



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 la Formation

Examen de Passage – Session juin 2011
Cours du Jour
Eléments de correction

Filière : Technicien Spécialisé en Commerce

Niveau : Technicien Spécialisé

Durée : 5 heures.

Epreuve : Synthèse 1

Barème : /120 Points

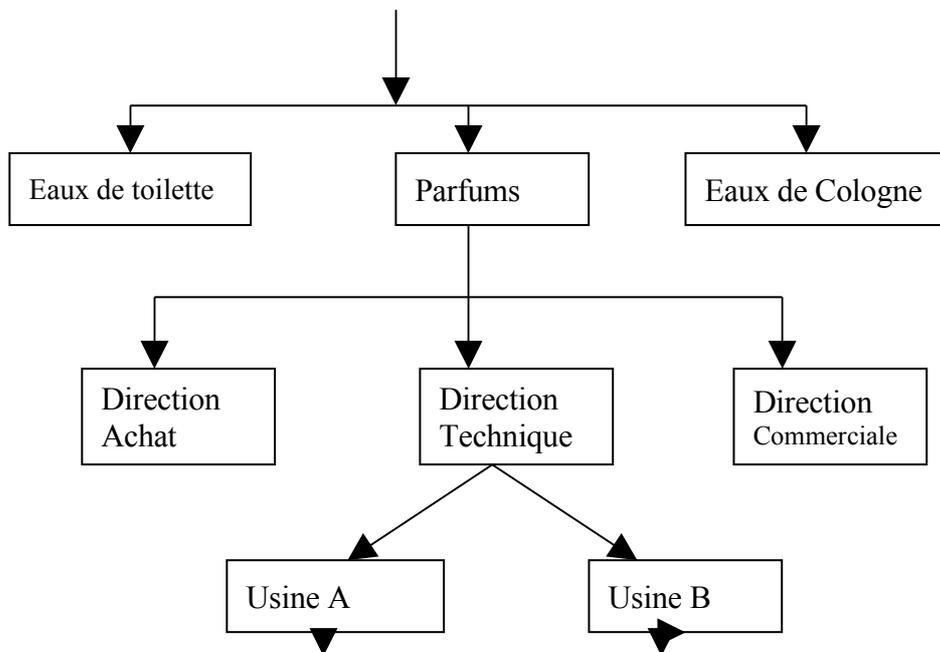
Partie 1 :

(40 points)

Dossier 1 : (20pts)

1-Présenter l'organigramme de Mondial parfum.....4pts

Direction Générale



2-Déterminer le type de structure de Mondial Parfum .Citer les avantages et inconvénients de cette structure?.....2pts

C'est la structure divisionnelle puisque MP est subdivisée en produits.

Avantages : C'est le type de structure adopté par la majorité des grandes entreprises. En effet, on peut ajouter ou supprimer une division sans perturber l'ensemble de l'entreprise bien que chaque élément du système participe à l'obtention des résultats. En général, cette structure ne présente pas d'inconvénients

3- Expliquer les 3 phases principales de l'enquête par questionnaire , que doit respecter Réda.... ..2pts

Les 3 phases principales de l'enquête par questionnaire sont :

La fixation des objectifs détaillés, la mise en œuvre – conception et terrain- et les résultats – Analyse et synthèse-

4- Quelles sont les différentes méthodes d'échantillonnage auxquelles il peut avoir recours ?..... ..2pts

Les différentes méthodes d'échantillonnage sont probabilistes et non probabilistes

4-Quelles sont les erreurs commises dans cette enquête ?..... ..4pts

Q1 et Q2 sont relatives à la fiche signalétique et doivent figurer à la fin du questionnaire.

La Q3 est « déplacée » c'ad qu'il ne faut pas la poser à un enquêté.

Dans la Q4, Il ne faudrait pas utiliser d'adverbe « souvent ».

Les questions 5et 6 devraient être fermées, avec des choix de réponses.

Les questions suivantes devraient être ainsi classées - selon la méthode de l'entonnoir- : 8 ;5 ;3 ;4 ;et 6.

5- Reformuler correctement ce questionnaire en une quinzaine de questions.....6pts

Vérifier si le questionnaire comporte les règles de bonne rédaction d'un questionnaire : Questions fermées, méthode de l'entonnoir, QCM à items pairs, fiche signalétique à la fin. Noter en fonction de la qualité et la pertinence des questions posées.

