

MENTION COMPLÉMENTAIRE
VENDEUR CONSEIL EN PRODUITS TECHNIQUES
POUR L'HABITAT

Session 2024

SUJET	
E3 - GESTION COMMERCIALE	
Durée : 3 heures	Coefficient : 3

Ce sujet comporte 18 pages numérotées de page 1/18 à page 18/18.

« L'usage de calculatrice avec mode examen actif est autorisé,
l'usage de calculatrice sans mémoire « type collègue » est autorisé ».

**SEULES LES ANNEXES SONT À RENDRE AGRAFÉES DANS LA COPIE ANONYMÉE
MODÈLE E.N.**

Le sujet comprend 3 parties indépendantes.

	Pages	Documents		Annexes à remettre avec la copie		Barème indicatif
		Numéros	Pages	Numéros	Pages	
1^{ère} partie	3	1	6 et 7	1	16	12 points
2^{ème} partie	4	2, 3 et 4	8, 9 et 10	2, 3 et 4	17 et 18	14 points
3^{ème} partie	5	5, 6 et 7	11, 12, 13 14 et 15			14 points
TOTAL						40 POINTS

Mention complémentaire Vendeur Conseil en Produits Techniques pour l'Habitat	Session 2024	SUJET		
E3 – Gestion commerciale	2406-MC4 VCPH E3 1	Durée : 3 h	Coef. : 3	Page 1/18

Document 1 :	Les chiffres du marché du bricolage en France	Pages 6 et 7
Document 2 :	Peinture murs plafonds et boiseries Dulux Valentine 98 % monocouche mat blanc 5L	Page 8
Document 3 :	Éléments à prendre en compte pour réaliser les prévisions de commande	Page 9
Document 4 :	Bon de livraison fournisseur Tollens	Page 10
Document 5 :	Les services Castorama	Pages 11 et 12
Document 6 :	Pourquoi être sur les réseaux sociaux ?	Pages 13 et 14
Document 7 :	Publication Instagram	Page 15

ANNEXES À RENDRE AVEC LA COPIE

Annexe 1 :	Évolution et répartition des familles de produits entre 2020 et 2021 pour le magasin Hénin-Beaumont	Page 16
Annexe 2 :	Prévisions de commande	Page 17
Annexe 3 :	Saisie de la commande sur l'extranet	Page 18
Annexe 4 :	Extrait du cadencier du mois de mars du fournisseur Tollens	Page 18

Situation générale



Castorama est une entreprise de grande distribution de bricolage, de décoration et d'aménagement de la maison.

Le magasin d'Hénin-Beaumont, dans l'optique d'améliorer ses performances commerciales et satisfaire sa clientèle, met tout en œuvre pour faire face à une concurrence très active sur son secteur.

Mention complémentaire Vendeur Conseil en Produits Techniques pour l'Habitat			Session 2024	SUJET
E3 – Gestion commerciale	2406-MC4 VCPH E3 1	Durée : 3 h	Coef. : 3	Page 2/18

Les performances commerciales du magasin Castorama de Hénin-Beaumont

Dans un premier temps, Monsieur Duthoit, le directeur du magasin de Hénin-Beaumont, vous demande d'analyser le marché du bricolage et la position concurrentielle du magasin en question.

À partir du document 1 et de vos connaissances personnelles, répondre aux questions suivantes :

- 1.1 Calculer, sur votre copie, le taux d'évolution du chiffre d'affaires** entre 2020 et 2021 pour les magasins Hauts-de-France (moyenne) sachant que leur chiffre d'affaires était de 40 380 500 € en 2020 et de 44 822 005 € en 2021.

Justifier votre calcul.

- 1.2 Calculer :** (*Annexe 1 à compléter et à rendre avec la copie*)

- la part de chaque famille de produit dans le chiffre d'affaires total ;
- le taux d'évolution du chiffre d'affaires de chaque famille ;
- le taux d'évolution global.

Justifier vos calculs pour les cases indiquées (a) et (b).

- 1.3 Analyser, sur votre copie, les résultats obtenus et l'évolution globale du chiffre d'affaires** du magasin avec celle de la région, puis par rapport à la tendance nationale du marché.

