première mission consiste donc à optimiser la commande en fonction des ventes de l'an dernier. À partir du dossier ressources mission 1 – activité 1 (documents 1 et 2) et du contexte professionnel :

- 1.1. Définir la quantité de KAPLA à commander en tenant compte des évolutions de vente et du cadencier pour le mois de décembre. Le magasin souhaite travailler à flux tendus.
- 1.2. Contrôler la marchandise à réception: indiquer le cas échéant les éventuelles anomalies relevées.
- 1.3. Evaluer la performance des stocks en calculant le stock moyen, le taux de rotation et la durée de stockage pour chacun de ces produits. Pour décembre 2021, se baser sur les prévisions de vente et de commande.

Présenter les résultats sous forme de tableau.

- 1.4. Commenter sachant que la moyenne de stockage de ce type de produit est de 10 jours.

Mission 1 – Activité 1

Document 1 : cadencier produits KAPLA et « Touche et trouve »

Réf	Produit	Vente Décembre 2020	Octobre 2021			Novembre 2021			Décembre 2021			
			Stock initial	Livré	Ventes	Stock initial	Livré	Ventes	Stock initial	Livré	Ventes	Stock final
Réf. 325171	Touche et trouve	35	3	20	23	0	30	28	2	35	36 ou 37	0 ou 1
Réf. 501773	KAPLA	45	1	10	6	5	20	15	10	38	47 ou 48	0 ou 1

Il n'est pas demandé à l'élève de compléter le document 1 : c'est une aide dont il peut se servir mais non évaluée.

1.1 Reste en stock début décembre :

Réf. 325171 Touche et trouve 2

Réf. 501773 KAPLA 10

Ventes prévisionnelles de décembre 2021 :

Touche et trouve : $35 \times 1.03 = 36.05 =$ environ 37

KAPLA : $45 \times 1.05 = 47,25$ soit 48

Commandes en tenant compte des évolutions de vente :

Touche et trouve : 35 produits à commander (37-2 restants)

KAPLA : 38 produits à commander (48-10 restants)

1.2 Il manque 8 KAPLA

1.3. Evaluer la performance des stocks

Ref	Ventes de la période	Stock moyen	Coefficient de rotation	Durée de stockage
Réf. 325171	23+28+37 = 88	3+0+3+0 = 5	88/5 =17.6	90/17.6 = 5.11
Réf. 501773	6+15+48 = 69	1+5+10+0 = 16	69/16 = 4.31	90/4.31 = 20.88

1.4. Les « Touche et trouve » ont une durée de stockage presque deux fois inférieure à la durée moyenne de stockage de ce type de produit, ce qui signifie qu'ils se vendent très vite, contrairement aux KAPLA, qui restent deux fois plus longtemps dans le point de vente que la moyenne. Cela peut être provenir d'une mauvaise implantation du produit dans le point de vente.

Activité 2 : Préparer les commandes des clients issus de l'omnicanal

Ce matin, vous êtes également chargé de préparer les commandes réalisées sur internet par les clients ayant choisi l'option Click and collect. En effet, beaucoup de clients préfèrent passer commande sur internet étant donné l'affluence en magasin à la période de Noël. Sylvain, le Dirigeant du magasin vous demande donc de gérer ces commandes en prenant connaissance dans le back office du site marchand. Il vous remet pour cela les codes de connexion nécessaires et vous demande de réaliser toutes les opérations permettant de délivrer chaque commande en magasin en découvrant par vous-même l'interface du back office.

À partir du dossier ressources mission 1 – activité 2 (documents 3, 4 et 5) et du contexte professionnel :

- 2.1. Repérer les différentes étapes permettant d'assurer le suivi d'une commande en clic and collect et réaliser une note explicative à destination des prochains vendeurs nouvellement embauchés.
- 2.2. Rédiger le message qui sera envoyé automatiquement à Mme Tartempion lorsque sa commande sera prête.
- 2.3. Présenter trois points d'attention permettant d'optimiser un service de click and collect et de satisfaire au mieux le client.

Mission 1 – Activité 2

2.1 Note de service reprenant les étapes de suivi d'une commande clic and collect

Du service commercial

Le ... /12/2021

A l'ensemble des vendeurs

Objet : Procédure de suivi des commandes en clic and collect

Note de service n°34

Lorsqu'un client passe commande sur le site marchand et choisi l'option clic and collect au moment du choix du mode de livraison, il reçoit une confirmation de sa commande.

Après la commande, dans le back office, le vendeur peut consulter le contenu de la commande client en cliquant sur « commandes » - « suivi des commandes ».