Dossier N°2 : (20pts)

1-Une étude psychologique a été réalisée ; et comme à l'accoutumée, il a été posé deux questions :

- A partir de quel prix trouveriez-vous ce parfum trop cher ?
- A partir de quel prix trouveriez-vous ce parfum de mauvaise qualité ?

a- **On vous de mande de calculer le prix psychologique? 6pts**

PRIX proposés	réponse prix cher	réponse qualité insuffisante	% réponse prix cher	% réponse qualité insuffisante	% réponse cumulée croissants	% qualité cumulée décroissante	non acheteurs	acheteurs potentiels
250	0	80	0	10	0	100	100	0
350	0	120	0	15	0	90	90	10
450	80	280	10	35	10	75	85	15
550	120	200	15	25	25	40	65	35
650	160	120	20	15	45	15	60	40
750	200	0	25	0	70	0	70	30
850	240	0	30	0	100	0	100	0
Total	800	800	100	100				

Donc le prix psychologique correspond à la valeur 650 Dh.

La proportion d'acheteurs potentiels à retenir est le pourcentage le plus fort (40%) ; le prix psychologique est donc de 650dhs.

b/ Sachant que l'entreprise doit dégager un taux de marque de 60%, calculer le coût de revient maximum pour réaliser la marge prévue .Commenter ces résultats..... 4pts

- Coût de revient maximum :

Prix de vente Hors Taxes = Prix de vente TTC /1,2 = 650/1,2=541,66

Or comme Marge = Prix de vente- Coût de revient

On peut écrire Coût de revient = Prix de vente- marge

Marge = Prix de vente * Taux de marque = 541,66 * 60%= 324,99 Dh

Donc coût de revient =541,66 – 324,99 = 216,67Dh

Commentaire :

Pour maintenir la rentabilité souhaitée (60%) et cela sans toucher au prix de vente, l'entreprise MP ne doit pas dépasser un coût de revient supérieur à 324,99 Dh ; et ceci grâce à :

*la maîtrise du coût de distribution avec un choix optimal des modes de commercialisation des produits.

*La négociation avec les fournisseurs de matières premières afin de limiter les coûts d'approvisionnement

2- Le produit parfum nécessite un conditionnement et un emballage. Expliquer ces deux notions.....2pts

- **Conditionnement** : premier contenant du produit (boites, flacons, tubes...). Le conditionnement permet la protection du produit.
- **Emballage** : protection du produit en vue du transport, stockage et parfois de la vente (caisse en carton qui se transforme en présentoir, container, fût, etc....).
- Ces deux termes sont associés sous l'expression **Packaging**

3- À chaque phase de la vie des produits de Mondial Parfum, correspondent des éléments Marketing spécifiques. On vous demande de reproduire et de remplir le tableau suivant sur votre copie..... 4pts

Phases	Lancement
- Le produit	Gamme restreinte. Qualité. Faire essayer le produit.
- Le prix	Ecrémage : prix élevé ou Pénétration : prix bas.
- La distribution	Mise en place du produit. Distribution sélective.
- La communication	Publicité d'information. Promotion d'essai (coût élevé).

4- Mondial Parfum adopte une stratégie de distribution sélective. Expliquer ce mode de distribution..2pts
Elle passe par un choix des canaux de distribution en fonction des caractéristiques techniques et commerciales des détaillants.

5- La société veut passer un accord de Franchise avec un producteur de parfums Français. Préciser à M. Abdou les caractéristiques de la Franchise.....2pts

La franchise est un accord passé entre un fabricant (franchiseur) et un réseau de détaillant ou un investisseur individuel (franchisé) qui permet au premier de bénéficier d'un système de distribution sans avoir à investir et aux seconds de tirer parti d'une image, d'une assistance ou d'une expérience en matière de gestion.
Ex : Yves Rocher, Mac Donald.....etc

Partie 2 :

(80 points)

Dossier N°3 : (20pts)

A- Le service Achat de la société vous demande de compléter le tableau suivant.

