

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL

SPÉCIALITÉ COMMERCE

Session 2018

E2

ÉPREUVE TECHNOLOGIQUE PRÉPARATION ET SUIVI DE L'ACTIVITÉ DE L'UNITÉ COMMERCIALE

Le dossier comporte 18 pages numérotées 1/18 à 18/18.

Assurez-vous que le dossier qui vous est remis est complet.

Les candidats répondent sur les documents fournis dans le sujet et sur leur copie.

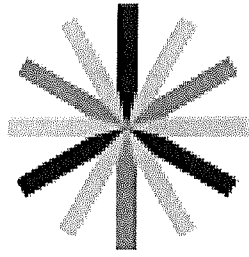
Les annexes sont à rendre à la fin de l'épreuve agrafées dans la copie anonymée.

L'usage du dictionnaire n'est pas autorisé.

L'usage de tout modèle de calculatrice, avec ou sans mode examen, est autorisé.

N.B. : Les informations fournies dans ce sujet sont inspirées d'un cas réel, dans lequel des données ont été modifiées pour des raisons de confidentialité.

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL COMMERCE		
E2 - ÉPREUVE TECHNOLOGIQUE – PRÉPARATION ET SUIVI DE L'ACTIVITÉ DE L'UNITÉ COMMERCIALE		
SUJET	COEF. : 4	DURÉE : 3 heures
Repère : 1811- CO 2	SESSION : 2018	PAGE 1 / 18



NOCIBÉ

Avec 10 millions de clients en magasins et plus de 25 millions de visiteurs sur son site Internet, Nocibé est l'un des leaders de la distribution sélective de parfums et de cosmétiques.

Nocibé a été fondée à Lille en 1984 sur une idée novatrice : rendre la parfumerie et le bien-être accessibles à toutes les femmes. L'entreprise a toujours eu à cœur de valoriser la proximité avec ses clients et l'expertise de ses conseiller(e)s.

Désireuse de conserver sa place de leader, l'enseigne Nocibé a pour ambition d'être le numéro 1 du service : conseils personnalisés, connaissance pointue des produits, bienveillance et passion.

À l'approche de l'été, Nocibé propose « eaux fraîches », une gamme de parfums pour homme et femme.

Ces eaux allégées en concentré parfumant par rapport aux eaux de parfum sont un cadeau idéal pour accompagner les beaux jours.

Vous venez d'être embauché(e) au sein du magasin Nocibé d'Abbeville situé au sein du centre commercial « Les 2 Vallées », avenue du Président Vincent Auriol, 80100 Abbeville (Somme).

Monsieur Nicolas, responsable de ce point de vente, souhaite améliorer sa position concurrentielle départementale.

Il vous confie les quatre missions suivantes :

Partie 1 : L'analyse et le suivi des ventes du magasin d'Abbeville

Partie 2 : La mesure des résultats d'un nouveau produit

Partie 3 : La gestion des stocks

Partie 4 : La contribution à la satisfaction et à la fidélisation de la clientèle

Liste des documents

Document 1	Les indicateurs de gestion annuels	Page 8
Document 2	Le relevé de prix de la concurrence	Page 8
Document 3	Les prix de vente HT et les quantités vendues pour les soins visage	Page 8
Document 4	Les résultats de l'enquête de satisfaction (entre le 1 ^{er} et le 16 juin 2018) sur le magasin d'Abbeville	Pages 9 et 10
Document 5	La carte de fidélité Nocibé	Page 11
Document 6	Les nouveaux outils de fidélisation	Page 12

Liste des annexes à compléter et à rendre avec la copie

Annexe 1	Comparatif du magasin d'Abbeville avec les autres magasins Nocibé de la Somme (année 2017)	Page 13
Annexe 2	Analyse des résultats du magasin d'Abbeville (années 2016 et 2017)	Page 14
Annexe 3	Analyse par la méthode des 20/80 des données chiffrées des différentes familles du magasin Nocibé Abbeville	Page 15
Annexe 4	Prix de vente du parfum Terre d'Hermès	Page 16
Annexe 5	Nouveau prix de vente du produit Spicebomb	Page 16
Annexe 6	Calcul du prix coûtant	Page 16
Annexe 7	Gestion des stocks des eaux fraîches	Page 17
Annexe 8	Démarque références Soins Visage Nocibé	Page 18