Mention complémentaire Vendeur Conseil en Produits Techniques pour l'Habitat	Session 2024	SUJET		
E3 – Gestion commerciale	2406-MC4 VCPH E3 1	Durée : 3 h	Coef. : 3	Page 3/18

Approvisionner et préparer les commandes

Les ventes de produits de bricolage, de jardinage et d'aménagement atteignent des pics durant les mois qui précèdent l'été et l'hiver. Une dynamique qui se vérifie particulièrement pour la période de mars, avril, mai. C'est une période très importante pour le chiffre d'affaires de l'enseigne. Les commandes sont anticipées avec 6 mois d'avance.

À partir des documents 2, 3 et 4 et de vos connaissances, répondre aux questions suivantes :

2.1. Préparer la commande de la peinture murs plafonds et boiseries Dulux Valentine 98 % monocouche mat blanc 5L. *(Annexe 2 à compléter et à rendre avec la copie)*

Détailler les calculs selon les indications dans le tableau.

2.2. Compléter le bon de commande issu de la plateforme dédiée aux commandes à passer en centrale. *(Annexe 3 à compléter et à rendre avec la copie)*

Pour faire face à la demande issue du site e-commerce, il faut impérativement avoir des produits stockés en magasin. Un outil de gestion est à disposition pour gérer la préparation des commandes : le cadencier.

2.3. Réaliser le cadencier d'une partie des produits du fournisseur Tollens pour le mois de mars. *(Annexe 4 à compléter et à rendre avec la copie)*

Mention complémentaire Vendeur Conseil en Produits Techniques pour l'Habitat			Session 2024	SUJET
E3 – Gestion commerciale	2406-MC4 VCPH E3 1	Durée : 3 h	Coef. : 3	Page 4/18

Action de fidélisation de la clientèle

Le point de vente Castorama est soucieux de satisfaire au mieux les besoins des clients et de les fidéliser, c'est pourquoi, il propose à sa clientèle un grand nombre de services.

À partir des documents 5, 6 et 7 et de vos connaissances, répondre aux questions suivantes sur votre copie :

3.1. Identifier les avantages pour chacun des services présentés sur le document 5.

Le magasin souhaite développer sa communauté Instagram en créant du contenu.

3.2. Identifier trois avantages pour le point de vente à développer sa présence sur les réseaux sociaux.

3.3. Analyser la publication Instagram mettant en avant le rayon peinture :

- l'objectif du message publié ;
- l'adaptation du message au public ciblé.

3.4. Proposer deux « hashtags » (#) qui pourraient être utilisés pour augmenter les interactions de cette publication.

3.5. Proposer une action de fidélisation qui aurait pu accompagner ce post pour augmenter le taux d'engagement.

3.6. Proposer deux autres possibilités, hors publication sur les réseaux, pour augmenter la communauté Instagram.

Mention complémentaire Vendeur Conseil en Produits Techniques pour l'Habitat			Session 2024	SUJET
E3 – Gestion commerciale	2406-MC4 VCPH E3 1	Durée : 3 h	Coef. : 3	Page 5/18

Les chiffres du marché du bricolage en France

Marché français du bricolage en 2021 : une croissance à deux chiffres pour la deuxième année consécutive.

Le marché du bricolage atteint en 2021 un chiffre d'affaires de 34 milliards d'euros, soit une croissance de 10,2 % en valeur par rapport à 2020, qui déjà avait augmenté de +13 % par rapport à 2019.

Marché du bricolage 2021 : une dynamique qui ne doit rien au hasard.

L'embellie du marché du bricolage en 2021 tient à la conjugaison de différents éléments : des périodes de confinement, sans oublier l'inflation, la réserve d'épargne, les transactions immobilières dans l'ancien, ou encore le télétravail. Comme l'indique Juliette Lauzac, Chargée d'Études : « Poursuivant la tendance de 2020, la réserve d'épargne des Français reste forte. Les ventes immobilières dans l'ancien demeurent à des niveaux record (dépassant 1,2 million de transactions). Enfin, tous les changements de comportements liés à la crise sanitaire et, en particulier, le repli sur le foyer, le report de certaines activités de loisirs sur celles de bricolage et de jardinage ainsi que l'installation du télétravail dans la durée ont participé au maintien du secteur. Deux autres facteurs ont également joué en faveur du marché : l'activité dynamique de l'artisanat associée à la montée en compétence des particuliers en bricolage qui entreprennent de plus en plus de travaux lourds, face à des délais d'intervention qui ne cessent de s'allonger chez les artisans. Ce dernier élément est un réel levier pour les années à venir. »

2021 : un marché au beau fixe pour la quasi-totalité des rayons des GSB, mentions spéciales pour les rayons jardin, bâtiment, plomberie/salle de bain/cuisine.

