

BTS Management des Unités Commerciales
Session 2015
Épreuve d'Analyse et de Conduite de la Relation Commerciale

Fiche d'activités professionnelles n°6
RECHERCHER ET EXPLOITER L'INFORMATION NÉCESSAIRE À L'ACTIVITÉ
COMMERCIALE (ÉTUDIER LA CONCURRENCE)

Intitulé exact de l'activité : Etudier la concurrence de La Grande Récré

CANDIDAT(E)	UNITE COMMERCIALE
NOM : NIRMALENDRAN	RAISON SOCIALE : LA GRANDE RECRE
PRENOM(S) : JARMILAA	ADRESSE : CENTRE COMMERCIAL VAL D'YERRES 91480 QUINCY SOUS SENART

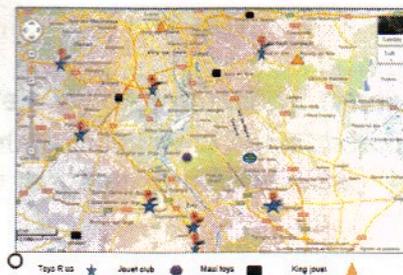
Compétences déclarées (cocher les cases correspondantes)	Note déclarée (étudiant)	note prof
Compétence 6 Rechercher et exploiter l'information nécessaire à l'activité commerciale (étudier la clientèle)		
1 - Assurer la veille commerciale		
2 - Réaliser et exploiter des études commerciales		
3 - Enrichir et exploiter le système d'information commercial		
4 - Intégrer les technologies de l'information dans son activité		

Compétences complémentaires déclarées	Note déclarée (étudiant)	note prof
Compétence		

- ❖ **Présentation de l'activité :** La Grande Récré évolue dans un secteur très concurrentiel. 5 magasins spécialisés, se partagent les clients. Après m'avoir confié la gestion courante du magasin, j'ai donc choisi d'opérer une veille concurrentielle sur le magasin jouet via une étude du merchandising et des prix. Le but étant de m'assurer de la compétitivité du magasin et compétitivité du rayon déguisement.
- ❖ **Date et durée :** J'ai effectué cette activité toute autonomie, en dehors de mes heures de travail effectives. Missions effectuées sur 10 jours en fonction de mon temps libre.
- ❖ **Contexte :** La Grande Récré est implantée en Centres Commerciaux, Centres Villes et Zones d'Activités Commerciales. Le magasin est à proximité d'un hypermarché CORA ce qui apporte à l'enseigne un appel de clientèle. Il y a un accès très facile en transports RER D et ligne BUS 91 et c1, c2.

❖ **Concurrentielle :**

Les concurrents directs	Les concurrents indirects
Joué club ,maxi toys , Kings jouet ,Toys 'R'us	Cora, Auchan, Carrefour



❖ **Organisationnelle :** J'ai été seul à réaliser cette mission, avec la coopération de la clientèle. Mon tuteur a assuré le contrôle du bon fonctionnement de la mission à chaque étape.

❖ **Objectif poursuivi :**

- **Qualitatif :** Mieux situer La Grande Récré par rapport à ses concurrents, de les comparer La Grande Récré et déterminer leurs forces et leurs faiblesses puis envisager des solutions pour améliorer la compétitivité de mon l'unité commerciale.
- **Quantitatif :** Le but d'améliorer les critères qui ne vont pas pour augmenter les ventes et la clientèle.

SPECIFIQUE	J'ai réalisé Etude de la concurrence de La Grande Récré.
MESURABLE	Oui, 3 magasins concurrents 15 min par magasin et 5 min pour remplir les matrices des items.
ATTEIGNABLE	Oui, les entreprises concurrence sont juste à côté de La Grande Récré.
REALISABLE	Oui, car une matrice permet d'évaluer les magasins au même degré.
TEMPORALISE	2h, Le samedi novembre.

❖ **Méthodologie utilisée :**

J'ai réalisé cette étude pour obtenir des informations sur la concurrence et établir le diagnostic du dossier de PDUC. J'ai effectué cette activité en plusieurs étapes :

➤ **Identifier les concurrents directs et indirects :**

Dans un premier temps j'ai choisi mes concurrences pour comparer avec mon unité commerciale. J'ai choisi 3 concurrence directe qui sont : Maxi toys à Montgeron, Toys R us à Carré Sénart et Jouet Club à Draveil et un concurrence indirecte qui est Hyper marché Cora ;

➤ **Les éléments d'analyse :**

J'ai déterminé des critères et des mesures de l'importance relative des critères avec la méthode coefficients. Puis j'ai choisi la modalité de notation sur 4 niveaux en analysant de l'importance des critères de la satisfaction.

➤ La technique du client mystère :

Je suis allée chez les concurrents comme client mystère pour relevés d'informations, simuler un acte d'achat, collecté de l'information commerciale. Elle permet de mesurer la perception d'une UC par la clientèle : points forts / faibles de l'offre, de l'agencement, des personnels de contacts...

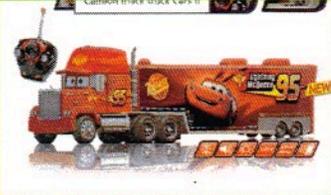
L'enquêteur se met à la place du client pour faire l'évaluation des performances.

