

Applications

Application 2. Rayon fournitures scolaires – LECLERC

Vous travaillez au rayon Fournitures scolaires d'un hypermarché Leclerc. Vous disposez du relevé des prix chez vos principaux concurrents pour les fournitures scolaires les plus achetées. Vous avez pour mission d'aligner vos prix de vente sur le concurrent le plus bas.

Désignation	Intermarché	Carrefour	Leclerc	PA HT	Ventes mensuelles
Colle stick UHU 8,2 g	1,67 €	1,70 €	1,70 €	1,06 €	250
Colle stick UHU 21 g	2,43 €	2,95 €	2,69 €	2,05 €	350
Gomme Maped	1,19 €	1,30 €	1,32 €	0,65 €	150
Ruban correcteur Tipp-Ex	2,42 €	2,50 €	2,48 €	1,85 €	160
Mini souris correcteur MDD	1,40 €	1,20 €	1,45 €	0,80 €	300
Effaceur réécrivain Paper Mate - lot de 4	3,02 €	3,15 €	2,99 €	2,24 €	180
Stylo 4 couleurs rétractable Bic	non référencé	2,30 €	2,35 €	1,41 €	100
Cahier 24*32 MDD 96p	1,23 €	1,53 €	1,53 €	1,07 €	250
Cahier 24*32 Oxford 96p	1,99 €	2,99 €	2,29 €	1,62 €	225
Cahier 17*22 Oxford 96p	1,20 €	0,99 €	0,99 €	0,68 €	160
Cahier 21*29,7 MDD 96p	1,43 €	1,65 €	1,33 €	0,78 €	300
Cahier 21*29,7 Oxford 96p	1,90 €	1,85 €	1,83 €	1,23 €	195
Règle Maped	1,16 €	1,20 €	1,98 €	1,00 €	80
Set de traçage Maped 4 pièces	3,84 €	3,70 €	3,59 €	1,74 €	50
Bloc Rhodia A4 perforé grands carreaux	3,48 €	3,99 €	3,78 €	2,80 €	180

À l'aide d'une feuille de calcul, vous traiterez les points suivants :

1. Calculez le chiffre d'affaires HT, puis la marge brute par référence puis l'ensemble des produits.
2. Procédez à un alignement sur le concurrent le plus bas à l'aide d'une formule.
3. Évaluez les conséquences de l'alignement de vos prix sur le CA et la marge.
4. Proposez des recommandations suite à l'analyse chiffrée.

Applications

Application 3. INTERSPORT

Un magasin d'articles de sport souhaite organiser une opération promotionnelle sur une semaine à l'occasion des fêtes de fin d'année. Le manager de cette unité commerciale souhaite associer ses fournisseurs à cette opération. Après négociation, un de ses fournisseurs accepte de lui accorder 10 % de remise supplémentaire sur les références concernées par la promotion et ce, quelle que soit la quantité commandée pour cette opération.

Vous disposez en annexe des conditions commerciales consenties par ce fournisseur ainsi que les conditions habituelles de commercialisation.

1. Évaluez les quantités à commander pour l'opération de promotion, puis déterminez le montant à payer au fournisseur pour cette commande.
2. Calculez le prix de vente de ces deux produits, si le magasin décide d'appliquer un taux de marge unitaire de 40 %, compte tenu de la remise supplémentaire de 10 %.
3. Quel est, dans ces conditions, le taux de remise consenti aux clients sur ces deux produits ?
4. À partir des données dont vous disposez, mesurez alors l'impact de cette opération sur le chiffre d'affaires, puis la marge dégagée par ces deux produits. Concluez.

Le magasin a acheté 12 lots de 4 paires de raquettes de neige au prix unitaire de 35 €. Ces raquettes paraîtront dans le prospectus distribué par l'enseigne ; en retour, celle-ci obtient une réduction de 10 % sur les achats. Pendant cette période, les raquettes seront placées en tête de gondole du magasin qui bénéficie pour ce service d'une remise de 8 % supplémentaire.

5. Calculez le seuil de revente à perte d'une paire de raquettes.
6. À quel prix le magasin doit-il proposer ces raquettes sachant qu'il souhaite en faire un produit d'appel ?

Données chiffrées relatives à l'opération promotionnelle

Tarif catalogue fournisseur

Produits	Prix unitaire HT
Paire de skis	130 €
Paire de chaussures de ski	85 €

Conditions commerciales fournies par le fournisseur

Conditions habituelles	Conditions promotionnelles
Remise de 10 % sur le prix catalogue	Remise de 10 % supplémentaire
Règlement à 30 jours fin de mois	Règlement à 30 jours fin de mois

Conditions de commercialisation

Produit	Taux de marge habituel	Ventes en volume hebdomadaires habituelles
Paire de skis	70 %	12
Paire de chaussures de ski	50 %	14

On estime que l'opération promotionnelle va augmenter le volume des ventes de 60 % pour la paire de skis et de 40 % pour les chaussures. TVA au taux normal.

Applications

Application 4. Le 46

Un magasin de bijoux fantaisie souhaite diversifier son offre en référencant des foulards. La responsable de la boutique aimerait savoir dans quelle fourchette de prix se situer. Elle souhaite que ses clientes soient satisfaites du rapport qualité/prix. Un sondage a donc été mené auprès de sa clientèle aboutissant aux données suivantes :

Prix de vente proposé	Nombre de clientes estimant un prix supérieur trop cher	Nombre de clientes estimant un prix inférieur synonyme de mauvaise qualité
12,50 €	6	25
15 €	13	40
17,50 €	16	48
20 €	28	4
22,50 €	29	32
25 €	46	20
27,50 €	49	13
30 €	38	6

1. Calculez le prix psychologique résultant de ce sondage.
2. À ce prix, combien de personnes de l'échantillon se disent prêtes à acheter ?
3. Ce prix permettrait-il de maximiser le chiffre d'affaires ?
4. Le prix d'achat d'un foulard est de 7,50 € HT. L'unité commerciale applique habituellement un coefficient multiplicateur de 4. À quel prix devrait-elle alors vendre un foulard ?
5. Quel prix conseillez-vous à la responsable ? Argumentez.
6. Quelles informations vous manque-t-il pour confirmer votre décision ?