En 2021, la quasi-totalité des rayons profite du dynamisme du marché. Les grands gagnants sont incontestablement les rayons :

- **Jardin : +17 %** avec de très fortes performances pour l'aménagement et l'outillage motorisé ;
- **Bâtiment : +17 %**, une progression largement au-dessus du marché, portée par la montée en compétence des bricoleurs qui s'investissent dans de nouveaux types de travaux (toiture, isolation, assainissement...);
- **Plomberie/salle de bain/cuisine : +15 %**. Après un engouement pour la salle de bain il y a quelques années, la cuisine est le projet phare des Français depuis deux ans bénéficiant, depuis le premier confinement, du développement du « fait maison » et de la convivialité de cette pièce.

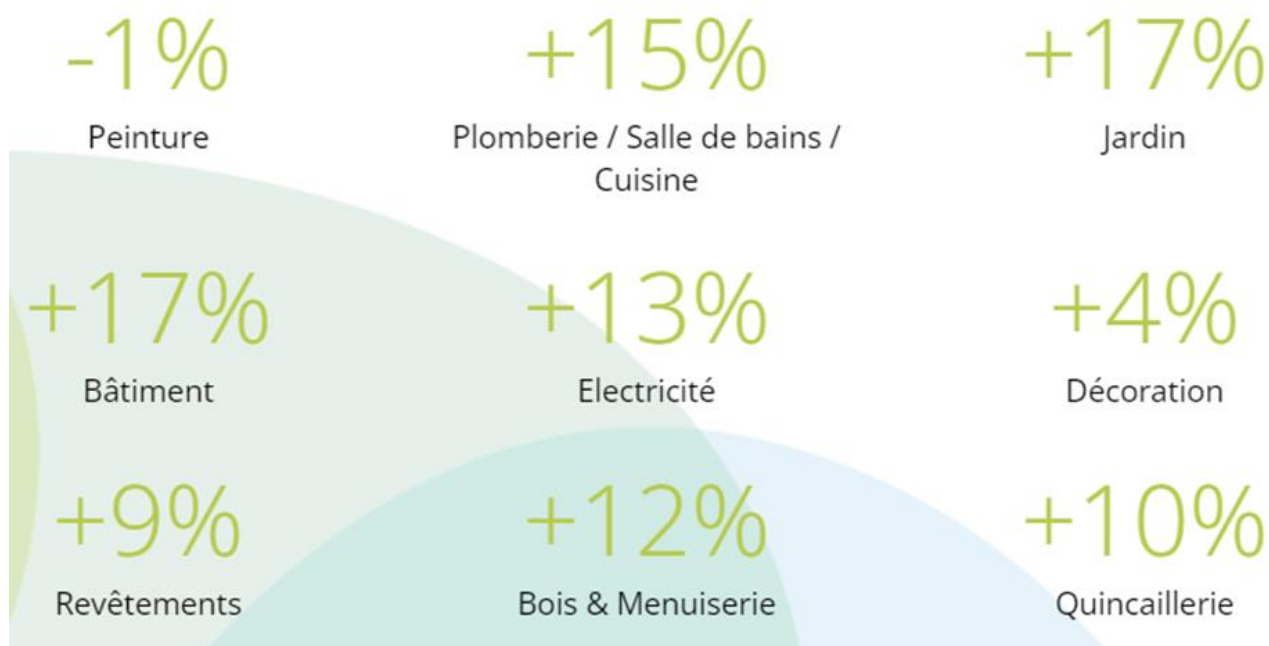
Le rayon Chauffage (+15 %) suit la tendance grâce à un hiver plus froid.

Les rayons Électricité (+13 %), Bois & Menuiserie (+12 %) et Revêtements (+9 %) profitent de la montée en compétence des bricoleurs qui se sont lancés dans des projets plus ambitieux, particulièrement les catégories « distribution électrique », « gaines et fixations », « panneaux et planches » et « carrelage sol intérieur » et « parquets ».

Les rayons Quincaillerie (+10 %), Outillage (+9 %) et Déco (+4 %) connaissent une croissance plus modérée.

