

# CONSEILS ACTIVITE 1

ACTIVITE 1 :  
REALISER UNE OBSERVATION TERRAIN : OFFRE ET PRIX

# CONSEIL 1 : VOTRE PRESENTATION DOIT ETRE PROFESSIONNELLE

ça veut dire quoi ?

⇒ Elle doit prendre appui sur des concepts professionnels

Mobiliser le  
vocabulaire  
professionnel

Appliquer les  
concepts étudiés  
en cours à des  
situations réelles  
observées

A partir de la photo, quelles sont les notions du cours que l'on peut mobiliser ?



# Quelques éléments de réponse

Une offre = un assortiment dans une UC

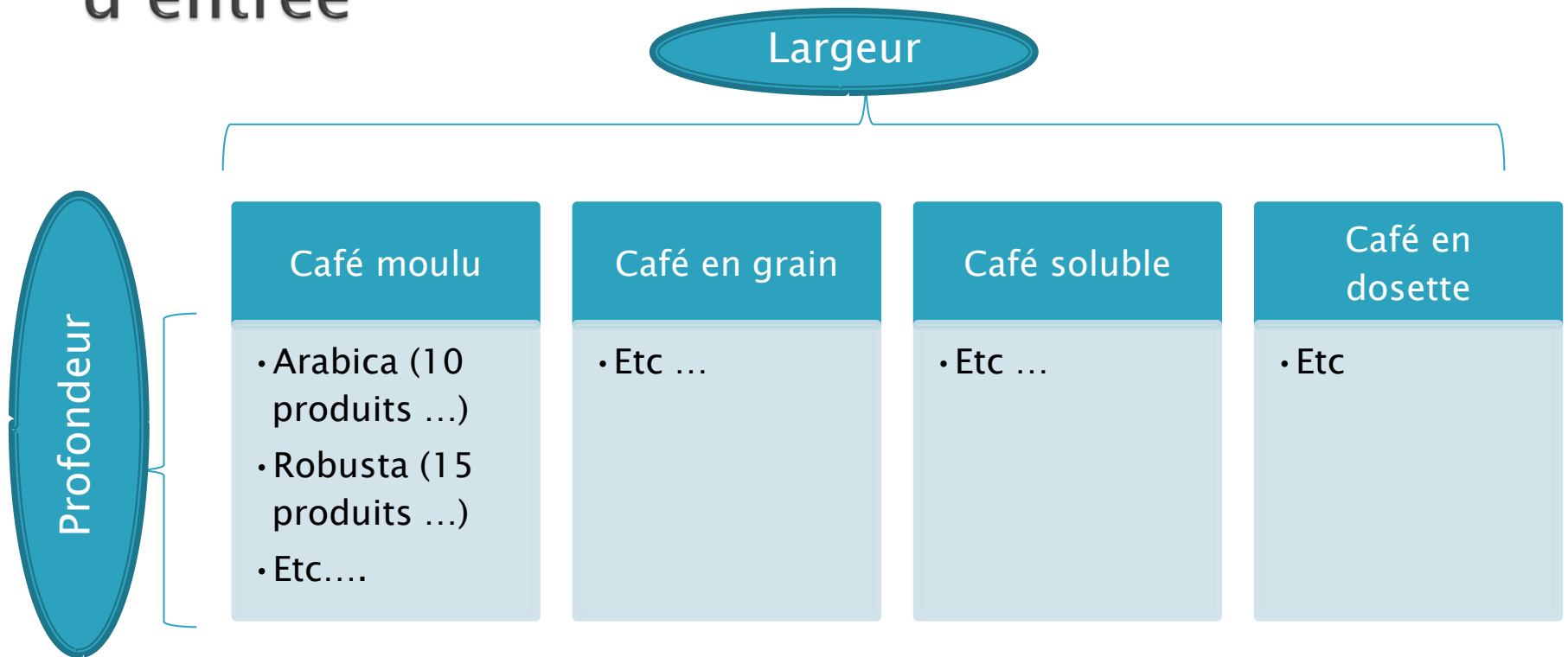
Indispensable de présenter :

**Largeur / Profondeur**

En déduire **l'ampleur**

Eventuellement possible de traiter aussi la **hauteur** de gamme par une analyse des marques présentes (nationales, premiers prix etc...) et des prix pratiqués

# CONSEIL 2 : Votre présentation de l'offre doit être structurée => trouver une clé d'entrée



Ici la clé d'entrée : différents segments de produit

# CONSEIL 3 : VOUS DEVEZ AVOIR UN REGARD GLOBAL SUR L'ENSEMBLE DE LA SITUATION OBSERVÉE

Situation observée = 4 UC

Donc prévoir une comparaison/synthèse  
comparative entre les 4 UC

# Exemple 1 sur l'ampleur de l'offre:

	UC1 (Hyper)	UC2 (hyper)	UC3 (HD)	UC4 (Proximité)
Ampleur	167 produits	180 produits	120 produits	65 produits

Ne pas oublier d'en tirer une conclusion !