Partie 1 : L'analyse et le suivi des ventes du magasin d'Abbeville

Face à une baisse récente de ses parts de marché et à une concurrence vive, le magasin Nocibé d'Abbeville cherche à rester compétitif. Il souhaite cibler une clientèle de plus en plus large afin d'améliorer ses performances commerciales.

Dans ce contexte, monsieur Nicolas, responsable du magasin d'Abbeville, vous demande d'analyser les différentes données transmises par le siège afin de comparer les performances de son point de vente par rapport à celles des autres Nocibé du département de la Somme. Cette étude lui permettra de mieux se positionner et d'ajuster sa politique commerciale.

TRAVAIL À FAIRE :

À partir du **document 1** et de vos connaissances :

- 1.1. Calculer les indicateurs de gestion pour les magasins Nocibé de la Somme et pour le magasin d'Abbeville.

Détailler les calculs demandés.

 **Compléter l'annexe 1** (à rendre avec la copie).

- 1.2. Comparer et commenter les écarts.

 **Répondre sur la copie.**

- 1.3. Calculer l'évolution des indicateurs du magasin d'Abbeville entre 2016 et 2017.
Détailler les calculs demandés.

 **Compléter l'annexe 2** (à rendre avec la copie).

- 1.4. Analyser les résultats obtenus.

 **Répondre sur la copie.**

Toujours soucieux de répondre aux besoins de sa clientèle, monsieur Nicolas propose régulièrement des nouveautés. Il vous demande d'analyser la contribution des différentes familles proposées aux résultats obtenus par l'unité commerciale.

- 1.5. Calculer, en utilisant la méthode des 20/80, le poids des différentes familles de produits dans les références et dans le chiffre d'affaires de l'unité commerciale.

Détailler les calculs demandés.

 **Compléter l'annexe 3** (à rendre avec la copie).

- 1.6. Analyser les résultats et indiquer la ou les familles sur lesquelles Monsieur Nicolas doit porter plus particulièrement son attention.

Justifier votre réponse.

 **Répondre sur la copie.**

Partie 2 : La mesure des résultats d'un nouveau produit

À l'approche de l'été, l'enseigne Nocibé propose des « eaux fraîches ». Ce sont des eaux rafraîchissantes, parfumées très légèrement de senteurs fruitées (agrumes), bien adaptées à la vie en plein air et aux activités sportives.

Ces eaux allégées en concentré parfumant par rapport aux eaux de parfum sont un cadeau idéal pour accompagner les beaux jours. Monsieur Nicolas souhaite suivre la politique de l'enseigne en proposant ces produits à sa clientèle.

Dans un premier temps, vous vous concentrez sur le segment homme et plus particulièrement sur le nouveau produit : « Terre D'hermès eau fraîche ».

Afin de savoir s'il est judicieux de proposer tous les produits de la gamme et dans l'optique d'ajuster sa politique de prix des « eaux fraîches » pour homme, monsieur Nicolas vous demande d'analyser la rentabilité de ces trois contenants pour la marque Hermès : vaporisateur 75 ml, vaporisateur 125 ml, vaporisateur 200 ml.

Pour une première phase de test en magasin, il souhaite choisir le produit le plus rentable sachant que les prix sont imposés par la marque et que les quantités vendues sont identiques pour les 3 contenants.

TRAVAIL À FAIRE :

- 2.1 Calculer les indicateurs de rentabilité du produit pour les 3 contenants.

Détailler les calculs demandés.



Compléter l'annexe 4 (à rendre avec la copie).

