Ce document a été mis en ligne par l'organisme FormaV®.

Toute reproduction, représentation ou diffusion, même partielle, sans autorisation préalable, est strictement interdite.

Pour en savoir plus sur nos formations disponibles, veuillez visiter :
formav.co/explorer

U4 - Management et Gestion des Unités Commerciales (Épreuve E4, Unité 4)

Session 2017 • Code sujet : **MUMGUC** • Durée : **5 heures** • Coefficient : **4**

Sommaire

Cliquez sur une partie pour y accéder directement

1. Les performances du secteur décoration (2 questions) **Page 3**

2. La gestion de l'équipe du secteur décoration (7 questions) **Page 5**

3. L'opération « PODIUM DÉCORATION » (5 questions) **Page 8**

4. Ce qu'il faut retenir & Questions fréquentes (FAQ) (Synthèse & Q&A Examen) **Page 11**

Sujet officiel (PDF) : https://coursbtsmco.fr/assets/annales/bts-mco/E4.1 - Développement de la relation client et vente conseil/2017/BTS MCO - E4.1 - Développement de la relation client et vente conseil - Session 2017 - 1-Sujet.pdf

1. Les performances du secteur décoration

Au magasin Leroy Merlin de Jaux, Mme SPARTZ souhaite étudier les performances du secteur décoration, qui regroupe les rayons peinture, décoration et éclairage. Les chiffres d'affaires, coûts d'achat et passages en caisse de 2015 et 2016 servent à construire un tableau de bord et à analyser les résultats dans un contexte de concurrence accrue.

Question 1.1. Construisez et complétez un tableau de bord des performances du secteur décoration en utilisant les indicateurs que vous jugez pertinents.

Le tableau compare 2016 à 2015. La marge commerciale est égale au CA HT moins le coût d'achat des marchandises vendues. Les taux de marque sont calculés sur le CA 2016 ; les évolutions sont rapportées aux valeurs de 2015.

Unité	CA 2016 (k€)	Évolution du CA	Marge commerciale 2016 (k€)	Taux de marque 2016	Évolution des passages en caisse
Magasin de Jaux	65 223	+1,93 %	15 110	23,17 %	+3,80 %
Secteur décoration	13 537	+2,66 %	4 046	29,89 %	+3,53 %
Peinture	7 783	+2,46 %	2 302	29,58 %	+2,77 %
Décoration	2 834	-4,32 %	866	30,56 %	-4,03 %
Éclairage	2 920	+11,11 %	878	30,07 %	+8,69 %

Formules : évolution = (valeur 2016 - valeur 2015) / valeur 2015 × 100 ; taux de marque = marge commerciale / CA × 100. Le tableau met en évidence des résultats contrastés selon les rayons.

> ✓ RÉPONSE À RETENIR
>
> Secteur décoration en 2016 : CA 13 537 k€, marge commerciale 4 046 k€, taux de marque 29,89 %, passages en caisse en hausse de 3,53 %.

Question 1.2. Analysez les performances commerciales et financières du secteur décoration et de ses rayons au regard de la situation concurrentielle.

Le secteur gagne du chiffre d'affaires, mais sa fréquentation progresse moins vite que celle du magasin. Sa marge commerciale augmente moins vite que ses ventes, tandis que le coût d'achat croît davantage : le taux de marque se contracte. Les résultats par rayon confirment des dynamiques très différentes.

Unité	Évolution du CA	Évolution des passages	Évolution de la marge commerciale
Magasin de Jaux	+1,93 %	+3,80 %	+1,37 %
Secteur décoration	+2,66 %	+3,53 %	+1,79 %
Peinture	+2,46 %	+2,77 %	+0,79 %
Décoration	-4,32 %	-4,03 %	-3,35 %
Éclairage	+11,11 %	+8,69 %	+10,44 %

- Éclairage est le moteur de croissance ; peinture progresse plus modestement.

- Décoration recule en ventes, en fréquentation et en marge : une relance ciblée est prioritaire.

Face au projet d'implantation concurrente en zone primaire et à la concurrence de Saint-Maximin/Creil, il faut soutenir l'attractivité du secteur et surveiller les marges.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Éclairage tire le secteur vers le haut ; décoration doit être relancé. La progression du CA du secteur ne compense pas l'érosion du taux de marque.

2. La gestion de l’équipe du secteur décoration

La responsable du secteur décoration demande de l’aide pour évaluer les besoins en personnel, les heures disponibles et les solutions managériales adaptées au fonctionnement de l’équipe. Le dossier comprend aussi le recrutement d’un nouveau conseiller de vente et l’organisation du planning du rayon éclairage selon les contraintes de service et de travail indiquées.

