













Sommaire





DOSSIER	COMPÉTENCES PROFESSIONNELLES	SAVOIRS ASSOCIÉS
Partie 1 L'environnement du point de vente		
1 La démarche qualité 	5 C.2.4. Participer à la gestion et à la prévention des risques C.2.4.1. Appliquer les règles d'hygiène et de sécurité liées au personnel et aux clients C.2.4.2. Appliquer les règles d'hygiène et de sécurité liées aux produits, aux équipements et aux locaux ■ Objectif bac : épreuve E3	S.2.5.2. La démarche « qualité » → Préciser les caractéristiques d'une démarche qualité pour l'unité commerciale
2 L'hygiène et la sécurité liées aux locaux, équipements et produits 	17 C.2.4.2. Appliquer les règles d'hygiène et de sécurité liées aux produits, aux équipements et aux locaux ■ Objectif bac : épreuve E3	S.2.5.1. La réglementation en matière d'hygiène et de sécurité → L'hygiène et la sécurité des locaux et des matériels, en relation avec les produits et services vendus S.2.5.3. Les instances de contrôle → Les instances internes → Les instances externes
3 L'hygiène et la sécurité liées au personnel et aux clients 	29 C.2.4.1. Appliquer les règles d'hygiène et de sécurité liées au personnel et aux clients ■ Objectif bac : épreuve E3	S.2.5.1. La réglementation en matière d'hygiène et de sécurité → L'hygiène et la sécurité des personnels S.2.5.3. Les instances de contrôle → Les instances internes → Les instances externes
4 La zone de chalandise et son potentiel 	41 C.2.3.2. Mesurer l'attractivité d'une unité commerciale ■ Objectif bac : épreuve E3	S.1.1.1. Le marché (l'offre) : la concurrence de l'unité commerciale
Partie 2 Le merchandising		
5 L'organisation de l'espace de vente 	53 C.1.1.1. Identifier l'organisation de l'espace de vente C.2.2 Gérer les produits dans l'espace de vente ■ Objectif bac : épreuve E1	S.2.3 Le merchandising → Identifier l'organisation du point de vente (surface du magasin, surface de vente, surface des réserves, des laboratoires) → Définir les différentes zones de l'espace de vente (zone chaude, zone froide, zone de circulation) → Identifier les critères de répartition (coefficient d'occupation des sols)
6 Le produit dans le linéaire 	65 C.2.2.1. Implanter les produits C.2.2.2. Garantir l'état marchand des produits ■ Objectif bac : épreuve E1	S.2.3. Le merchandising → L'implantation des linéaires → Les produits dans le linéaire
7 La réimplantation 	77 C.2.2.1. Implanter les produits C.2.2.2. Garantir l'état marchand des produits ■ Objectif bac : épreuve E1	S.2.3. Le merchandising → L'implantation des linéaires → Les produits dans le linéaire
Partie 3 La gestion commerciale des produits		
8 La politique de prix 	89 C.2.2.3. Participer à la gestion des produits ■ Objectif bac : épreuve E1	S.1.2.2. Le prix S.2.1.4. Le prix de vente → La stratégie de fixation de prix → Les éléments de fixation du prix de vente
9 La réception des marchandises 	101 C.2.1.4. Réceptionner les produits C.2.1.5. Effectuer les opérations de contrôle ■ Objectif bac : épreuve E3	S.2.1.3. La réception → Les opérations de réception S.2.2.1. Le cadre de la gestion des stocks
Partie 4 La gestion des stocks		
10 L'approvisionnement du point de vente 	113 C.2.1.1. Participer à l'approvisionnement C.2.1.3. Préparer la commande C.2.1.4. Réceptionner les produits ■ Objectif bac : épreuve E3	S.2.1.1. L'approvisionnement → Le choix des fournisseurs S.4.2. Les applications dédiées à la gestion de l'unité commerciale → Les logiciels de gestion commerciale