Il peut modifier le statut de la commande en cliquant « éditer les propriétés » et choisir « à faire » dans *Indicateur*, ainsi que « commande en préparation » dans *Nouvel état d'avancement*. Cliquer sur « sauver ».

Le magasin peut notifier le client de cet état d'avancement en cliquant sur « gestion de l'historique des états », puis en cochant « publier cet état d'avancement pour le client » + « envoyer un mail au client pour lui notifier de l'avancement de sa commande ».

Le magasin modifie l'état de la commande au fur et à mesure des étapes (à suivre, à faire, urgent, terminé) et notifie le client.

Toujours cliquer sur « sauver » à chaque modification.

2.2 Message à envoyer au client pour le suivi de sa commande

Merci pour votre commande !

Bonjour Mme Willig,

Votre commande n° a bien été enregistrée.

Vous trouverez ci-dessous un récapitulatif de vos achats ainsi que vos souhaits de livraison.

Pur suivre à tout moment son avancement, rendez-vous sur votre compte.

Vous serez également notifié par e-mail de l'avancement de votre commande, sans avoir à vous connecter.

Pour information, vous recevrez une facture après chaque expédition ou retrait en magasin.

Toute l'équipe vous remercie et s'engage à vous réserver le meilleur des services.

A bientôt dans nos magasins !

Le service client Oxybul.

2.3 Trois points d'attention pour optimiser la préparation des commandes

- 1) Réaliser au plus vite la sortie des stocks de produits vendus en ligne pour éviter de vendre en magasin alors qu'il n'y a plus assez de stock pour assurer les ventes physiques ET virtuelles.
- 2) Accélérer le repérage et la prise en rayon ou en réserve des produits lors de la préparation des commandes, grâce à un meilleur balisage des produits
- 3) Confier ces tâches à une équipe spécialisée et formée à l'emballage des produits pour minimiser les risques de casse
- 4) Aménager un lieu de click and collect flexible mais repérable facilement par le client

Seuls trois réponses sont attendues – accepter toute réponse cohérente.

Activité 3 : Etablir le prix en fonction de variables commerciales données



Pour Noël, Sylvain souhaite proposer à la vente un nouveau produit qui n'est pas encore référencé dans le point de vente : il s'agit de la cafetière à expresso. Ce jouet tout en bois, a été conçu par un petit artisan local et Sylvain pense que cela pourrait plaire à la clientèle du magasin. Il les achète à l'artisan 197.60 € HT le carton de 12 pièces. Il s'interroge sur le prix de vente de ce produit et vous demande donc de l'aider à estimer le juste prix en tenant compte du coût d'achat, des coûts d'approvisionnement de 0.12€/pièce et des concurrents. Par ailleurs, il doit appliquer obligatoirement un taux de marge de 25% pour être rentable. Il serait proposé dans la gamme IMAGI.

À partir du dossier ressources mission 1 – activité 3(documents 6) et du contexte professionnel :

3.1. Calculer le prix de vente du nouveau produit en tenant compte de toutes les données commerciales.

Justifiez votre réponse et arrondissez vos résultats à deux chiffres après la virgule.

3.2. En déduire la pertinence de proposer ce nouveau produit au regard des objectifs financiers.

3.3. Citer l'un des autres éléments pouvant être pris en compte dans la fixation du prix de vente d'un produit ou d'un service.

Mission 1 – Activité 3

3.1 Calcul du prix de vente

Prix moyen appliqué par la concurrence :

$$(27.99 + 24.99 + 29.99)/3 = 27.66 \text{ €}$$

Coût d'achat unitaire :

$$197.60/12 = 16.47 \text{ €}$$

Avec le coût d'approvisionnement : $16.47 + 0.12 = 16.59 \text{ €}$

Prix de vente HT : $16.59 \times 1.25 = 20.74 \text{ €}$

PVTTC : $20.74 \times 1.20 = 24.89 \text{ €}$

3.2 Pertinence de référencement du produit

Il semble pertinent de référencer le produit dans la mesure où son prix de vente assurerait une rentabilité suffisante au magasin, et le placerait parmi le moins cher du marché local (prix inférieur au concurrent le moins cher). Il pourrait constituer un produit d'appel.

3.3 Autre élément de fixation du prix de vente

Il est possible de déterminer le prix psychologique afin de connaître le prix que le client estimerait juste de payer au regard de la qualité qu'il en attend.