Rayon star en 2020, **la Peinture/Droguerie/Colles a vu ses ventes logiquement diminuer (-1 %)**. Il est à noter également que les produits pour application extérieure (façades, toitures, bois extérieurs) ont été plus plébiscités que les peintures d'intérieur.

Mention complémentaire Vendeur Conseil en Produits Techniques pour l'Habitat			Session 2024	SUJET
E3 – Gestion commerciale	2406-MC4 VCP TH E3 1	Durée : 3 h	Coef. : 3	Page 6/18



Source : <https://mbricolage.com/le-secteur/infos-economiques-et-financieres/les-chiffres-du-marche>

Mention complémentaire Vendeur Conseil en Produits Techniques pour l'Habitat	Session 2024	SUJET
E3 – Gestion commerciale	2406-MC4 VCPH E3 1	Durée : 3 h
	Coef. : 3	Page 7/18

Peinture murs plafonds et boiseries Dulux Valentine 98 % monocouche mat blanc 5L

castorama

FICHE PRODUIT : PEINTURE MURS PLAFONDS ET BOISERIES DULUX VALENTINE 98% MONOCOUCHE MAT BLANC 5L



Secteur : Peinture

Descriptif fabricant : Peinture murs, plafonds et boiseries
Dulux Valentine 98% monocouche blanc mat 5L

Référence :

3031520182874

Prix de vente TTC :

69,90€ soit 13,98/l

Coefficient multiplicateur :

2

Fiche technique :

Marque	Dulux Valentine
Gamme	98% Blanc
Usage	Murs, plafonds et boiseries
Surface de couverture	60m ²
Couleur	Blanc
Finition	Mat
Capacité en litres (L)	5L
Temps de séchage au toucher	1h
Nombre de couches	1
Classe d'émissions de COV (composés organiques volatils) dans l'air intérieur	A+
Conseils d'utilisation	Commencer par les coins, peindre par carré d'1m ² en croisant les passes et terminer en lissant la peinture sans appuyer de haut en bas
Conseils d'entretien	Nettoyage des outils : eau, lessivable
Informations de sécurité	Dangereux - respecter les précautions d'emploi

Source interne

Mention complémentaire Vendeur Conseil en Produits Techniques pour l'Habitat	Session 2024	SUJET
E3 – Gestion commerciale	2406-MC4 VCPH E3 1	Durée : 3 h
	Coef. : 3	Page 8/18

Éléments à prendre en compte pour réaliser les prévisions de commande

La peinture murs plafonds et boiseries Dulux Valentine 98 % monocouche mat blanc 5L est une des meilleures ventes du rayon peinture intérieure. Le produit bénéficiera d'une mise en avant sur le catalogue. De plus il est noté 5 étoiles par les clients sur le site e-commerce. Il s'agit d'un produit incontournable que le magasin doit avoir dans ses rayons et en quantité suffisante.

	Magasin	E-commerce
Quantités vendues lors l'année N-1	325	150
Prévisions des ventes pour l'année N	+12 %	+ 33 %
Fréquence des livraisons	1 fois par semaine	
PCB (nombre de produits par colis)	4	

Source interne

Bon de livraison fournisseur Tollens



Facturé à :
Magasin Castorama
Hénin-Beaumont

BON DE LIVRAISON N° BL009918 DU 06/03/N

COMMANDE INTERNET N° C0100899 DU 27/02/N
NOMBRE DE COLIS 12
POIDS : 420 KG

RÉFÉRENCE	LIBÉLLÉ	QTÉ	PCB
3463975174447	Peinture Tollens ultra couvrant murs, plafonds et boiseries mat blanc 2,5L	16	8
3463975218592	Peinture Tollens ultra couvrant murs, plafonds et boiseries velours blanc 10L	12	4
3463975174386	Peinture Tollens murs et plafonds mat blanc 5L	12	4
3463975174409	Peinture Tollens murs et plafonds satin blanc 2,5L	16	4

Source interne

Mention complémentaire Vendeur Conseil en Produits Techniques pour l'Habitat	Session 2024	SUJET		
E3 – Gestion commerciale	2406-MC4 VCPH E3 1	Durée : 3 h	Coef. : 3	Page 10/18

Les services Castorama

1- La carte de fidélité

Réalisez vos projets en bénéficiant d'avantages pour 9,90€ par an.

Toute l'année, bénéficiez de remises et de garanties exclusives...