Expliquer vos calculs : **5pts**

Eléments à calculer	Produit A	Produit B
Coût d'achat	140,00	250,00
Taux de marque	30%	19,35%
Prix de vente HT	200,00	310,00
Marge brute	60,00	60,00
Coefficient multiplicateur	1,71	1,49
Taux de TVA	0,20	0,20
Montant de la TVA	40,00	62,00
Prix de vente TTC	240,00	372,00

B-L'entreprise " Mondial Parfum" dresse le tableau suivant relative à la répartition de commandes selon leur montant :

xi	ni	ci	nixi	Moyenn	xi-	(xi-M)2	ni(xi-M)2
----	----	----	------	--------	-----	---------	-----------

					e	Moyenne		
0	500	14	250	3500	1100	-850	722500	10115000
500	1000	12	750	9000	1100	-350	122500	1470000
1000	1500	20	1250	25000	1100	150	22500	450000
1500	2000	8	1750	14000	1100	650	422500	3380000
2000	2500	4	2250	9000	1100	1150	1322500	5290000
2500	3000	2	2750	5500	1100	1650	2722500	5445000
TOTAL		60		66000		2400	5335000	26150000

Moyenn
 e 1100
 Mediane 1100
 Mode 1200
 435833,
 Variance 33
 Ecart-
 type 660,18

Dossier 4 :(20pts)

A- Le chef des ventes de *Mondial Parfum* vous demande de l'aider à retrouver les noms des techniques de traitement d'objections suivantes, ainsi que leurs objectifs pour le vendeur sous forme d'un tableau à 3 colonnes(Techniques, Objectifs du vendeur, exemples cités) :.....8pts

Exemples d'objections :

a-« Nos parfums sont chers mais ils vous permettent de bénéficier d'une plus longue durabilité »

b-« De grands acteurs achètent et consomment avec fierté nos parfums »

c-« Nous conviendrons du prix dans quelques minutes, après avoir été d'accord sur le modèle de votre choix, si vous le permettez »

d-« Vous dites que ce genre de parfum ne vous convient pas. Est-ce à cause de l'odeur ?des composantes ?ou de l'emballage ?

Techniques	Objectifs du vendeur	Exemples
Boomerang	Transformer l'objection en argument	A
Témoignage	Faire référence à l'expérience d'autres clients ou personnalités	B
Ecran	Montrer que l'objection a été enregistrée et que le client y sera répondu un peu plus tard	C
Effritement	Diminuer la force de l'objection en posant une	D

B- À partir des questions ci-dessous, rechercher la tendance psychologique du client selon la méthode SONCAS que le vendeur cherche à découvrir 6pts

Questions posées	SONCAS
Avez-vous un budget précis pour l'achat d'un parfum ?	Argent
Préférez-vous les parfums hypoallergéniques ?	Sécurité
Vous arrive-t-il d'offrir un parfum en cadeau ?	Sympathie
Préférez-vous les flacons de parfums en spray ou normal ?	Confort
Achetez-vous souvent le dernier-né des parfums ?	Nouveauté
Le choix de votre parfum est-il influencé par une quelconque star ?	Orgueil

C- M. Abdou vous demande de présenter au moins trois arguments, pour vendre le nouveau parfum « joy » adapté aux jeunes adolescents.....6pts

La réponse doit respecter la méthode des "CAP" (caractéristiques, avantages et preuves) qui consiste à citer dans un premier lieu une caractéristique puis la traduire en AVANTAGE, et donner une preuve. L'avantage est le lien qui existe entre la caractéristique technique du produit et le besoin du client.

Dossier 5 : (20 pts)

1- BILAN initial

Fonds commercial	80	Capital	443
Matériel de transport	000		000
	73		
Stock de marchandises	000		
	50		
Banque	000		
Caisse	130		
	000		
	110		
	000		
Total actif	443	Total passif	443
	000		000

2- Journal :

N° de compte

03/01

Sommes

		Fonds commercial			80 000	
		Matériel de transport			73 000	
		Stock de marchandises			50 000	
		Banque			130 000	
		Caisse			110 000	
				Capital		443 000
	08/01	Achats de marchandises			40 000	
				Caisse		40 000
	10/01	Caisse			13 000	
		Client			13 000	
				Ventes de marchandises		26 000
	12/01					
		Banque			10 000	
				Caisse		10 000
	13/01	Location et charges locatives			2 000	
				Banque		2 000
	14/01	Publicité			1 400	
				Banque		1 400
	14/01	Prime d'assurance			560	
				Banque		560
	15/01	Impôts et taxes			160	
				Caisse		160
	16/01	F postaux et F télécom			600	
				Caisse		600
	17/01	Achats non stockés de M F			530	
				Caisse		530
	18 /01	Entretien et réparation			200	
				Caisse		200
	22/01					
		Achats de marchandises			30 000	
				fournisseurs		30 000
	26/01					
		Titres et valeurs de placement			22 000	
				Caisse		22 000
	27 /01					
		Mobilier de bureau			960	
				Banque		960
	29/01					
		Client			10 000	

