



**Jeudi 23 Mars 2006 - 8^{ème} de Finale
17^{ème} Challenge de Négociation Commerciale**

LES NEGOCIALES

CAS ACHETEUR

Monsieur ou Madame Loiseau est directeur(trice) de l'hypermarché Auchan Tomblaine. Il reçoit le jeune manager du rayon télévision.

L'objet de l'entretien est la demande du report de l'opération « Tout à 1 € » prévue semaine 17, qui est la 4^{ème} semaine d'avril 2006. Nous sommes le 10 avril au matin.

La politique d'Auchan Tomblaine est d'être le moins cher sur sa zone de chalandise. Aussi, le saisonnier « Tout à 1 € » est générateur d'image prix et de chiffre d'affaires avec une bonne marge commerciale.

L'opération mobilise trois saisonniers de l'allée centrale pendant une semaine et doit générer 55.000 € de chiffre d'affaires^{TTC}.

Le directeur apprécie le dynamisme de son manager de rayon mais émet certaines réserves.

- Le report de l'opération « Tout à 1 € » altère l'image prix du magasin
- La modification perturbe le calendrier des opérations et désorganise les autres collègues.
- L'improvisation risque de nuire à la qualité de la mise en scène de l'opération substituée.
- Les coûts liés à la nouvelle opération doivent être maîtrisés.
- L'événement doit être cohérent par rapport à la politique du point vente.

La décision prendra en compte trois aspects de l'opération :

- ✓ le chiffre d'affaires et la rentabilité,
- ✓ le management,
- ✓ la gestion, surtout en terme de communication.

1. ACTIVITE DU RAYON TELEVISION

Il faut distinguer l'activité du fond de rayon et les opérations saisonnières. Le samedi 08 avril, au soir, le chiffre d'affaires réalisé, pour l'ensemble du rayon, est de 10.000 €^{TTC}, l'objectif du mois étant de 70.000 €^{TTC}.

Une opération « Allée Centrale » est composée d'espace saisonnier négociable avec le directeur. La dernière avait occupée un demi saisonnier (1 saisonnier = 9 éléments de 1,33 mètres soit 12 mètres de linéaire au sol) pour un chiffre d'affaires de 15.000 €^{TTC}.



✓ Planning des opérations:

Semaine	Opération Prévues	Intérêt pour le magasin
15	Textile	Fréquentation CA
16	Foire au Vins	Fréquentation Courant d'achat incontournable
17	Opération à 1 €	Fréquentation Image Prix

Il s'agit de substituer l'opération « Regardez la Coupe du Monde à la télévision » à l'opération « Tout à 1 € ».

L'élasticité des ventes promet d'être à la hauteur de l'événement et des moyens déployés.

Par comparaison, pour la dernière opération, les ventes ont progressé de 300 % par rapport à la moyenne hebdomadaire qui est de 4.500 €^{TTC}, uniquement pour les télévisions, malgré un demi saisonnier. Le maximum peut aller jusqu'à 700 %.

La 4^{ème} semaine du mois est la meilleure en terme de chiffre d'affaires.

2. LE MANAGEMENT DU RAYON TELEVISION

L'équipe est constituée de 4 employés libre service. L'activité de fond de rayon nécessite deux personnes en permanence. Les horaires du point de vente sont de 08H00 jusqu'à 21h00.

L'opération saisonnière dure 6 jours ; du mardi au mardi (fermeture hebdomadaire le dimanche)

Le temps de travail hebdomadaire est de 35 heures, avec une limite de 10 heures de travail consécutif par jour.

Il faut prévoir un animateur pour le saisonnier ainsi que 40 heures de montage et 10 heures de démontage.



3. LA GESTION DU RAYON

Les achats représentent 120% du chiffre d'affaires prévu. Ils s'effectuent à la centrale Auchan. Le magasin ne négocie pas avec les fournisseurs.

Le stock initial est de 15.000 € en coût d'achat HT. La marge commerciale avant est de 8 %, le coût du stock est de 2,3 % des achats (taux annuel)

Une pleine page couleur, dans l'Est Républicain, coûte 5.100 €^{TTC} financée par le directeur afin d'organiser une promotion prix barrés sur les téléviseurs.

Le coût horaire d'un employé libre service est de 10 € de l'heure (salaire brut + charges patronales)

Le tarif horaire d'un intérimaire est de 20 €^{TTC}.

Il faut prévoir l'intervention du service décoration de l'hypermarché.

Ne pas oublier de demander la PLV des fournisseurs télévision et des opérateurs de chaînes cryptées.

En conclusion, il s'agit de promouvoir le rayon télévision face aux intérêts du magasin et de l'enseigne à travers la négociation entre le chef de rayon et le directeur de l'hypermarché.

Plus précisément, comment choisir entre l'opération « Tout à 1 € » déjà planifiée et l'opération « Regarder la Coupe du Monde à la télévision » imprévue.