

# Introduction d'une nouvelle gamme chez Bricorama

## Le PDUCC en 3 étapes

### Etudes

Documentaires  
Qualitatives/Quantitatives  
Rapport d'étonnement  
Enquête miroir

### 1. Diagnostic

#### Externe

Macro (PESTEL)

Evolution technologique, lois, environnement, pouvoir d'achat...

Micro (Porter)

Tendances sur le marché

Etude de concurrence

Relevé de prix...

#### Interne

Etude des données chiffrées

Analyse de l'offre actuelle

Etude de satisfaction clients...

#### Conclusion du diagnostic

- **menaces/opportunités**
- **forces/faiblesses**

CCF

### Problématique

Ex : comment relancer les ventes du rayon décoration ?

### 2. Solution proposée

Ex : introduction d'une nouvelle gamme de produits

### Conséquences

Commerciales : choix des produits, communication, prix

Organisationnelles : aménager l'espace, merchandising

Humaines : besoin formation du personnel...

Financières...

### Création des outils de pilotage et de suivi du projet (exemples)

Rédaction du cahier des charges ou de la note de cadrage

Planification  
Graphique  
Gantt

Schémas

Budget

Supports de communication

Étude / clients

...

Étude / équipe

CCF

### 3. Analyse/évaluation du projet

Points positifs/négatifs - Critique

# Cahier des charges (rédigé par le commanditaire pour l'étudiant)

ou **Note de cadrage** (rédigée par l'étudiant et remise au commanditaire)

## EXEMPLE

<b>Thème du projet</b>	Introduction d'une nouvelle gamme chez Bricorama
<b>Initiateur du projet/chef de projet</b>	Nom du stagiaire
<b>Dates du projet</b>	Du 1 <sup>er</sup> novembre 2014 au 15 mai 2015
<b>Origine du projet</b>	Baisse du chiffre d'affaires sur le rayon décoration Rayon peu mis en valeur, peu de références... Manque de satisfaction des clients
<b>Objectifs à réaliser Besoins à satisfaire</b>	Sélectionner un assortiment pertinent (rayon décoration)/clientèle Proposer un espace commercial et attractif Réaliser un CA de..., un taux de marge moyen de.... Accroître l'attractivité du rayon
<b>Date/délai/lieu</b>	La nouvelle collection doit être implantée au 1 <sup>er</sup> janvier 2015. Rayon décoration.
<b>Plan d'action</b>	<u>Phase de pilotage</u> Planification du projet (cf. graphique de Gantt) Choix de l'assortiment, adapté compte tenu de la clientèle Création du plan du nouveau linéaire Communication auprès des clients et de l'équipe Présentation et formation des vendeurs, animation de l'équipe Vérification des prix compte tenu du réseau et de la concurrence Mise en place des produits dans le linéaire  <u>Phase de suivi</u> Étude de satisfaction des clients Analyse des statistiques de vente Mesure de l'attractivité du rayon (passage, prise en main...) Reporting des retombées au responsable et à l'équipe (au réseau)
<b>Ressources nécessaires/disponibles</b>	<u>Humaines</u> : 1 collaborateur pour l'aide à l'agencement du linéaire Moi-même <u>Matérielles</u> : poste informatique, logiciel de marchandisage, de dépouillement d'enquêtes <u>Financières</u> : aucune
<b>Contraintes/limites</b>	Ne pas provoquer une baisse des ventes pendant le changement Ne pas gêner les clients pendant les mises en place (prévoir avant ou après ouverture)