		Ventes de marchandises		10 000
			31/01	
		Rémunération de personnel	Banque	40 000
				40 000

Le grand livre

Capital	Fonds commercial	Matériel de transport
443 000	80 000	73 000
443 000	80 000	73 000
Stock de marchandises	Mobilier de bureau	Titres et valeurs de placement
50 000	960	22 000
	960	22 000
FORNISSEURS	Banque	Caisse
30 000		40 000
30 000	2 000	10 000
Client	1 400	160
13 000	560	600
10 000	130 000	530
	960	200
	10 000	110 000
	40 000	13 000
	140 000	123 000
	44 920	73 490
Achat de m/ses	95 080	49 510
40 000	Vente de M/ses	
30 000	26 000	Achats NS de MF
	10 000	530
Location et charges loc		
2 000		
	Publicité	Rémunération de personnel
Entretien et réparation	1 400	40 000
200		
	Impôts et taxes	F postaux et F de télécom
Prime d'assurance	160	600
560		

3-

BILAN final

Fonds commercial	80 000	Capital	443 000
Matériel de transport	73 000	Résultat	- 49 450
Mobilier de bureau	960	Fournisseurs	30 000
Stock de marchandises	80 000		
Clients	23 000		
Titres et valeurs de	22 000		

placement	95 080		
Banque	49 510		
Caisse			
Total actif	423 550	Total passif	423 550

Dossier N°6 : (20 pts)

A- 1-L'inspecteur des ventes de Mondial Parfum voudrait mesurer (2pts)

- a- **L'effort de prospection** : Nbre de visites de prospection/ nombre total de visites
- b- **la taille optimale des vendeurs** : Nbre total des visites à réaliser par an/ nombre de visites réalisé par an et par vendeur
- c- **le coût d'une visite** : Coût des moyens mis en œuvre pour les visites/ nbre de visites
- d- **la marge moyenne par commande** : Marge totale/Nbre de commandes

Grâce à ces indicateurs, la société peut mesurer la productivité de sa force de vente. Ils indiquent dans quel compartiment de l'activité il faut progresser pour réaliser les objectifs.

2- Citer quelques objectifs que la société peut arrêter à son équipe de vente.....2pts

Maximiser :le CA, la marge nette dégagée par les ventes, le résultat de l'activité,le nombre de clients, et minimiser les coûts des visites, de production.....etc

3-Pour équilibrer le travail des vendeurs sur la semaine, la société a construit une organisation des tournées en marguerite. Expliquer ce type de circuit..... 2pts

Le secteur peut être divisé en quatre sous secteurs (A, B, C, D).Chaque jour, le vendeur visite une parcelle de chaque sous secteurA1, A2, B1, B2....Le cœur de la marguerite correspond au siège de la société ou au domicile du vendeur.

B- Calculer les parts de marchés des entreprises4pts

Données	Parts de marché en volume		Parts de marché en valeur	
<i>Eaux d'heure</i>	655	27,47 %	780	24,20 %
<i>Air et Odeur</i>	192	8,05 %	447	13,87 %
<i>Mondial Parfum</i>	607	25,46 %	870	27 %
<i>Autres</i>	930	39,01 %	1125	34,91 %
TOTAL	2 384	100 %	3 222	100 %

C- Etablir la facture correspondante pour le cas suivant:.....10pts

Modil Parfum
15 Rue Mustafa Maani Rabat

Date:

Chic
150 Bd Med V
Casablanca

Facture N°

Ref	Designation	Quantité			PU	Montant en Dh
TF	Eau de toilette	13	50	650	250	162500,00

1						
CR						
C	Parfum	25	100	2500	190	475000,00
CR						
L	Eau de cologne	34	30	1020	100	102000,00
				Montant Brut		739500,00
				Remise 2%		11540,00
				Remise 1%		1625,00
				Net Commercial		726335,00
				Escompte 1%		7263,35
				Net Financier		719071,65
				TVA 20%		143814,33
				Montant TTC		862885,98
				Transport		300,00
				Net à Payer		863185,98