

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 (3 pages)</u></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			

<ul style="list-style-type: none"> communication utilisés (logiciel, travail collaboratif...) 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 			
--	--	--	--