- 2.2 Analyser la rentabilité de chacun de ces 3 contenants et proposer le produit à privilégier pour le magasin.



Répondre sur la copie.

Parmi les « eaux fraîches » pour homme proposées, monsieur Nicolas a remarqué les faibles ventes de produits Spicebomb de Viktor & Rolf. Le produit est vendu 83,70 € TTC.

Il décide d'aligner le prix de ce produit sur l'offre la plus basse des concurrents.

À partir du **document 2** et de vos connaissances :

- 2.3 Proposer le nouveau prix de vente TTC retenu pour le produit puis recalculer la marge et le taux de marque.



Compléter l'annexe 5 (à rendre avec la copie).

- 2.4 Commenter les résultats.



Répondre sur la copie.

Si son stock ne s'écoule pas, monsieur Nicolas vous demande de calculer le prix coûtant du produit dans l'éventualité d'une vente flash.

- 2.5 Calculer le prix coûtant du parfum Spicebomb.



Compléter l'annexe 6 (à rendre avec la copie).

Partie 3 : La gestion des stocks

En cette saison, les « eaux fraîches » sont également des produits phares dans le rayon femme. Trois références ont plus de succès et sont donc mises en avant dans le magasin.

La demande étant plus importante, monsieur Nicolas vous demande d'analyser l'état des stocks pour la période du mois de juin afin d'éviter toute rupture.

TRAVAIL À FAIRE :

3.1 Calculer pour les trois références des « eaux fraîches » :

- le stock moyen,
- le coefficient de rotation,
- la durée moyenne de stockage.

Détailler vos calculs pour la référence JPGWWEF50.

 **Compléter l'annexe 7** (à rendre avec la copie).

3.2 Analyser les résultats obtenus pour chaque référence. Dresser un constat et proposer une solution lorsque cela est nécessaire.

Justifier chaque réponse.

 **Répondre sur la copie.**

Par ailleurs, monsieur Nicolas vous sollicite pour lutter contre la démarque car celle-ci est en constante évolution et représente un frein à la compétitivité du magasin.

Il vous demande d'analyser la démarque sur les produits de soin du visage de la marque Nocibé car cette gamme est la plus touchée.

À partir du **document 3** et de vos connaissances :

3.3 Calculer pour les produits soin du visage de la marque Nocibé :

- le chiffre d'affaires HT,
- la démarque en valeur,
- le taux de démarque.

Détailler les calculs pour le produit Aquafocus Gel Crème Hydratant.

 **Compléter l'annexe 8** (à rendre avec la copie).

3.4 Indiquer les deux produits les plus touchés par la démarque.

 **Répondre sur la copie.**

3.5 Déterminer 3 causes possibles de la démarque de ces deux produits et proposer une solution pour réduire chaque cause.

 **Répondre sur la copie.**

Partie 4 :

La contribution à la satisfaction et à la fidélisation de la clientèle

Soucieux de fidéliser et de satisfaire la clientèle, monsieur Nicolas a réalisé une enquête auprès de 300 clients du magasin. En effet, il souhaite se démarquer des concurrents et optimiser la satisfaction clientèle.

Le but de cette étude est de mettre en évidence les points forts et les points à améliorer afin que chaque collaborateur puisse adapter ses pratiques commerciales.

TRAVAIL À FAIRE :

À partir du **document 4** :

- 4.1 Dresser le profil type du client du magasin Nocibé.

 **Répondre sur la copie.**

- 4.2 Mettre en évidence cinq points forts du point de vente.

 **Répondre sur la copie.**

- 4.3 Identifier cinq points à améliorer et proposer pour chacun d'eux une solution à envisager. Présenter le travail sous forme de tableau.

 **Répondre sur la copie.**

Monsieur Nicolas s'est fixé pour objectif d'atteindre, sur le mois de décembre 2018, un taux de clients encartés de 75 %. Pour permettre à l'équipe de relever le challenge, il organise une formation sur la carte de fidélité Nocibé et les nouveaux outils de fidélisation.