11 Le suivi et l'analyse des stocks 125 	C.2.2.4. Gérer les stocks ■ Objectif bac : épreuve E1	S.2.2.2. La gestion économique des stocks → Identifier les ratios de suivi des stocks : – stock moyen – coefficient de rotation – durée de stockage – vitesse de rotation et indiquer leur utilité → Vérifier la performance des produits composant le stock (les 20/80)
12 L'inventaire 137 	C.2.2.5. Participer à la préparation et à la réalisation de l'inventaire ■ Objectif bac : épreuve E1	S.2.2.2. La gestion économique des stocks
13 La démarque et son traitement 149 	C.2.2.5. Participer à la préparation et à la réalisation de l'inventaire ■ Objectif bac : épreuve E1	S.2.2.2. La gestion économique des stocks → La démarque

Partie 5 Les indicateurs de gestion commerciale

14 Les indicateurs de gestion du rayon et du linéaire 161 	C.3.2. Mesurer l'attractivité ■ Objectif bac : épreuve E1	S.2.4. Les indicateurs de gestion → Définir les indices pertinents → Préciser l'importance de la contribution des produits aux résultats du linéaire
15 L'analyse et le suivi des ventes 173 	C.2.2.3. Participer à la gestion des produits ■ Objectif bac : épreuve E1	S.2.4. Les indicateurs de gestion → Les performances du linéaire → L'analyse des ventes
16 Les performances commerciales du point de vente 185 	C.2.3.2. Mesurer l'attractivité d'une unité commerciale ■ Objectif bac : épreuve E1	S.2.4. Les indicateurs de gestion : l'analyse des ventes → Définir les indices pertinents selon l'activité et la nature du point de vente → En indiquer les principes de calcul et préciser l'intérêt de les rapprocher des indicateurs de la profession et/ou de l'enseigne → Identifier les méthodes d'analyse des ventes par produit et par famille de produits → Caractériser les outils d'analyse des ventes : panier moyen, indice d'achat, ventilation du chiffre d'affaires par famille, par rayon, par saison...
17 Le tableau de bord 197 	C.2.3.3. Comparer les objectifs aux réalisations ■ Objectif bac : épreuve E1	S.2.4. Les indicateurs de gestion → Identifier les informations pertinentes d'un tableau de bord : réel, période de référence, gestion produit...

Se préparer à l'examen

Cas n° 1 La gestion des stocks 209 	C.2.2.4. Gérer les stocks C.2.2.5. Participer à la préparation et à la réalisation de l'inventaire ■ Objectif bac : épreuve E1	S.2.2. La gestion des stocks S.2.2.1. Le cadre de la gestion des stocks S.2.2.2. La gestion économique des stocks → Le suivi de stock → La démarque
Cas n° 2 La gestion des produits dans l'espace de vente 217 	C.2.2.2. Garantir l'état marchand des produits C.2.2.3. Participer à la gestion des produits C.3.2. Mesurer l'attractivité ■ Objectif bac : épreuve E1	S.2.3. Le merchandising → L'implantation des linéaires → Les produits dans le linéaire S.2.4. Les indicateurs de gestion → Les performances du linéaire → L'analyse des ventes
Cas n° 3 L'analyse et le suivi des performances de l'unité commerciale 225  T-shirt-Maout	C.2.3.2. Mesurer l'attractivité d'une unité commerciale ■ Objectif bac : épreuve E1	S.2.4. Les indicateurs de gestion : l'analyse des ventes → Définir les indices pertinents selon l'activité et la nature du point de vente → En indiquer les principes de calcul et préciser l'intérêt de les rapprocher des indicateurs de la profession et/ou de l'enseigne → Identifier les méthodes d'analyse des ventes par produit et par famille de produits → Caractériser les outils d'analyse des ventes : panier moyen, indice d'achat, ventilation du chiffre d'affaires par famille, par rayon, par saison...
Cas n° 4 La gestion de l'unité commerciale 233 	C.2.3.1. Mesurer les performances commerciales du magasin C.3.2. Mesurer l'activité du magasin ■ Objectif bac : épreuve E1	S.1.1.1. Le marché → Caractériser les différents types de clientèle → Définir le concept de zone de chalandise S.2.4. Les indicateurs de gestion → Caractériser les outils d'analyse des ventes : panier moyen, ventilation du chiffre d'affaires par types de clientèle...