-5%
de Bienvenue⁽¹⁾

Le jour de votre choix sur tous vos achats. Valable 12 mois dès l'ouverture de votre carte.



Prix carte et offres exclusives

Chaque mois, profitez d'offres et remises exclusives

[En savoir plus](#)

Garanties et services privilégiés

- Extension de garantie constructeur⁽³⁾
- Mémo achat
- Garantie erreur de coupe⁽³⁾
- Retour facile⁽⁴⁾



2- Les reconditionnés Castorama



Aude, tondeuse à gazon reconditionnée

BackMarket & Castorama

lancent les reconditionnés

100% EFFICACES ET TOUJOURS MOINS CHERS !



Martha, perceuse reconditionnée

Il y a une vie après le neuf

Chez Castorama, on a à cœur de vous accompagner dans vos changements, et changer **c'est aussi consommer autrement et de façon plus responsable**. C'est pour vous accompagner dans cette démarche que nous reconditionnons maintenant nos produits électriques et électroniques en partenariat avec Back Market **pour des outils 100% aussi efficaces, et toujours moins chers**.
De quoi faire rimer écologie et économies !

Mention complémentaire Vendeur Conseil en Produits Techniques pour l'Habitat	Session 2024	SUJET
E3 – Gestion commerciale	2406-MC4 VCPH E3 1	Page 11/18
	Durée : 3 h	Coef. : 3

3- Le service pose

Avec le service pose Castorama, profitez de l'expertise de nos artisans partenaires et bénéficiez d'avantages fiscaux⁽¹⁾.

La pose avec Castorama

Envie d'une nouvelle cuisine, besoin de rénover votre salle de bains, de changer votre sol ou juste de remplacer un radiateur ? Faites poser vos produits par des professionnels. Notre service pose s'occupe de tout !



sur les produits et la main d'oeuvre



de la qualité de votre chantier



Castorama garantit votre pose

Nous vous accompagnons dans tous vos projets de pose en sélectionnant pour vous des artisans qualifiés dont nous encadrons les tarifs.

4- Les castostages

Avec nos cours de bricolage en magasin Castorama, apprenez à tout faire vous-même.

Vous êtes à la recherche de conseils et d'astuces de bricoleurs pour réaliser des travaux d'aménagement ou de réparation dans votre maison ? Avec nos cours de bricolage en magasin Castorama, apprenez à tout faire vous-même. Nos experts vous apprennent à réaliser tous vos travaux de bricolage. Ne perdez plus votre temps à rechercher la meilleure des vidéos explicatives disponibles sur internet, venez bricoler auprès de professionnels.

Grâce aux Castostages, vous pouvez gratuitement participer à des cours de bricolage pour réussir à poser du parquet, repeindre vos plafonds ou même installer une cabine de douche.

Pour participer, c'est simple !

Il vous suffit de vous inscrire en ligne au stage qui vous intéresse en choisissant votre magasin.



Tous les samedis dans votre magasin Castorama

Rendez-vous dans l'un de nos magasins* en France pour participer à nos ateliers gratuits proposés chaque semaine.

* Vérifiez les magasins éligibles avec l'inscription en ligne.



Coachés par un expert Castorama, vous progressez par petits groupes

Nos ateliers sont organisés avec 8 stagiaires maximum pour des stages à taille humaine et accessibles à tous quelque soit votre niveau.



Des cours pour préparer vos projets, apprendre à poser et entretenir vos produits

Trouvez le cours de bricolage qu'il vous faut parmi les 30 thématiques d'atelier proposés pour réaliser tous vos travaux et réussir vos projets.



La durée adaptée pour comprendre les bons gestes et les bons réflexes

Les cours de bricolage sont complets et riches en conseils. Nos experts prennent le temps de vous guider pas à pas.

Source interne

Mention complémentaire Vendeur Conseil en Produits Techniques pour l'Habitat	Session 2024	SUJET
E3 – Gestion commerciale	2406-MC4 VCP TH E3 1	Durée : 3 h
	Coef. : 3	Page 12/18

Pourquoi être sur les réseaux sociaux ?

Marketing digital : quand les réseaux sociaux deviennent indispensables

26 JUILLET 2021

Il est important pour une entreprise de profiter des nouvelles technologies pour se faire connaître. Dans le domaine du marketing digital, les réseaux sociaux font partie des canaux de communication les plus efficaces pour atteindre son public cible.