À partir des **documents 5 et 6** :

- 4.4 Lister cinq avantages proposés par la carte de fidélité Nocibé.

 **Répondre sur la copie.**

- 4.5 Identifier les nouveaux outils de fidélisation proposés par l'enseigne Nocibé et présenter les avantages pour l'enseigne Nocibé de développer ces nouveaux outils de fidélisation. Présenter le travail sous forme de tableau.

 **Répondre sur la copie.**

DOCUMENT 1 : LES INDICATEURS DE GESTION ANNUELS 2016 et 2017

	Indicateurs des magasins Nocibé de la Somme Année 2017	Indicateurs Nocibé Abbeville Année 2016	Indicateurs Nocibé Abbeville Année 2017
Surface de vente (en m ²)	198	139	139
Nombre d'entrées dans le magasin	11 022	10200	10 556
Nombre de tickets de caisse	8 100	7621	7 800
Nombre d'articles	12 000	11001	11 560
Chiffre d'affaires annuel (en €)	397 400 €	333 515 €	340 000 €

DOCUMENT 2 : LE RELEVÉ DE PRIX DE LA CONCURRENCE

Spicebomb Eau fraîche Viktor & Rolf, 90 ml

Parfum Spicebomb Eau Fraîche 90 ml Viktor & Rolf			
	82,50 € TTC	84,90 € TTC	78,80 € TTC

DOCUMENT 3 : LES PRIX DE VENTE HT ET LES QUANTITÉS VENDUES POUR LES SOINS VISAGE

Produits 	Prix de vente HT (€)	Quantités vendues
Aquafocus gel crème hydratant	19,95	215
Stick anti imperfection	12,95	165
Base magique Fluide matifiant unifiant	10,95	345

DOCUMENT 4 : LES RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE DE SATISFACTION (réalisée entre le 1^{er} et le 16 juin 2018) SUR LE MAGASIN D'ABBEVILLE

- Question 1 : Concernant les conditions d'accès au magasin (stationnement, transport en commun à proximité...), êtes-vous ?

Réponses	Réponses en %
Très satisfait(e)	68
Satisfait(e)	20
Insatisfait(e)	12

- Question 2 : Concernant les horaires d'ouverture, êtes-vous ?

Réponses	Réponses en %
Très satisfait(e)	92
Satisfait(e)	7
Insatisfait(e)	1

- Question 3 : Concernant l'accessibilité du magasin pour les personnes à mobilité réduite, êtes-vous ?

Réponses	Réponses en %
Très satisfait(e)	82
Satisfait(e)	10
Insatisfait(e)	8

- Question 4 : Qu'avez-vous l'habitude d'acheter ?

Réponses	Réponses en %
Des soins	22
Des parfums	45
Du maquillage	30
Des produits pour le bain	3

- Question 5 : En moyenne, quel budget accordez-vous par an ?

Réponses	Réponses en %
Entre 50 et 150 €	15
Entre 150 et 200 €	65
Entre 200 et 450 €	13
450 € et plus	7

- Question 6 : Sur quelles marques de parfums se portent vos préférences ?

Réponses	Réponses en %
Dior	27
Guerlain	22
Lancôme	21
Dolce Gabana	17
Diesel	13

DOCUMENT 4 : LES RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE DE SATISFACTION (suite)

- Question 7 : Êtes-vous satisfait(e) du rapport qualité/prix ?

Réponses	Réponses en %
Très satisfait(e)	78
Satisfait(e)	18
Insatisfait(e)	4

- Question 8 : Généralement, pour qui sont vos achats ?

Réponses	Réponses en %
Pour vous	52
Pour vos proches (famille)	39
Pour vos amis	9

- Question 9 : Possédez-vous une carte de fidélité Nocibé ?

Réponses	Réponses en %
Oui	63
Non	37

- Question 10 : Concernant l'ambiance magasin, êtes-vous ?