Question 2.1. Calculez le nombre d’heures de travail nécessaires pour assurer la qualité de service à la clientèle.

Chaque heure de vente est multipliée par l’effectif minimal correspondant au degré de flux. On ajoute les heures de mise en rayon : 6 h le lundi et 3 h chaque autre jour.

Jour	Calcul du besoin	Heures
Lundi	11 × 2 + 3 × 2	28 h
Mardi	4 × 2 + 7 × 3 + 3	32 h
Mercredi	4 × 3 + 7 × 4 + 3	43 h
Jeudi	4 × 2 + 7 × 3 + 3	32 h
Vendredi	4 × 3 + 7 × 4 + 3	43 h
Samedi	11 × 4 + 3	47 h

Le besoin de présence pour conseiller la clientèle et remplir les rayons totalise donc 225 heures par semaine.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Besoin hebdomadaire : 225 heures.

Question 2.2. Déterminez si le potentiel d’heures de travail actuellement disponibles est suffisant.

Le potentiel disponible se calcule en additionnant les heures contractuelles des six conseillers du secteur décoration. Il faut le comparer aux 225 heures hebdomadaires nécessaires pour assurer la présence minimale définie par les flux et la mise en rayon. Le volume disponible est inférieur au besoin : les plannings actuels ne permettent donc pas d’assurer seuls la qualité de service attendue.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> 167 h disponibles contre 225 h nécessaires : déficit de 58 h par semaine. Le potentiel est insuffisant.

Question 2.3. Présentez les avantages et les inconvénients des solutions managériales possibles pour répondre aux contraintes de fonctionnement de l’équipe.

Les solutions doivent tenir compte des pics de fréquentation, du coût et de la continuité du service. Le recrutement apporte un renfort durable, mais augmente les coûts fixes et demande du temps. Un CDD ou l’intérim répond plus rapidement à un besoin ponctuel, avec une intégration à prévoir. La polyvalence et la réorganisation des plannings améliorent la couverture des pics, mais peuvent reporter la charge sur d’autres rayons. Les heures supplémentaires sont rapides à mobiliser, mais entraînent fatigue et surcoût, et ne sont pas possibles dans le rayon Éclairage selon l’annexe 7.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Associer un renfort adapté à la durée du besoin et une réorganisation des plannings fondée sur la polyvalence.

Question 2.4. Élaborez et complétez un outil de classement des candidatures au poste proposé.

La grille compare les candidatures aux exigences du poste et cible particulièrement les compétences utiles au rayon Éclairage : vente, connaissance des produits techniques, conseil, autonomie et intégration à l'équipe. Le classement privilégie l'adéquation au rayon, tout en tenant compte des éléments des CV, lettres et entretiens.

Critère	Éric Hochet	Hoa Tran	Maëlle Charbonnier
Formation et expérience	BTS MUC ; bricolage et quincaillerie	Bac pro vente ; vente décoration et responsabilité de magasin	BTS NRC, bac pro ; expériences de vente variées
Adéquation produits Éclairage	Bonne connaissance des produits techniques d'électricité	Bonne connaissance des produits de décoration	Aucune connaissance du secteur signalée
Relation client et équipe	Aisance verbale, autonomie, bonne intégration	Écoute, qualités relationnelles, sociabilité ; certaine timidité	Difficultés relationnelles et intégration plus lente
Classement proposé	1er	2e	3e

✓ **RÉPONSE À RETENIR**

Classement proposé : 1. Éric Hochet ; 2. Hoa Tran ; 3. Maëlle Charbonnier.

Question 2.5. Choisissez la candidate ou le candidat à retenir et justifiez votre réponse à partir des éléments du dossier de recrutement.

Je retiens Éric Hochet : son expérience en quincaillerie et en magasin de bricolage, ainsi que ses connaissances des produits techniques d'électricité, correspondent directement au rayon Éclairage. Son BTS MUC, son aisance verbale, son autonomie et sa capacité à s'intégrer à une équipe confortent ce choix. Hoa Tran présente une expérience solide en décoration et de bonnes qualités relationnelles, mais son expertise est moins ciblée sur les produits d'éclairage.

✓ **RÉPONSE À RETENIR**

Candidat retenu : Éric Hochet, pour son expérience en bricolage et ses connaissances des produits électriques.