Le nombre de followers ou d'abonnés, un bon indicateur de popularité

La course aux abonnés fait rage sur les réseaux sociaux : Facebook, Instagram, TikTok, Youtube, Twitter, LinkedIn, Pinterest, Whatsapp, Snapchat, etc. En fait, le nombre de followers est un très bon indicateur de popularité. Il vous permet de **gagner en visibilité et d'optimiser votre influence**.

Les réseaux sociaux, indispensables pour le marketing digital

Plus votre page aura d'abonnés, plus votre entreprise gagnera en crédibilité auprès des internautes et mobinautes. Une importante communauté impactera positivement la perception des gens sur la marque, attirera plus d'audience et rassurera les partenaires et investisseurs.

Réunir un grand nombre d'abonnés sur les réseaux sociaux nécessite cependant un travail assez conséquent et beaucoup de temps. Il faut, entre autres, alimenter la page avec des contenus pertinents (vidéos, photos, etc.), relier les réseaux sociaux entre eux, etc.

Les réseaux sociaux, les plateformes les plus efficaces pour atteindre son public cible

L'utilisation d'internet s'est intensifiée de manière significative pendant la crise sanitaire. **Environ 8 français sur 10** ont consulté régulièrement et mensuellement des messageries et réseaux sociaux divers selon le site Médiamétrie. Les jeunes sont les plus adeptes de cette pratique en consacrant 3 fois plus de temps à leurs écrans.

Les données établies en juin 2020 par le site démontrent que YouTube, Facebook, Instagram, Whatsapp et Snapchat sont les réseaux sociaux les plus prisés du grand public avec approximativement :

- 46,5 millions d'utilisateurs pour YouTube
- 45,9 millions d'utilisateurs pour Facebook
- 32 millions d'utilisateurs pour Instagram
- 30 millions d'utilisateurs pour Whatsapp
- 22 millions d'utilisateurs pour Snapchat

Compte tenu de ces chiffres qui ne cessent de s'accroître, **les réseaux regorgent donc de clients potentiels** pour les entreprises de toutes tailles et de tous secteurs d'activité. Les exploiter devient plus qu'une simple priorité pour développer une image de marque. Il faut toucher un large public, gagner en visibilité, optimiser les ventes et par la même occasion, booster le chiffre d'affaires.

Mention complémentaire Vendeur Conseil en Produits Techniques pour l'Habitat			Session 2024	SUJET
E3 – Gestion commerciale	2406-MC4 VCPH E3 1	Durée : 3 h	Coef. : 3	Page 13/18

Comment se développer sur les réseaux sociaux pour le marketing ?

Il est essentiel d'utiliser les réseaux sociaux de manière efficace pour atteindre les objectifs fixés. Comme dans toutes les stratégies de marketing, la première chose que vous devez faire est de définir votre *buyer persona*. Cela vous permettra de **créer des publications pertinentes, ciblées et à forte valeur ajoutée**. Bien entendu, il faudra varier les contenus et les adapter aux spécificités du réseau social utilisé.

Pensez aussi à interagir avec les consommateurs. Rester à l'écoute de leurs besoins vous permettra d'innover vos produits et votre stratégie pour les satisfaire au mieux et devancer leurs attentes. Répondez également aux avis. Les retours positifs valoriseront l'image de votre entreprise tandis que les remarques négatives constituent **de bons moyens de déterminer les axes d'amélioration** nécessaires à votre stratégie, vos produits et vos services.

Ces avis négatifs vous donneront également l'occasion d'apporter une solution individuelle à chaque problématique et démontrer ainsi votre professionnalisme. Au lieu de vendre constamment, partagez des histoires, des tutoriels, des conseils et autres contenus pour permettre au public d'en savoir plus sur votre société et sur les valeurs que vous véhiculez. N'oubliez pas non plus d'utiliser des hashtags. Même en 2021, ces mots ou termes précédés d'un « # » restent l'un des meilleurs moyens pour se faire découvrir par de nouvelles personnes sur les réseaux sociaux.

Instagram, le réseau social du moment et un outil de marketing efficace

Dans le top 3 des réseaux sociaux préférés des Français, Instagram est un **outil de marketing particulièrement efficace** s'il est utilisé de façon stratégique. Selon Médiamétrie, il a enregistré plus de 30 millions d'utilisateurs français en juin 2020 et plus d'un milliard d'utilisateurs actifs dans le monde. C'est l'endroit idéal pour se construire une audience, toucher efficacement le public cible et améliorer l'image de l'entreprise.