Réponses	Réponses en %
Très satisfait(e)	72
Satisfait(e)	22
Insatisfait(e)	6

- Question 11 : Êtes-vous satisfait(e) de notre prise en charge ?

Réponses	Réponses en %
Très satisfait(e)	89
Satisfait(e)	10
Insatisfait(e)	1

- Question 12 : Selon vous, quels seraient les points à améliorer chez Nocibé ?

Réponses	Réponses en %
Manque de vendeurs	31
Rupture de stock	22
Manque d'informations sur la carte	27
Animation stand maquillage	20

- Question 13 : Vous êtes :

Réponses	Réponses en %
Une femme	75
Un homme	25

- Question 14 : Votre âge se situe entre :

Réponses	Réponses en %
16 et 25 ans	22
25 et 40 ans	32
40 et 60 ans	27
60 ans et plus	19

DOCUMENT 5 : LA CARTE DE FIDÉLITÉ NOCIBÉ

Son fonctionnement.

La carte de fidélité Nocibé est entièrement gratuite. Elle vous fait bénéficier de privilèges tout au long de l'année. Au fur et à mesure de vos achats sur nocibe.fr et dans toutes les parfumeries Nocibé, vous cumulez des points fidélité : 1 € d'achat = 1 point fidélité. Dès l'atteinte des 200 points, vous bénéficierez d'un chèque fidélité de 10 € valable sur votre prochain achat. Ce chèque fidélité est valable 3 mois à compter de la date d'émission. Il existe aucune différence entre le numéro de client et le numéro de carte de fidélité ; il s'agit du même numéro.

Offre anniversaire.

Pour votre anniversaire, Nocibé vous offre le doublement de vos points relatifs à des achats effectués le mois en cours de votre anniversaire.

Obtenir ma carte de fidélité.

En magasin, lors de vos achats, vous pouvez demander votre carte de fidélité Nocibé qui est totalement gratuite. C'est le numéro client inscrit au dos de votre carte de fidélité que vous devrez renseigner lors de la création de votre espace perso. Sur le site, c'est très simple, il vous suffit de passer une commande sur nocibe.fr. Un numéro de carte de fidélité vous sera automatiquement attribué. Vous ne recevrez pas de carte de fidélité et il ne sera pas possible d'en éditer une en magasin. En magasin, vous serez immédiatement reconnu(e) lors de votre passage en caisse grâce à votre Nom+Prénom+Code postal. Vos achats seront ainsi enregistrés sur la même carte de fidélité.

J'ai perdu ma carte.

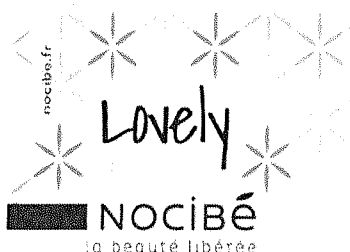
Nous vous invitons à vous rendre dans la parfumerie Nocibé la plus proche de chez vous munie de votre numéro client. Une conseillère de vente se fera un plaisir de vous offrir votre nouvelle carte fidélité Nocibé. Nous vous invitons à consulter la rubrique « Les Parfumeries » afin de connaître les adresses des parfumeries Nocibé de votre région.

Mon solde de points.

Vous pouvez consulter votre solde de points à tout moment ; pour cela, enregistrez-vous sur votre espace perso et nous vous indiquerons combien de points de fidélité vous avez cumulés lors de vos achats.