Exemple : on constate que l'offre des hypers est plus ample que celle des HD ou magasin de proximité => + de choix pour le consommateur

# Exemple 2 : La répartition des produits par type de marques

Nb produits	Leclerc	Cora	Carrefour City	Lidl
Premier prix	6 6%	4 4%		12 100%
MDD	2 2%	27 30%	20 40%	
Marque nationale	85 91%	60 66%	30 60%	

Privilégier les % !  
En déduire une conclusion

Une forte présence de marques nationales chez Leclerc

# CONSEIL 4 : VOTRE PRÉSENTATION DOIT AVOIR DU SENS

Ca veut dire quoi ?

On ne fait pas des calculs pour faire des calculs  
!

Les calculs effectués doivent avoir un sens et  
nous fournir **une information commerciale**  
exploitable par un manager ou un  
consommateur

# Illustration avec le prix : on ne compare que ce qui est comparable !

	Carrefour
Carte noire, 250 gr	3,4
Carte noire, 2 X 250 gr	5,99
Dosettes 20 produits	3,4
Dosettes 50 produits	5,7
Prix moyen	<del>4,62</del>

Quel sens pour ce 4,62 euros ???

On ne peut pas calculer un prix moyen sur la totalité des références d'un assortiment  
Et aucun cas comparer des prix moyens d'assortiments qui ne seraient pas identiques

# Il faut faire des choix et effectuer des calculs ayant un sens

Exemple :

- Prix moyen d'un paquet de 250 gr arabica
- Prix moyen d'un lot de 20 dosettes
- Prix d'un lot de 50 dosettes
- Comparaison du prix d'un paquet café arabica, marque nationale entre plusieurs enseignes

CF travail préparatoire 1 pour les  
différents outils statistiques  
mobilisables

# Pour aller plus loin

<b>Hyper marché</b>	Marques nationales	177,60 €	+ 0,06 %
	Marques de distributeur	130,88 €	+ 0,53 %
	<b>1<sup>er</sup> prix</b>	<b>99,20 €</b>	<b>+ 1,31 %</b>
<b>Super marché</b>	Marques nationales	176,79 €	+ 2,67 %
	Marques de distributeur	132,48 €	+ 4,44 %
	<b>1<sup>er</sup> prix</b>	<b>99,82 €</b>	<b>+ 7,26 %</b>
<b>Hard discount</b>	<b>1<sup>er</sup> prix</b>	<b>104,39 €</b>	<b>+ 0,61 %</b>



Source : le parisien

Dans votre cas : on peut comparer des enseignes sur le prix en prenant le prix d'un PANIER de produits comparables d'une UC à une autre ou travailler avec des indices

# Calculer un indice prix

Cf travail préparatoire 2 sur le calcul  
d'indice prix glace magnum

# CONSEIL 5 : VOTRE RECHERCHE DOCUMENTAIRE DOIT NOURRIR VOTRE ANALYSE

Le document renforce votre argumentation, votre analyse : il éclaire la situation. Il vient en appui d'une idée qui ressort de votre analyse.

Ce document peut aussi vous aider à trouver une clé d'entrée pour la présentation de l'offre (ex : segmentation produit)

Il faut donc l'introduire en cours de présentation, au moment où vous présentez l'idée qu'il éclaire

# CONSEIL 6 : FIXER LES IDEES DES PERSONNES QUI VOUS ECOUTENT

Faire ressortir sur vos diapos vos grandes conclusions/analyses

Vos diapos doivent comporter des titres évocateurs

# CONSEIL 6 : RESPECTER LE PLAN

- ▶
  - La date et la durée de l'activité
  - Le contexte professionnel de l'activité
  - Les objectifs poursuivis
  - La méthodologie utilisée
  - Les moyens et techniques mis en œuvre
  - Les résultats obtenus : dans cette partie vous pouvez faire votre propre plan pour présenter de manière plus approfondie vos résultats