**SCIENCES DE GESTION 1ère STMG**

**Chapitre n°12 : La performance organisationnelle et commerciale (Je découvre)**

**A rendre pour vendredi 20 mars sur Padlet impérativement**

**Lire le PowerPoint qui figure sur le site ou me contacter par mail si vous avez des questions**

* **JE CONNAIS :**
* Performance,
* Performance organisationnelle,
* Performance commerciale,
* Performance financière,
* Performance sociale.
* JE SUIS CAPABLE :
* D’identifier les principaux indicateurs pertinents pour apprécier la performance de l’organisation.
* D’effectuer des comparaisons dans le temps et dans l’espace pour situer la performance d’une organisation ;
* De repérer, dans une organisation, en quoi les aspirations des différents acteurs peuvent constituer des contraintes et/ou des opportunités dans la recherche de la performance.



* A noter sur le cahier
* A distribuer aux élèves
* Questionnement élèves
* A expliquer aux élèves
* A faire faire aux élèves
* **Indications sur le cours**

**INTRODUCTION**

Proposer votre propre définition de ce qu’est selon vous une organisation performante

………………………………………………………………..

La performance porte sur tous les aspects sur lesquels il y a création de valeurs :

Performance commerciale, financière, sociale, sociétale

Mais il y a aussi une autre performance qui touche à l’organisation même de l’entité et qui peut être utilisée pour chaque type de valeurs créées.

Performance organisationnelle

Nous allons étudier ces différentes performances (à l’exception de la perf sociétale) puis nous allons nous intéresser à la manière dont on mesure ces performances :

Critères de performance, indicateurs

1. **LA PERFORMANCE ORGANISATIONNELLE**

**La performance organisationnelle** mesure la performance de l'entreprise au niveau de la qualité de la production, de la flexibilité, des délais…

**Une entreprise performante doit être à la fois efficace et efficiente**. Elle est efficace lorsqu'elle atteint les objectifs qu'elle s'est fixés. Elle est efficiente lorsqu'elle minimise les moyens mis en œuvre pour atteindre les objectifs qu'elle s'est fixés.

**Exemple illustratif (le bac) :** si vous travaillez chaque jour 1h et que vous obtenez 10/20 vous êtes efficace car vous avez atteint votre objectif d’avoir le bac mais si vous travaillez le même temps et que vous obtenez 13/20 avec mention assez bien vous êtes efficace et efficient. Même chose si vous travaillez 1/2h par jour et que vous obtenez 10/20 vous êtes aussi efficient.

Trouver un exemple applicable à une organisation mettant en évidence son efficacité et son efficience comme l’exemple vu plus haut.

**………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………**

**………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………**

**………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………**

1. **LA PERFORMANCE COMMERCIALE**

La performance commerciale s’étudie à travers 3 indicateurs

Le chiffre d’affaires

La part de marché

La fidélité

**Travail collectif (descendant) sur la découverte de chaque indicateur puis individuel pour les exercices.**

1. **LE CHIFFRE D’AFFAIRES**

**Définissez la notion de chiffre d’affaires puis indiquez son mode de calcul**

**………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………**

**………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………**

Illustration

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **En milliards d’euros** | **CA 2015** | **CA 2016** |
| **SAMSUNG** | 152 | 149 |
| **APPLE** | 190 | 176 |

Le panier moyen d’un consommateur de produits Samsung est de 254€, celui d’un client de produits Apple est de 378€.

**Calculer la quantité de produits Samsung vendue en 2015 et 2016, puis celle de produits Apple.**

**………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………**

**………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………**

**Analyser et comparer l’ensemble des informations chiffrées.**

**………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………**

**………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………**

**APPLICATIONS**

Exercice 1 : M. Baldini possède un camion à pizza. Il a vendu dans la semaine 942 pizzas à un prix moyen unitaire hors taxe de 8,92 €.

**Indiquez le montant du chiffre d’affaires hebdomadaire de M. Baldini en précisant la formule de calcul :** …………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………..

Exercice 2 : Chiffre d’affaires des enseignes de mode à « petits prix » en France

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **En milliers d’€** | **CA N-1** | **CA N** |
| **H&M** | 891 084 | 987 050 |
| **ZARA** | 671 598 | 740 970 |
| **CELIO** | 515 451 | 566 745 |

**Analyser les performances de chaque enseigne et les comparer entre elles.**

**………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………**

**………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………**

Exercice 3 :

L'entreprise Crozier fabrique et commercialise des canapés. Son activité se développe sur un marché très concurrencé. Son principal concurrent est Conforama. Afin d'affirmer sa position sur le marché, l'entreprise Crozier a fixé des objectifs commerciaux ambitieux étant donné le contexte économique difficile.