Remarque. Différence entre :

- une étude « client mystère »
- une étude de satisfaction

La recherche d'informations porte sur les mêmes points mais dans l'étude de satisfaction, c'est la clientèle qui fournit les informations.

➤ Trier l'information dans un tableau comparatif :

Prix	peluche Minnie 43cm	Aquarium magique et la sirène Marina de Splash Toys	Camion mack truck Cars II	La bonne paye
Enseignes				
La grande récré à Quincy Sous Sénart	29,95€	39,95€	49,95€	43,50€
Toys < r > us à Carré Sénart	19,99€	39,99€	49,99€	39,99€
Jouet club Draveil	29,99€	39,99€	59,99€	37,99€
Cora à Boussy Saint Antoine	28,99€	39,99€	47,99€	24 ,84€

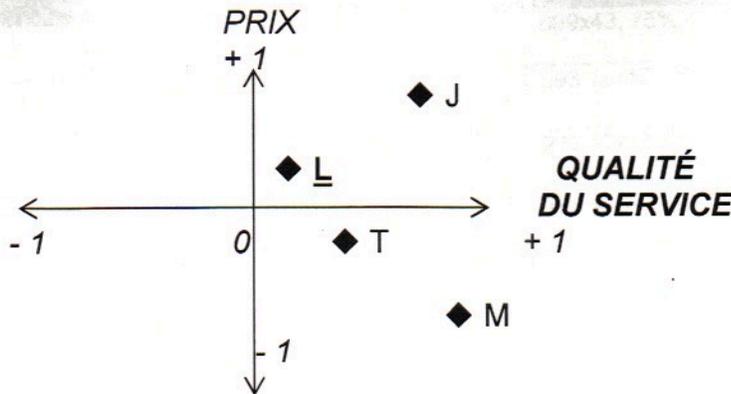
➤ Présentation du rapport de synthèse :

Contenus :

- tableau(x) comparatif(s) présentant les points forts / points faibles des concurrents,
- graphiques
- Présentation d'un MAPPING (carte perceptuelle ou carte de positionnement)

Les points forts	Les points faibles
Présence du personnel	Prix
Prise de contact	Aménagement
Compétences du vendeur	
Règles de politesse	
Présence des marques propres	
Signalétique	
Propreté des lieux	
Facilité d'accès	
Parking	

Exemple de mapping : place de l'UC « L » par rapport aux « 3 principaux concurrents sur les Critères « prix et qualité du service ».



- Propositions d'améliorations :
 - Compte tenu des attentes des clients et des résultats obtenus par l'UC.
 - Comment réduire ses points faibles et renforcer ses points forts ?

❖ **Moyens mis en œuvre :**

Humaine	J'ai effectué cette activité toute autonomie.
Matérielles	J'ai utilisé systèmes informatique.
Immatérielles	<ul style="list-style-type: none"> • Scénario du client mystère • Cahier des charges • Liste des critères • Tableau de comparaison • Matrice des items
Financière	<ul style="list-style-type: none"> ➤ IMPRIMANTE : 599€ , 1 ans Garantie L'imprimante est totalement amortie. (Voir le tableau d'amortissement) ➤ ORDINATEUR : 699€ , 3 ans Garantie L'ordinateur est totalement amorti. (Voir le tableau d'amortissement)

Amortissement du matériel :

❖ L'imprimante a été achetée à 599€. Il est garanti 5 ans et il a 5 ans.

Années	Base d'amortissement	Taux linéaire	Taux dégressif	Calcul annuité	Anuité	Valeur comptable
1	599€	100/5=20%	20% x 1, 75=35%	599x35%	209,65€	389,35€
2	389,35€	100/4=25%	35%	389,35x35%	136,27€	253,08€
3	253,08€	100/3=33,33%	35%	253,08x35%	88,58€	164,5€
4	164,5€	100/2=50%	35%	164,5x50%	82,25€	82,25€
5	82,5€	100/1=100%	35%	82,25-0	82,25€	0€

L'imprimante est totalement amortie.

❖ L'ordinateur a été acheté à 699€. Il est garanti 3 ans et il a 4 ans.

Années	Base d'amortissement	Taux linéaire	Taux dégressif	Calcul annuité	Anuité	Valeur comptable
1	699€	$100/4=25\%$	$25\% \times 1,75=43,75$	$699 \times 43,75\%$	305,81€	393,19€
2	393,19€	$100/3=33,3\%$	35%	$393,19 \times 43,75\%$	172,02€	221,17€
3	221,17€	$100/2=50\%$	35%	$221,17 \times 50\%$	110,59€	110,58€
4	110,58€	$100/1=100\%$	35%	$110,58-0$	110,58€	0€

L'ordinateur est totalement amorti.

❖ Résultats obtenus et bilan :

Entreprise	Personnel
<ul style="list-style-type: none"> • La Grande Récré, en rayon déguisement éteint la linéaire développée la plus faible parmi ses concurrents : La Grande Récré (L), Toys Rus, (T) Maxi Toys (M), Joué club (J). • En terme de prix, La Grande Récré propose des prix hautes gammes que ceux de ses concurrents, on remarque une différence de plus de 40 centièmes sur une sélection des produits. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mission effectuée avec d'intérêt : il est aussi du rôle du manager de voir ce que font les concurrents. • Mission me permet d'intéresser en profondeur à la vie du rayon et du magasin auquel on est attaché.