Question 2.6. Construisez le planning du rayon éclairage en intégrant la nouvelle personne recrutée. Qu'en déduisez-vous ?

Le tableau donne les besoins de présence par jour, mise en rayon comprise. Le salarié recruté apporte 24,5 h au rayon Éclairage, car 30 % de son contrat de 35 h sont affectés aux autres rayons. L'équipe mobilisable totalise 108,5 h, contre un besoin de 112 h. On ne peut donc pas établir un planning couvrant intégralement les besoins sans renfort ou réorganisation : le manque hebdomadaire est de 3,5 h.

Jour	Besoin minimal
Lundi	17 h
Mardi	14 h
Mercredi	21 h
Jeudi	14 h
Vendredi	21 h
Samedi	25 h
Total	112 h

✓ **RÉPONSE À RETENIR**

Besoin : 112 h ; potentiel en Éclairage : 108,5 h. Le planning est déficitaire de 3,5 h par semaine.

Question 2.7. Proposez une solution qui respecte les contraintes de présence de la nouvelle personne recrutée au sein du rayon éclairage.

Respecter la répartition contractuelle du nouveau salarié : 70 % de son temps au rayon Éclairage et 30 % dans les autres rayons, soit 24,5 h et 10,5 h par semaine. Pour que ses journées au rayon suivent autant que possible des blocs de 7 h, prévoir trois journées de 7 h et une séquence de 3,5 h en Éclairage. Réorganiser les horaires des conseillers et demander 3,5 h de renfort polyvalent pour combler le déficit, sans heures supplémentaires et en respectant les jours de repos.

✓ **RÉPONSE À RETENIR**

Affecter le nouveau salarié 24,5 h en Éclairage et 10,5 h dans les autres rayons, avec 3,5 h de renfort polyvalent.

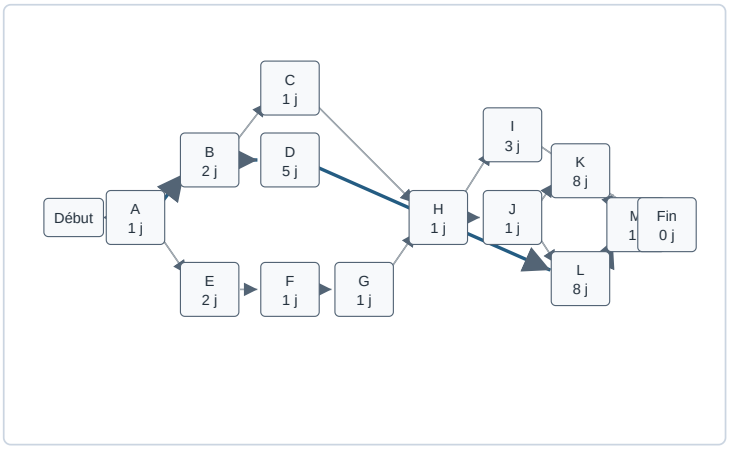
3. L’opération « PODIUM DÉCORATION »

À l’approche de l’été, le magasin prépare une animation commerciale de huit semaines pour développer les ventes des gammes de décoration et de rénovation. Le dossier demande d’ordonnancer les tâches, de calculer le coût de la communication, puis d’évaluer le résultat prévisionnel et le seuil de rentabilité.

Question 3.1. Présentez un schéma d’ordonnancement des tâches liées à l’opération et indiquez la durée minimale de préparation du « PODIUM DÉCORATION ».

Le schéma reprend les tâches, leurs durées et toutes les antériorités de l’annexe 8. Le chemin le plus long est A-B-D-L-M : ses tâches déterminent la durée minimale et ne peuvent être retardées sans décaler le début du podium. La tâche N marque le début de l’opération, après les tâches I et M, et sa durée est nulle. La préparation nécessite donc 17 jours au minimum.

Ordonnancement du PODIUM DÉCORATION



Les tâches et leurs durées sont indiquées dans les nœuds. Le chemin critique A-B-D-L-M est mis en évidence.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Durée minimale de préparation : 17 jours.

Question 3.2. Indiquez les tâches de la préparation pour lesquelles un retard est à éviter. Déterminez le retard que peut prendre la préparation de la campagne de communication locale.

Les tâches à marge nulle sont A, B, D, L et M : leur retard décale le début du podium. Pour la campagne locale, la chaîne E-F-G dure 4 jours après A, tandis que la branche B-C qui rejoint H dure 3 jours après A. La campagne peut donc être retardée d’un jour au maximum sans retarder la suite du planning.