Document 1 : Informations commerciales

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | N-1 | N | Objectifs N |
| Quantités vendues |  1 520  |  1 850  |  1 680  |
| Prix moyen unitaire TTC (en €) |  300 €  |  300 €  |  300 €  |
| Prix moyen unitaire HT (en €) |  250 €  |  250 €  |  250 €  |

Document 2 : Chiffre d’affaires **hors taxes** du principal concurrent pour l’année N

|  |  |
| --- | --- |
|  | CONFORAMA |
| Chiffre d'affaires HT |  390 500 €  |

**Réaliser tous les calculs nécessaires vous permettant ensuite de réaliser une analyse de la situation commerciale de l’entreprise Crozier. Il vous donc ici réaliser une courte analyse de la situation commerciale de Crozier (CA, évolution d’une année à l’autre, position sur le marché, leader ?)**

**………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………**

**………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………**

1. **LA PART DE MARCHE**

Définir la notion de part de marché à partir de l’exemple ci-dessous

Renault réalise un chiffre d’affaires en 2016 de 400 millions d’euros (données fictives). Le marché de l’automobile, Renault y compris, a réalisé un CA total de 3 milliards d’euros.

**………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………**

**………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………**

Illustration

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **En milliards d’euros** | **CA 2015** | **CA 2016** |
| **SAMSUNG** | 152 | 149 |
| **APPLE** | 190 | 176 |
| **LENOVO** | 73 | 124 |
| **TOTAL DU MARCHE** | 525 | 562 |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **En milliards d’euros** | **CA 2015** | **PDM** | **CA 2016** | **PDM** |
| **SAMSUNG** | 152 | **…….** | 149 | **……** |
| **APPLE** | 190 | **……..** | 176 | **…….** |
| **LENOVO** | 73 | **13,90%** | 124 | **22,06%** |
| **TOTAL DU MARCHE** | 525 | **100,00%** | 562 | **100,00%** |

**Calculer la part de marché de Samsung, puis celle d’Apple (à compléter dans le tableau)**

**Analyser et comparer ces informations.**

**………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………**

**………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………**

**Qualifier ces entreprises en fonction de leur position sur le marché : leader, challenger et suiveur.**

**Samsung : ………………………**

**Apple : ………………………….**

**Lenovo : ………………………..**

**APPLICATIONS**

Exercice 1 : M. Baldini possède un camion à pizza. Il a vendu dans la semaine 942 pizzas à un prix moyen unitaire hors taxe de 8,92 €. Il a eu connaissances des ventes réalisées par ses deux concurrents sur la même semaine.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Quantités vendues** | **Prix moyen unitaire** |
| **Baldini** | 942 | 8,92€ |
| **Concurrent 1** | 849 | 10,30€ |
| **Concurrent 2** | 1065 | 7,90 |
| **TOTAL DU MARCHE** | ……………………………. |  |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Quantités vendues** | **PDM** | **Prix moyen unitaire** | **CA** | **PDM** |
| **Baldini** | 942 | 32,98% | 8,92 € | 8 402,64 € | 32,87% |
| **Concurrent 1** | 849 | 29,73% | 10,30 € | 8 744,70 € | 34,21% |
| **Concurrent 2** | 1065 | 37,29% | 7,9 | 8 413,50 € | 32,92% |
| **TOTAL DU MARCHE** | **2856** | 100,00% |   | 25 560,84 € | 100,00% |

**Compléter le tableau ci-dessus, calculer le chiffre d’affaires hebdomadaire réalisé par chaque entreprise, ainsi que la part de marché de chacune.**

**………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………**

**………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………**

**………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………**

**………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………**

**Qualifier leur position sur le marché**

**………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………**

**………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………**

Exercice 2 : Chiffre d’affaires des enseignes de mode à « petits prix » en France