Mission 2 : Valoriser l'offre en magasin et sur le site marchand

Activité 1 : Optimiser l'ergonomie du site marchand

Cet après-midi, Sylvain profite d'un moment de faible affluence pour vous demander de vous concentrer sur le site marchand du magasin. Il souhaite bénéficier de votre regard neuf pour tenter d'optimiser le site du magasin. En tant que client, il lui est déjà arrivé de repérer certains éléments à améliorer lors de sa navigation. Il vous remet un ensemble de ressources sur l'ergonomie d'un site de e-commerce puis vous confie les tâches ci-dessous.

À partir du dossier ressources mission 2 – activité 1 (documents 7 à 10) et du contexte professionnel :

- 1.1 Recenser au moins 5 éléments de mise en valeur de l'offre sur la page d'accueil du site marchand d'Oxybul.
- 1.2 Proposer deux points d'amélioration pour la fiche produit web.
- 1.3 Analyser la performance du site marchand à l'aide aux choix, de deux indicateurs de votre choix et de manière commentée.

Détailler les calculs et les commenter.

Arrondir les résultats à deux chiffres après la virgule.

Mission 2 – Activité 1

1.1 Analyse du site marchand

On constate en observant la page d'accueil du site marchand que :

- ✓ Le site comporte un moteur de recherche
- ✓ Un bandeau promotions est présent tout en haut de la page avec un code promo qui rend attractive l'offre
- ✓ Il y a un moteur de recherche/ de suggestion de cadeau en rapport avec le contexte et les événements calendaires et la tranche d'âge
- ✓ Les valeurs de l'entreprise sont immédiatement mises en avant avec une étoile décorée = un jouet
- ✓ Des produits sont mis en avant « les préférés des parents »
- ✓ Le client peut créer un compte et s'y connecter facilement
- ✓ Les conditions de garantie/remboursement sont indiquées : retours gratuits en magasin
- ✓ Les conditions de livraison sont indiquées : retrait et livraison gratuite en magasin ou en relais colis
- ✓ Lors d'un achat il est possible de faire un retour en arrière facilement et rapidement
- ✓ Les illustrations sont en rapport avec le texte
- ✓ Le site est agréable à l'œil
- ✓ L'arborescence est identifiable = l'internaute n'est pas perdu dans le site : on a bien des catégories de produits différents

5 éléments de réponse attendus seulement

1.2 Points d'amélioration pour la fiche produit

Deux points d'amélioration possibles :

- ✓ Le descriptif produit pourrait être plus détaillé en indiquant exactement quels accessoires sont présents
- ✓ Les qualités éducatives du produit pourraient être citées
- ✓ Le langage un peu familier « trop facile » pourrait être remplacé par « très facile »
- ✓ La photo principale du produit n'est pas adaptée : mettre plutôt celle qui est en deuxième et présente la coiffeuse elle-même
- ✓ On aurait pu faire apparaître le meilleur avis juste sous les caractéristiques pour inciter à l'achat

Deux éléments de réponse attendus seulement

1.3 Mesure des performances du site marchand à l'aide de deux indicateurs

✓ Taux de rebond : $(1221453/6040123) \times 100 = 20,22 \%$

« Un rebond correspond à une session avec consultation d'une seule page sur un site ». Voici un exemple :

« Lorsqu'un utilisateur accède à une seule page de votre site, puis la quitte sans générer aucune autre demande au niveau du serveur Analytics pour cette session ». On constate que le taux de rebond élevé d'un site internet constitue donc en général, un signal négatif, sauf pour un site monopage et des pages qui répondent à un besoin spécifique. L'utilisateur est satisfait par les informations trouvées sur la page et repart aussitôt. Plus le temps passé sur la page est important, plus le signal est positif.

Pour un site marchand, cela signifie bien souvent que le client n'a rien acheté et est vite reparti car les produits figurent rarement sur la première page. Cela peut être signe d'une arborescence peu visible ou trop complexe, d'un manque d'attractivité de l'offre présentée en accueil, etc..

✓ Taux de transformation : $(312098/6040123) \times 100 = 5.17\%$

Le site marchand Oxybul est au-dessus du taux de conversion moyen, ce qui signifie qu'il transforme de manière performante les visites en ventes. Evidemment ce taux pourrait être amélioré puisque les meilleurs sites atteignent des taux de 20%. Le taux de conversion est l'indicateur le plus important car c'est celui qui indique véritablement le degré de performance du site, sa capacité à conclure la vente.

Activité 2 : Participer à l'évaluation et à l'analyse des performances d'une action commerciale

Oxybul met en avant une opération commerciale qu'elle renouvelle chaque année : « Une étoile pour un jouet ». Cette opération permet à chaque enfant qui décore l'étoile fournie par Oxybul et la ramène au magasin, d'offrir un jouet à un autre enfant dans le besoin. Cette année, Sylvain vous confie l'évaluation de cette action commerciale et vous demande d'indiquer les apports de celle-ci pour le magasin, ainsi que de définir les indicateurs qui permettront de conclure à l'atteinte ou non des objectifs.