Élément	Conclusion
Tâches à ne pas retarder	A, B, D, L et M
Marge de la campagne E-F-G	1 jour

Tâches critiques et marge de la campagne locale

Élément	Durée / marge
Chemin critique	A-B-D-L-M : 17 jours
Campagne locale E-F-G	4 jours, marge : 1 jour

La campagne peut glisser d’un jour avant de retarder les tâches suivantes.

✓ RÉPONSE À RETENIR

Tâches critiques : A-B-D-L-M. La campagne locale peut prendre au maximum 1 jour de retard.

Question 3.3. Calculez le coût de la communication pour l'opération « PODIUM DÉCORATION ».

La zone de chalandise compte 350 000 habitants et Mme SPARTZ estime que le catalogue numérique en touchera 6 %, soit 21 000 consultations. Ce volume relève de la tranche « à partir de 20 000 consultations », facturée 0,21 € par consultation. Le coût variable de diffusion est complété par le forfait de réalisation de la maquette de 350 € HT.

Calcul	Montant
Consultations estimées : 350 000 × 6 %	21 000 consultations
Diffusion : 21 000 × 0,21 €	4 410 € HT
Réalisation de la maquette	350 € HT
Coût total	4 760 € HT

Budget de communication du podium

Poste	Calcul	Coût HT
Consultations estimées	350 000 × 6 %	21 000 consultations
Coût de diffusion	21 000 × 0,21 €	4 410 €
Conception de la maquette	Forfait	350 €
Total		4 760 €

Tarif applicable : 0,21 € par consultation à partir de 20 000 consultations.

✓ RÉPONSE À RETENIR

Coût prévisionnel de la communication : 4 760 € HT.

Question 3.4. Calculez le résultat prévisionnel de l'opération et présentez vos calculs dans un tableau.

La marge commerciale est calculée à partir du taux de marque de 32 %. La rémunération brute est majorée de 30 % de charges sociales. Les primes et les charges diverses sont variables et calculées sur le chiffre d'affaires prévisionnel. Après déduction de ces charges et du coût de communication, l'opération dégage un résultat positif.

Élément	Formule	Montant
Chiffre d'affaires HT	Donnée prévisionnelle	92 000 €
Marge commerciale	92 000 × 32 %	29 440 €
Rémunération chargée	4 050 + (4 050 × 30 %)	5 265 €
Communication	Calcul de la question 3.3	4 760 €
Primes variables	92 000 × 1,5 %	1 380 €
Charges diverses variables	92 000 × 2,5 %	2 300 €
Résultat prévisionnel	29 440 - 5 265 - 4 760 - 1 380 - 2 300	15 735 €

Résultat prévisionnel du PODIUM DÉCORATION

Éléments	Calcul	Montant
Marge commerciale	92 000 × 32 %	29 440 €
Rémunération et charges sociales	4 050 + (4 050 × 30 %)	5 265 €
Communication	Coût calculé à la question 3.3	4 760 €
Primes variables	92 000 × 1,5 %	1 380 €
Charges diverses variables	92 000 × 2,5 %	2 300 €
Résultat prévisionnel	29 440 - 5 265 - 4 760 - 1 380 - 2 300	15 735 €

Résultat calculé après déduction des charges de l'opération de la marge commerciale.

✓ RÉPONSE À RETENIR

Résultat prévisionnel : bénéfice de 15 735 €.

Question 3.5. Déterminez le seuil de rentabilité de cette opération et justifiez vos calculs.

Le coût d'achat représente 68 % du chiffre d'affaires, car le taux de marque est de 32 %. Les charges variables supplémentaires représentent 1,5 % + 2,5 % du chiffre d'affaires. Le taux de marge sur coûts variables est donc de 28 %. Les coûts fixes regroupent la rémunération chargée et la communication. Le seuil de rentabilité est obtenu en divisant ces coûts fixes par le taux de marge sur coûts variables.

Étape	Formule	Montant / taux
Coût d'achat des marchandises	92 000 × 68 %	62 560 €
Charges variables d'exploitation	1 380 + 2 300	3 680 €
Marge sur coûts variables	92 000 - 62 560 - 3 680	25 760 €, soit 28 % du CA
Coûts fixes	5 265 + 4 760	10 025 €
Seuil de rentabilité	10 025 ÷ 28 %	35 803,57 € HT

Calcul du seuil de rentabilité

Indicateur	Valeur
Coûts fixes	10 025 €
Taux de marge sur coûts variables	28 %
Seuil de rentabilité	35 803,57 € HT

L'opération devient rentable lorsque le chiffre d'affaires dépasse ce seuil.

