



OFPPT

مكتب التكوين المهني وإنعاش الشغل

Office de la Formation Professionnelle
et de la Promotion du Travail

Direction de la recherche et de l'ingénierie de formation

Examen de Fin de Formation
Session juin 2009

Filière : Technicien Spécialisé en Gestion d'Entreprise
Durée : 4 h

Epreuve : THEORIE
Barème : /70

Dossier 1: (25 points)

La marque de vêtements pour enfants avait jusqu'alors privilégié le développement de boutiques franchisées. Alors que plus d'une centaine de boutiques de l'enseigne ont été implantées au Maroc, il était temps pour **PTIT POUSSIN** d'aller surfer sur la vague du Net, à la fois pour renforcer son image de marque et pour proposer à ses clients un canal de distribution supplémentaire. D'autre part, la marque **PTIT POUSSIN**, bien que très connue au Maroc, ne dispose que de peu de visibilité dans le reste des pays du Maghreb et en Europe.

Un site e-commerce lui a donc paru être le moyen idéal de faire découvrir ses produits et son univers de valeurs (enfance, douceur, espièglerie), afin d'en faire un véritable canal de distribution à l'international.

Dans un premier temps, la marque ne nourrit pas d'objectifs exceptionnels : elle compte sur un chiffre d'affaires équivalent à une boutique. Mais à terme, d'ici deux ou trois ans et avec la popularisation de la marque au pays du Maghreb Arabe et en Europe, le groupe espère que le site e-commerce triple ce chiffre. Une étude a permis d'établir un panier moyen sur Internet de 500dh, soit une hausse de 20% par rapport au panier des boutiques.

Se basant sur une enquête réalisée auprès de ses clientes porteuses d'une carte de fidélité, **PTIT POUSSIN** a choisi pour les rayons de sa boutique en ligne les catégories les plus plébiscitées : sous-vêtements, pyjamas, et accessoires. Au total, 200 modèles représentant 4.000 références de coloris et de taille sont disponibles en ligne, ce qui est impossible à réaliser dans une boutique. Ainsi, « un client qui ne trouve pas sa taille ou couleur en boutique ne sera pas perdu, puisqu'il pourra être redirigé vers le site où il pourra trouver son bonheur », affirme la directrice Samira Sakhraoui.

Pour promouvoir sa nouvelle boutique, la marque a utilisé la base de données d'inscrits à la newsletter (1) de son ancien site institutionnel, ainsi que celle des clients disposant d'une carte de fidélité et qui ont indiqué vouloir être contactés par e-mail (2).

Une campagne de promotion vidéo sera en outre déployée à partir du lundi 13 Juin sur les principaux sites de contenu dédiés aux femmes de 20 à 49 ans. Un dispositif complété par une campagne de marketing viral disponible sur le site et qui permet d'envoyer à un ami une vidéo personnalisée d'un enfant qui annonce le lancement du site. Puis, le 27 juin, commencera un jeu-concours sur le site : les participants pourront tenter de gagner un an de t-shirts via un tirage au sort qui aura lieu toutes les trois semaines.

Les premiers résultats en termes de trafic ne sont pour l'instant pas très significatifs, mais **PTIT POUSSIN** a enregistré des taux d'ouverture de 70 % de sa newsletter annonçant le lancement de la boutique en ligne, ainsi que 50 % de taux de clic sur le lien qui y mène. L'approche de Ramadan tombe bien pour ce lancement dont **PTIT POUSSIN** espère beaucoup.

N.B. :

- 1 newsletter : lettre d'information.
- 2 e-mail : publipostage électronique

Travail à faire :

- 1- Après définition de la marque, présentez ses différentes fonctions. (4points)
- 2- En quoi consiste la segmentation d'un marché ? (2points)
- 3- Qualifiez et définissez les choix de distribution de **PTIT POUSSIN**. (3points)
- 4- Distinguez les notions de site institutionnel et de site marchand. (4points)
- 5- Quelles sont les principales obligations du franchiseur et du franchisé dans le cadre d'un contrat de franchise ? (4points)
- 6- Mettez en évidence les enjeux pour **PTIT POUSSIN** de développer un site marchand. (4points)
- 7- Présentez les moyens de communication utilisés par l'entreprise pour promouvoir sa nouvelle boutique en ligne. (4points)

Dossier 2 : (15points)

A côté des modes de sélection traditionnels, le e-recrutement permet d'engager l'entreprise dans une nouvelle approche globale de la gestion des ressources humaines. Les sites spécialisés se multiplient et semblent avoir un avenir prometteur.