(Source : www.nocibe.fr)

DOCUMENT 6 : LES NOUVEAUX OUTILS DE FIDÉLISATION



La carte **LOVELY**

Exclusivement réservée au + de 25 ans

— VOS AVANTAGES —



VOS OFFRES COPINES

Partagez vos Lovely avantages avec vos amies ! Quand l'une d'entre elles active sa carte Lovely, vous recevez chacune -20% sur le produit de votre choix***



VOS POINTS FIDÉLITÉ

Vos achats en parfumerie et sur nocibe.fr vous rapportent des points fidélité

1€ d'achat = 1 point

200 points = 10€ de remise de fidélité

Vos points doublés pour tout achat de produits de marque Nocibé*



DES INVITATIONS PRIVILÈGES

aux soirées et événements Nocibé et des marques les plus luxueuses

x2

VOTRE ANNIVERSAIRE

Vos points fidélité sont doublés pour tous vos achats effectués le mois de votre anniversaire*



DEVENEZ "PERSONAL TESTEUSE" DU CLUB NOCI-LAB

Soyez la première à tester les produits Nocibé et ceux de marques exclusives

Nocibé sur le web

Avec **plus de 140 marques proposées et 10 000 références**, le site nocibe.fr offre un accès à toutes les grandes marques distribuées par Nocibé et propose des **services pratiques et innovants** tels que Click&Collect 2h ou la e-carte cadeau

L'**application mobile Nocibé**, disponible sur iPhone et Android, permet quant à elle d'accéder à l'univers de la beauté partout, à n'importe quel moment. Recherche du magasin le plus proche, scan de codes barre ou QR codes pour accéder à des informations produits, carte de fidélité dématérialisée, maquillage en réalité augmentée... Les outils associés à l'application Nocibé en font un véritable compagnon shopping.

Retrouvez aussi Nocibé sur les réseaux sociaux : Facebook, Twitter, Google+, Youtube et Snapchat.

NOCI-QUIZ

Au travers de ses nombreux magasins et de sa boutique en ligne, **Nocibé** commercialise des produits de beauté tendances adaptés au budget de chacun.

Afin de présenter ses coups de cœur, la parfumerie organise régulièrement un concours nommé « Mon Noci-Quiz ». Il permet aux internautes de **découvrir les produits et de tenter de les gagner**.

Il s'agit d'un **jeu hebdomadaire** composé de questions à choix multiples. Les connaissances des internautes sont testées au travers d'un petit quiz portant principalement sur le produit à gagner. Lorsque les participants répondent correctement aux questions, ils sont alors inscrits au **tirage au sort**, généralement organisé le week-end suivant. Les gagnants sont alors sélectionnés au hasard et reçoivent gratuitement l'un des lots mis en jeu à cette occasion.

C'est rapide, **gratuit et sans obligation d'achat**.

ANNEXE 1 (à compléter et à rendre avec la copie)**COMPARATIF DU MAGASIN D'ABBEVILLE AVEC LES AUTRES MAGASINS NOCIBÉ DE LA SOMME (Année 2017)**

	Indicateurs Nocibé du département de la Somme	Indicateurs Nocibé Abbeville	Écarts
Surface de vente en m²			
Chiffre d'affaires annuel en €			
Rendement au m² au €			

*Arrondir à deux chiffres après la virgule***Détail des calculs pour le rendement au m² du magasin Nocibé d'Abbeville :**

ANNEXE 2 (à compléter et à rendre avec la copie)**ANALYSE DES RÉSULTATS DU MAGASIN D'ABBEVILLE (2016 et 2017)**

	Résultats année 2016	Résultats année 2017	Taux d'évolution
Nombre d'entrées dans le magasin			(a)
Nombre de tickets de caisse			
Nombre d'articles			
Chiffre d'affaires (en €)			
Panier moyen			
	Année 2016	Année 2017	
En valeur en €	(b)		
En quantité		(c)	
Taux de transformation		(d)	

Arrondir à deux chiffres après la virgule

Détail des calculs pour les cases indiquées :

(a) Taux d'évolution du nombre d'entrées dans le magasin :

(b) Panier moyen en valeur année 2016 :

(c) Panier moyen en quantité année 2017 :

(d) Taux de transformation année 2017 :