✓ RÉPONSE À RETENIR

Seuil de rentabilité : environ 35 804 € de chiffre d'affaires HT.

Ce qu'il faut retenir de ce sujet (Session 2017)

Bilan de l'épreuve : Épreuve E4 de BTS Management des Unités Commerciales, session 2017, code MUMGUC, d'une durée de 5 heures et de coefficient 4. Le sujet porte sur le secteur décoration du magasin Leroy Merlin de Jaux et la préparation d'un podium commercial. Il évalue l'analyse des performances, la gestion d'équipe, le recrutement, la planification et l'analyse de rentabilité.

Notions-clés, formules & règles à maîtriser

- Le taux d'évolution se calcule ainsi : (valeur d'arrivée - valeur de départ) / valeur de départ × 100.
- La marge commerciale est égale au chiffre d'affaires moins le coût d'achat des marchandises vendues.
- Le seuil de rentabilité est atteint lorsque le résultat est nul : charges fixes / taux de marge sur coûts variables.
- Le chemin critique regroupe les tâches dont la marge totale est nulle ; tout retard sur ces tâches retarde la fin du projet.

Points de vigilance & attentes du jury

- Distinguez les données du magasin, du secteur et de chaque rayon avant de calculer les indicateurs.
- Pour les besoins horaires, prenez en compte les degrés d'affluence, les présences minimales et le remplissage du rayon.
- Vérifiez les jours de repos, les durées quotidiennes et les contraintes de présence dans le planning.
- Pour la rentabilité, distinguez charges fixes et variables et présentez les formules, étapes et unités.

Questions fréquentes sur cette épreuve (Q&A Examen)

Q : Comment construire un tableau de bord de performances à partir des données du sujet ?

Choisissez des indicateurs liés aux ventes, à la marge et à la fréquentation. Calculez-les pour les périodes disponibles, comparez leur évolution entre le secteur et ses rayons, puis présentez les résultats avec des unités et des commentaires adaptés.

Q : Comment repérer les tâches critiques dans le planning du podium ?

Représentez les tâches avec leurs durées et leurs antériorités. Calculez les dates au plus tôt et au plus tard, puis déterminez les marges. Les tâches dont la marge totale est nulle forment le chemin critique et ne doivent pas être retardées.

Q : Comment organiser son temps sur cette épreuve de cinq heures ?

Répartissez le temps entre les trois dossiers selon leur barème indicatif : 15, 35 et 25 points, auxquels s'ajoutent 5 points de forme. Gardez une marge finale pour vérifier les calculs, les tableaux et la présentation.

Q : Quels éléments faut-il faire apparaître pour que les calculs soient évaluables ?

Présentez les formules, les données utilisées, les étapes de calcul et les unités. Reliez vos conclusions aux données du sujet. Le barème est indicatif par dossier et le sujet attribue également des points à la forme.

Sujet officiel associé (PDF) : https://coursbtsmco.fr/assets/annales/bts-mco/E4.1 - Développement de la relation client et vente conseil/2017/BTS MCO - E4.1 - Développement de la relation client et vente conseil - Session 2017 - 1-Sujet.pdf
Ressources BTS Management Commercial Opérationnel : Toutes les annales & corrigés • Fiches de révision complètes • Simulateur de notes d'examen

Copyright © 2027 FormaV®. Tous droits réservés.

FormaV® est une marque déposée auprès de l'INPI sous le numéro 5227897.

Ce document a été élaboré par FormaV® avec le plus grand soin afin d'accompagner chaque apprenant vers la réussite de ses examens. Son contenu (textes, graphiques, méthodologies, tableaux, exercices, concepts, mises en forme) constitue une œuvre protégée par le droit d'auteur.

Toute copie, partage, reproduction, diffusion ou mise à disposition, même partielle, gratuite ou payante, est strictement interdite sans accord préalable et écrit de FormaV®, conformément aux articles L.111-1 et suivants du Code de la propriété intellectuelle. Dans une logique anti-plagiat, FormaV® se réserve le droit de vérifier toute utilisation illicite, y compris sur les plateformes en ligne ou sites tiers.

En utilisant ce document, vous vous engagez à respecter ces règles et à préserver l'intégrité du travail fourni. La consultation de ce document est strictement personnelle.

Merci de respecter le travail accompli afin de permettre la création continue de ressources pédagogiques fiables et accessibles.