À partir du dossier ressources mission 2 – activité 2 (documents 7 à 10) et du contexte professionnel :

2.1. Dégager trois objectifs/intérêts de cette opération commerciale pour le point de vente.

2.2. Indiquer trois éléments/indicateurs sur lesquels le magasin devra se baser pour évaluer l'efficacité ou la pertinence de l'opération.

2.3. Proposer une action de vente au rebond en lien avec cette opération.

Mission 1 - Activité 2 : Participer à l'évaluation et à l'analyse des performances d'une action commerciale

2.1. Dégager trois objectifs/intérêts de cette opération commerciale pour le point de vente.

- ✓ Cette opération ne nécessite pas de moyens supplémentaires en magasin et donc ne désorganise par le fonctionnement de l'équipe, ni ne génère de coûts salariaux supplémentaires.
- ✓ Sensibiliser les clients actuels à la solidarité
- ✓ Renforcer l'image du point de vente engagé dans une démarche de RSE
- ✓ Générer du trafic clients et effectuer des ventes au rebond
- ✓ Communiquer via les réseaux sociaux sur les étoiles reçues et les jouets distribués
- ✓ Théâtraliser une zone d'implantation avec le sapin et les étoiles décorées incitant les parents/enfants à y participer

2.2. Indiquer trois éléments/indicateurs sur lesquels le magasin devra se baser pour évaluer l'efficacité ou la pertinence de l'opération.

- ✓ Taux d'étoiles décorées par rapport au nombre d'entrées en magasin
- ✓ Taux de satisfaction des clients sur cette opération
- ✓ Taux de variation du CA au moment de l'opération en comparaison avec N-1
- ✓ Évolution du taux de rebond en comparaison avec N-1
- ✓ Taux de variation du nombre de visites sur le site en comparaison avec N-1

- ✓ Analyse du trafic réseaux sociaux ou engagement réseaux sociaux : nombre de publications en rapport avec l'opération, nombre de likes, de commentaires...
- ✓ Evolution CA 2019/2020
- ✓ Evolution marge 2019/2020
- ✓ Taux de réalisation de l'objectif de CA et ou de marge
- ✓ Taux de réalisation de l'objectif de marge

Trois éléments attendus seulement

2.3. Proposer une action de vente au rebond en lien avec cette opération.

Possibilité de profiter de la venue d'un enfant en magasin pour lui proposer la coiffeuse lumineuse IMAGI ou la cafetière expresso nouvellement référencée...ou tout autre proposition pertinente.

Activité 3 : Planter les produits selon une logique commerciale et/ou d'entreprise



La mise en place de l'opération « Une étoile pour un jouet », qui nécessite l'installation d'un sapin en magasin et quelques modifications de l'implantation du point de vente, ainsi que les fêtes de Noël, vous ont donné l'occasion de proposer un nouvel aménagement du point de vente. Aussi, vous avez décidé de valoriser plus particulièrement de l'univers **...IMAGI^{bul}** qui est placé juste à côté de l'opération commerciale.

Après ces 10 premiers jours à tester cette nouvelle implantation, vous souhaitez analyser les performances de cet univers.

3.1. A l'aide d'indicateurs de votre choix, analyser la performance commerciale de l'univers **...IMAGI^{bul}**

Détailler les calculs et arrondir les résultats à deux chiffres après la virgule.

3.2 Conclure sur la pertinence de cette nouvelle implantation et proposer d'éventuels réajustements.

Mission 1 - Activité 3 : Planter les produits selon une logique commerciale et/ou d'entreprise

3.1. A l'aide d'indicateurs de votre choix, analyser la performance commerciale de l'univers **...IMAGI^{bul}**

Evolution CA 2019/2020 : $(15000-12000) / 12000 \times 100 = +25\%$

Evolution marge 2019/2020 : $(9500-7600) / 7600 \times 100 = +25\%$

Taux de réalisation de l'objectif de CA et ou de marge : $(15000/13500) \times 100 = 111,11\%$

Taux de réalisation de l'objectif de marge : $(9550/8550) \times 100 = 111,69\%$

3.2 Conclure sur la pertinence de cette nouvelle implantation et proposer d'éventuels réajustements.

Cette action a donc été très bénéfique pour le magasin puisqu'elle a permis d'augmenter de 25% le CA et la marge de cet univers, ainsi que de dépasser les objectifs de CA et de marge de 2020.