ANNEXE 3 (à compléter et à remettre avec la copie) –

ANALYSE PAR LA MÉTHODE DES 20/80 DES DONNÉES CHIFFRÉES DES DIFFÉRENTES FAMILLES DU MAGASIN NOCIBÉ ABBEVILLE

Familles	Nombre de références magasin en 2017	Références en magasin en %	Pourcentage cumulé croissant des références en magasin	Classement décroissant du chiffre d'affaires en € en 2017	Chiffre d'affaires 2017 en %	Pourcentage cumulé croissant du chiffre d'affaires
Parfum	54	(a)		136 000		
Maquillage	20			68 000		
Soin visage	15			34 000		
Soin corps	6			34 000		
Homme	80			34 000		
Cheveux	104			13 600		
Pinceaux et accessoires	112			10 200		
Produits bain	66		(b)	10 200		
TOTAL						

Arrondir à deux chiffres après la virgule

Détail des calculs pour les cases indiquées :

(a) Références en magasin en %

(b) Pourcentage cumulé croissant des références en magasin

ANNEXE 4 (à compléter et à remettre avec votre copie)

PRIX DE VENTE DU PRODUIT TERRE D'HERMÈS EAU FRAÎCHE – TVA 20 %

Référence Produit	Prix d'achat HT €	Marge unitaire €	Prix de vente HT * €	Montant de TVA * €	Prix de vente TTC *€	Coefficient multipli- cateur **	Taux de marque * en %
THEF75 ml	35,15	19					
THEF125 ml	51,53	32,46					
THEF200 ml	68,88	48,04					

*Arrondir à deux chiffres après la virgule **Arrondir à trois chiffres après la virgule**Détails des calculs** Pour la référence THEF75

- Prix de vente HT =
- Prix de vente TTC =
- Coefficient multiplicateur =
- Taux de marque =

ANNEXE 5 (à compléter et à remettre avec votre copie)

NOUVEAU PRIX DE VENTE TTC DU PARFUM SPICEBOMB 90 ML VIKTOR & ROF

	Prix de vente TTC* €	Prix de vente HT* €	Prix d'achat HT* €	Marge* €	Taux de marque* en %
Ancien prix	83,70	69,75	42,66	27,09	38,83
Nouveau prix			42,66		

*Arrondir à deux chiffres après la virgule**ANNEXE 6 (à compléter et à remettre avec votre copie)**

CALCUL DU PRIX COÛTANT

	Prix achat HT*€	Marge *€	Prix de vente HT *€	Prix de vente TTC PRIX COUTANT * €
Nouveau prix	42,66			
Détail calcul Prix de vente TTC PRIX COÛTANT = 				

*Arrondir à deux chiffres après la virgule

ANNEXE 7 (à compléter et à remettre avec votre copie) GESTION DES STOCKS DES EAUX FRAÎCHES. Période Juin 2017

Références produits	Stock début juin	Stock fin juin	Quantités achetées Juin	Quantités vendues Juin	Stock moyen*	Coefficient de rotation* (mensuel)	Durée de rotation* (en jours)
PRNGEF50 Petite Robe noire Guerlain	10	20	70				
JPGWWEF50 JP Gauthier Wonder Woman	10	0	120				
THFEF50 Terre d'Hermès	10	8	4				

Détails des calculs Réf JPGWWEF50 :
Quantités vendues :

Stock moyen :

Coefficient de rotation :

Durée de rotation :

*Arrondir à deux chiffres après la virgule

ANNEXE 8 (à compléter et à remettre avec votre copie)
DÉMARQUE RÉFÉRENCES SOINS VISAGE (MARQUE NOCIBÉ)

Produits	Démarque en quantité	Chiffre d'affaires HT* en euros	Démarque en valeur*	Taux de démarque* En %
Aquafocus gel crème hydratant	5			
Stick anti imperfection	12			
Base magique Fluide matifiant unifiant	20			
Total famille				

Détails des calculs Produit Aquafocus Gel Crème Hydratant

Chiffre d'affaires HT :

Démarque en valeur :

Taux de démarque :

*Arrondir à deux chiffres après la virgule