C'est par exemple le cas de la chaîne carrière du portail Wanadoo, créée en février 2000, qui dispose d'une base de données de 3.500 CV.

La plupart des personnes qui ont recours à ce nouveau procédé sont des cadres supérieurs souhaitant évoluer ou de jeunes diplômés à la recherche d'un premier emploi.

Travail à faire :

1. Quels sont les avantages de ce nouveau mode de recrutement pour l'entreprise? (2 points)
2. Au Maroc, le e-recrutement peut-t-il remplacer les méthodes classiques de recherches de candidatures ? Expliquer. (5 points)
3. Quels sont les moyens permettant d'actualiser les compétences d'un collaborateur ? (5 points).
4. Quand la procédure de recrutement est -elle déclenchée au sein de l'entreprise ? (3 points)

Dossier 3 : (20 points)

Face à la baisse sensible du résultat net du groupe, la direction a récemment mis en place, fin novembre 2008, un tableau de bord à périodicité trimestrielle pour les magasins. Auparavant, ces derniers ne disposaient que d'une simple « situation » semestrielle indiquant le chiffre d'affaires, la marge sur coût d'achat des marchandises vendues et le résultat d'exploitation : cette « situation » semestrielle ne permettait donc pas de tenir compte de la surface de vente de chaque magasin et de l'importance des articles volés ou perdus (« démarque inconnue »). Des inventaires effectués régulièrement permettent désormais d'évaluer le montant de cette démarque inconnue.

Par ailleurs, l'agencement des magasins répond à une présentation logique et efficace des produits ; le responsable de magasin ne choisit pas les collections (définies par le siège) mais a un rôle incontestable sur la présentation des vitrines et des rayons, qui doivent être renouvelés régulièrement en fonction des meilleures ventes et des opérations commerciales. La qualité de la présentation des vitrines et des articles en magasin est maintenant évaluée chaque trimestre par des inspecteurs.

D'autre part, l'un des problèmes de la société est qu'un nombre non négligeable de clients se contentent d'acheter des petits articles (par exemple, une chemise ou une cravate) et se procurent les pièces les plus importantes (costumes, manteaux...) chez des marques plus réputées.

Vous disposez des premiers résultats des tableaux de bord de trois magasins, cela pour le dernier trimestre de l'exercice 2008.

	MAGASINS		
	CASABLANCA	AGADIR	RABAT
Chiffre d'affaires hors taxe / m2 (en DH)	1750	1900	1698
Chiffre d'affaires hors taxe moyen par panier (1) (en DH)	46	54	49
Montant de la démarque inconnue (2) / Chiffre d'affaires (en %)	0,60%	1%	0,70%
Frais de personnel / Chiffre d'affaires (en %)	13%	11,60%	14,20%
Marge nette du magasin * (en DH)	27302	29864	25507
Note obtenue à l'évaluation trimestrielle ** (sur 20)	15	13	12

NB :

(1) Panier moyen : chiffre d'affaires moyen réalisé par client

(2) Démarque inconnue : mesure l'importance des articles volés ou perdus

** Évaluations réalisées par les inspecteurs et portant notamment sur l'agencement du magasin.

*** Marge nette du magasin**

= Chiffre d'affaires

- Coût d'achat des marchandises vendues

- Frais de fonctionnement du magasin

- Coût de la démarque inconnue

- Dotations aux amortissements des travaux effectués dans le magasin

Travail à faire :

1- Après étude des résultats ci-dessus, indiquer le magasin le plus performant sur la période retenue. Justifier votre réponse. (3points)

2- Souligner l'intérêt des différents indicateurs retenus pour l'élaboration de ce nouveau tableau de bord. (12points)

3- Justifier l'intérêt des calculs budgétaires pour l'entreprise (3 points).

4- En quoi un tableur peut-il aider à l'élaboration des budgets ? (2 points).

Dossier 4 : (10points)

Le chef du personnel de la société « PTIT POUSSIN », a noté deux situations de suspension du contrat de travail :

1) M. EL AMMAR Nouredine, est un technicien comptable, rémunéré à 6700 dh brut par mois. Il a envoyé à la société un certificat de maladie de 5 jours.

2) Mme Marwa ELTOURABI vient d'accoucher d'un bébé.

3) M. El Mahjoub Nahi stagiaire au sein de la société depuis plus de 7mois demande trois jours de repos pour se marier.