

Fiche 1

CHECK LIST DOSSIER D'ACRC. DOCUMENTS A RASSEMBLER

Nom et prénom :

Groupe :

Nom de l'entreprise et localisation :

Eléments	Intitulé de l'annexe présentée	Origine (source)	Commentaires professeur
<p><u>Fiche UC</u> (3 pages)</p> <p>1-Identification de l'unité commerciale :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Le réseau : <ul style="list-style-type: none"> - Présentation du groupe - CA, nombre d'unités commerciales - Part de marché national et international - Historique - Multicanal - Degré d'autonomie de l'unité commerciale • Taille de l'unité commerciale locale : <ul style="list-style-type: none"> - Chiffre d'affaires - Part de marché • Zone de chalandise : <ul style="list-style-type: none"> - Lieu d'implantation - Concurrence - Nombre de clients et cible - Segments de clientèle - Différentes zones - Composition sociodémographique <p>2-Organisation de l'unité commerciale</p> <ul style="list-style-type: none"> • Structure : <ul style="list-style-type: none"> - Organigramme des différents services - Composition de l'équipe commerciale (statut et nombre) - Profil de l'équipe (âge, ancienneté, qualification) • Management de l'équipe : <ul style="list-style-type: none"> - Missions du manager - Style de management - Répartition des tâches et planning de répartition - Outils informatiques et de 			

<p>communication utilisés (logiciel, travail collaboratif...)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Indicateurs du tableau de bord - Règlement intérieur et convention collective - Protection contre les risques ● L'équipe commerciale : <ul style="list-style-type: none"> - Mission des membres de l'équipe - Mode de recrutement - Mode d'évaluation de l'équipe et de formation - Outils de motivation et de rémunération de l'équipe 			
Eléments	Annexes présentées	Origine (source)	Corrigé
<p><u>Fiche UC (3 pages)</u></p> <p>3-Le fonctionnement de l'unité commerciale</p> <ul style="list-style-type: none"> ● L'offre : <ul style="list-style-type: none"> - Structure de l'assortiment, produits et marques - Exposition des produits (verticale, horizontale, par niveaux) ● Agencement du point de vente : <ul style="list-style-type: none"> - Taille de la surface (en m²) - Répartition des différents espaces ou univers (en produits et services et m²) et du back-office ● Repérage et facteurs d'ambiance: <ul style="list-style-type: none"> - Horaires d'ouverture - Signalétique et PLV - Etiquetage des produits - Eclairage et sens de circulation - Eléments de décoration, codes couleurs, matériaux utilisés ● Relation clients : <ul style="list-style-type: none"> - Outils informatiques en GRC - Services associés (cartes, services consommateurs...) - Gestion des réclamations et des suggestions clients - Utilisation du multicanal ● Politique de prix : <ul style="list-style-type: none"> - Fixation des prix (marges, politique d'enseigne, coefficient multiplicateur, prise en compte des concurrents) - Gestion des promotions, des soldes (planification, organisation et bilan) - Prise en compte de la démarque inconnue et inconnue 			

<ul style="list-style-type: none"> • Relations fournisseurs : <ul style="list-style-type: none"> - Degré d'autonomie dans le choix - Relation avec la centrale d'achat - Mode de règlement des fournisseurs - Délai de paiement - Mode de livraison • Gestion des stocks : <ul style="list-style-type: none"> - Degré d'autonomie de l'unité commerciale - Politique d'approvisionnement - Logistique d'approvisionnement - Rotation des stocks - Inventaire - Soldes et opérations promotionnelles • Politique de communication : <ul style="list-style-type: none"> - Degré d'autonomie - Planning - Médias et supports - Evénements organisés 			
Eléments	Annexes présentées	Origine (source)	Corrigé
<p><u>Fiche sic (2 pages)</u></p> <p>1-Les acteurs :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identification (les différents responsables) - Leurs missions - Les types d'informations transmises) <p>2-La diffusion de l'information dans l'entreprise :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les modalités (réunions, tableau de bord, affichages...) - Personnel concerné - L'objet (organisation du travail, référencement, indicateurs de performance...) <p>3-L'accès à l'information :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Veille informationnelle - Protocole de sécurisation - Accès réservé <p>4-L'organisation de l'information :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Description du matériel et du réseau - Logiciels utilisés et fonctionnalités - Composition des postes de travail - Fichiers et bases de données - Internet et Intranet 			

<p>5-Travail collaboratif :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Outils utilisés - Personnes concernées - Nature des informations <p>6-Gestion de l'offre :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Logiciel de gestion des approvisionnements - Logiciel de marchandisage - Logiciel de géomarketing - Logiciels de gestion de projet <p>7-Gestion de l'unité commerciale :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tableau de bord <p>8-Présentation et diffusion des informations commerciales :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Logiciels de présentation - Outils audiovisuels 			
--	--	--	--