Réseau social du « beau », Instagram est essentiellement axé sur le partage de contenus visuels. En plus des photos, d'autres types de publication tels que le post sponsorisé, la vidéo en direct, les stories, la messagerie, les vidéos IGTV, les réels et bien sûr, les publications classiques sont possibles sur la plateforme. Toutes ces options constituent **une opportunité à saisir pour les entreprises** qui souhaitent mettre en avant leur activité, dévoiler les coulisses d'un événement, le processus de fabrication d'un produit, etc.

Au cœur des stratégies de marketing digital, les réseaux sociaux comme Instagram sont les outils de communication de prédilection des entreprises pour se faire connaître, se démarquer et promouvoir leurs produits et services. Comme leur nombre d'utilisateurs ne cesse d'augmenter, ces plateformes se définissent comme étant les endroits les plus à même pour accroître sa notoriété, acquérir de nouveaux clients et fidéliser la clientèle.

Source : <https://solutions.lesechos.fr/>

Mention complémentaire Vendeur Conseil en Produits Techniques pour l'Habitat			Session 2024	SUJET
E3 – Gestion commerciale	2406-MC4 VCPH E3 1	Durée : 3 h	Coef. : 3	Page 14/18

Publication Instagram



castoramaheninbeaumont



Chez Castorama,
on crée votre peinture
sur-mesure !



4 J'aime

castoramaheninbeaumont Pour une teinte de peinture 100% personnalisable, venez tester la machine à teinter dans vos magasins Castorama ! 🤪🎨

Mention complémentaire Vendeur Conseil en Produits Techniques pour l'Habitat	Session 2024	SUJET
E3 – Gestion commerciale	2406-MC4 VCPH E3 1	Durée : 3 h
	Coef. : 3	Page 15/18

Évolution et répartition des familles de produits entre 2020 et 2021 pour le magasin Hénin-Beaumont

Familles	Chiffres d'affaires TTC en 2020 (en €)	Chiffres d'affaires TTC en 2021 (en €)	Part de chaque famille dans le CA réalisé en 2021* (en %)	Taux d'évolution du CA (en %)*
Jardin et extérieur	8 654 783	10 577 010	a	
Cuisine et plomberie	10 356 789	11 392 468		
Salle de bain	8 567 876	9 245 876		
Rangement et dressing	3 243 890	3 204 756		
Peinture et droguerie	10 678 567	12 765 634		b
Déco et luminaire	1 567 894	1 600 543		
Autres familles	3 170 761	4 423 913		
TOTAL	46 240 560	53 210 200		

*Arrondir à deux chiffres après la virgule

Détail du calcul pour la case « a » :

.....

Détail du calcul pour la case « b » :

.....

Préparation de la commande Dulux Valentine 98 % monocouche mat blanc 5 L

	Magasin	E-commerce
Prévisions des ventes en quantité en N (arrondir à l'entier supérieur)		
Total à commander (arrondir selon le PCB)		
PV TTC		
Coefficient multiplicateur appliqué		
PA HT		
Montant de la commande HT en N		

Détails des calculs

- Prévisions des ventes magasin :

.....

- Prévisions des ventes e-commerce :

.....

- Total à commander :

.....

- Prix d'achat hors taxe :

.....

- Montant de la commande hors taxe :

.....

Saisie de la commande sur l'extranet

Univers	Désignation	Référence	PCB	Quantité	PA HT	Total HT

Extrait du cadencier du mois de mars du fournisseur Tollens

Réf	PCB	Semaine 9 (27/02 - 05/03)				Semaine 10 (06/03 - 12/03)				Semaine 11 (13/03 - 19/03)				Semaine 12 (20/03 - 26/03)			
		S	C	L	V	S	C	L	V	S	C	L	V	S	C	L	V
3463975174447	8	0	16	16	12		32			0	24	32		6	24	24	22
3463975218592	4	0	12	8	6		16			2	20	16	15		32	20	20
3463975174386	4	0	12	20		4	16		13		12	16		4	24	12	16
3463975174409	4	0	16	16		2	20			3	32	20		1	32	32	30

S = Stock

C = Commande

L = Livraison

V = Vente