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **En milliers d’€** | **CA N-1** | **CA N** |
| **H&M** | 891 084 | 987 050 |
| **ZARA** | 671 598 | 740 970 |
| **CELIO** | 515 451 | 566 745 |
| **TOTAL DU MARCHE** | 3 178 450 | 3 290 658 |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **En milliers d’€** | **CA N-1** | **PDM** | **CA N** | **PDM** |
| **H&M** | 891 084 | 280,70% | 987 050 | 30,00% |
| **ZARA** | 671 598 | 211,56% | 740 970 | 22,52% |
| **CELIO** | 515 451 | 162,37% | 566 745 | 17,22% |
| **TOTAL DU MARCHE** | 317450 | 100,00% | 3290658 | 100,00% |

**Analyser la position sur le marché de chaque enseigne et les comparer entre elles.**

**………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………**

**………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………**

**………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………**

**………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………**

**Facultatif : Les élèves qui souhaitent approfondir leur entraînement peuvent le faire mais non obligatoire donc pas à rendre pour vendredi**

Exercice 3 :

L'entreprise Crozier fabrique et commercialise des canapés. Son activité se développe sur un marché très concurrencé. Son principal concurrent est Conforama. Afin d'affirmer sa position sur le marché, l'entreprise Crozier a fixé des objectifs commerciaux ambitieux étant donné le contexte économique difficile.

Document 1 : Informations commerciales

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | N-1 | N |
| Quantités vendues |  1 520  |  1 850  |
| Prix moyen unitaire TTC (en €) |  300 €  |  300 €  |
| Prix moyen unitaire HT (en €) |  250 €  |  250 €  |

Document 2 : Chiffre d’affaires **hors taxes** du principal concurrent pour l’année N

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | CONFORAMA | MARCHE TOTAL |
| Chiffre d'affaires HT |  390 500 €  |  1 380 900 €  |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| CA HT | 380 000 € | 462 500 € | 33,49% |

28,28%

**Analysez la situation concurrentielle de l’entreprise Crozier par rapport à son concurrent et au marché.**

**………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………**

**………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………**

1. **LA FIDELITE**

Définir la notion de fidélité

**………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………**

**………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………**

**Comment peut-on mesurer la satisfaction d’un client ?**

Proposer deux exemples d’idées :

**………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………**

**………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………**

Illustration

La SA O’JEANS (cf valeur perçue) a mesuré la fidélité de ses clients.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Indicateurs | N-2 | N-1 |
| Nombre total de clients | 2 880 | 3 200 |
| Nombre de clients fidèles | 2 025 | 2 347 |
| Fréquence moyenne d’achat | 2 fois par semestre | 3 fois par semestre |

**Calculer la part des clients fidèles dans le nombre total des clients.**

**………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………**

**………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………**

**Comparer l’évolution.**

**………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………**

**………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………**

**APPLICATIONS**

Exercice 1 :

L'entreprise Crozier fabrique et commercialise des canapés. Elle souhaite vérifier la fidélité de ses clients.

|  |  |
| --- | --- |
|   | Nombre de clients |
| Catégorie 1 : Clients de l’entreprise depuis moins d’un an |  614  |
| Catégorie 2 : Clients de l’entreprise depuis 1 à 3 ans |  315  |
| Catégorie 3 : Clients de l’entreprise depuis plus de 3 ans |  170  |
| Total | 1 099  |

**Calculer la part de chaque catégorie de clients dans le total des clients.**

**………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………**

**………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………**

**Analyser la fidélité des clients dans cette entreprise.**

**………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………**

**………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………**

**Exercice plus difficile (pas très grave si vous avez du mal mais essayez de le faire quand même)**

Exercice 1 :

L'entreprise Crozier fabrique et commercialise des canapés. Elle souhaite vérifier la fidélité de ses clients.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|   | Nombre de clients | Chiffre d’affaires en € |
| Catégorie 1 : Clients de l’entreprise depuis moins d’un an |  614  |  100 200 €  |
| Catégorie 2 : Clients de l’entreprise depuis 1 à 3 ans |  315  |  171 750 €  |
| Catégorie 3 : Clients de l’entreprise depuis plus de 3 ans |  170  |  190 550 €  |
| Total |  |   |

**Compléter la ligne « Total » du document 3 puis calculer le pourcentage de chiffre d'affaires réalisé par chaque catégorie de clients.**

**Calculer la part de chaque catégorie de clients dans le total des clients.**

**………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………**

**………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………**

**Calculer le chiffre d'affaires moyen réalisé par client, dans chaque catégorie.**

**………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………**

**………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………**

**Conclure sur la fidélité des clients dans cette entreprise.**

**………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………**

**………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………**