

REPUBLIC OF CAMEROON
MINISTRY OF HIGHER EDUCATION
ADVANCED TEACHER'S TRAINING COLLEGE FOR TECHNICAL EDUCATION

CASE STUDY

Spécialité: BTS Action Commerciale

Duration: 5h

Cameroon Computer Equipment Corporation (CCEC), specialized in the mounting and distribution of computers, word processors and accessories such as floppy disk, cassettes with a capital of 500000000FCFA is a company that was created in Bafoussam in 2009 by Mr Hilarion AHMADOU.

This enterprise is the exclusive representative of four rival brands: IBM, SHAP, BULL and OLIVETTI for your recruitment test into this enterprise you have to treat four files:

- I. Sales forecasting
- II. Pricing policy
- III. International franchising
- IV. Analysis of exploitation

File one: Sales forecasting

The sales manager gives you annexe 1 concerning the global monthly sales statistics for 2012, 2013, 2014. The sales of PC IBM435 were 25 units at 648000F each in 2014.

Moreover, the consumer price index was 125 in 2015 with reference to a base of 100 in 2009;

The price elasticity of demand was 1,2 in absolute value, the income growth rate between 2014 and 2015 is estimated at 2% for segment of clientele targeted.

First work required:

- 1-1 Compute the monthly mobile totals for 2013 and 2014 in annexe 2
- 1-2 Briefly explain the utility of mobile totals in sales forecasting and analysis
- 1-3 Determine the trend line equation of the sales using the mobile totals of 2013 and 2014, working with the extreme points method
- 1-4 Using the trend equation above, determine the monthly sales of the first quarter of 2015
- 1-5 Calculate the turnover generated by the sales of one PC IBM435 for 2015 in constant franc of 2009;

REPUBLIQUE DU CAMEROUN
MINISTRE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR
ECOLE NORMALE SUPERIEURE D'ENSEIGNEMENT TECHNIQUE

ETUDE DE CAS

Durée : 5h

Spécialité: BTS Action commerciale

Cameroon Computer Equipment (CCEC) spécialisée dans le montage et la distribution des ordinateurs, processeurs et accessoires est une entreprise au capital de 500 000 000 FCFA créée en

2009 à Bafoussam par M.AHMADOU Hilarion.

Cette entreprise est la représentante exclusive de quatre marques concurrentes : IBM, SHARP, BULL, OLIVETTI. On vous donne 4 dossiers à traiter pour votre test de recrutement :

- I. Prévion des ventes
- II. Politique de prix
- III. Franchise
- IV. Analyse d'exploitation

Dossier 1 : La prévision des ventes

Le Directeur Commercial vous donne en annexe 1 les informations sur les ventes de 2012, 2013 et 2014. Les ventes de PC IBM 435 étaient de 25 unités à 648000 F l'un en 2014.

L'indice de prix était de 125 en 2015 par rapport à la base de 100 en 2009. Le prix élastique de la demande était de 1,2 en valeur absolue. La hausse du pouvoir d'achat entre 2014 et 2015 est estimée à 2% pour le segment de la clientèle visée.

Premier travail demandé :

- 1.1 Calculer les totaux mobiles de 2013 et 2014 en annexe 2
- 1.2 Expliquez en bref l'utilité des totaux mobiles dans la prévision et l'analyse des ventes.
- 1.3 Déterminez l'équation de droite des ventes en utilisant les totaux mobiles de 2013 et 2014, méthode des points extrêmes.
- 1.4 A l'aide de l'équation de la droite ci-dessus déterminée, calculer les ventes mensuelles du premier trimestre de 2015.
- 1.5 Calculer le chiffre d'affaires généré par la vente d'un PC IBM435 en 2015 en franc constant de 2009.

File 2: Pricing policy

In April 2014, IBM proposed to CCEC to mount and commercialize its new Laptop IBM430 that has already made success in the USA, Europe and South est Asia. Being marketing oriented, the sales manager of CCEC decides to carryout a preliminary study of Cameroonian market of Laptop. This study mostly concern the acceptability price of the new brand? Results of this research is given in annexe 3 moreover, the potential market of this new product is done on a sample 10000 persons.

Second work required:

- 2.1 Define the following terms: marketing research, marketing oriented, marketing attitude, psychological price.
- 2.2 Explain the following pricing strategies, penetration pricing strategy, skimming pricing strategy, discriminatory pricing strategy (state their objectives, when are they applied and the conditions for their application).
- 2.3 Complete annexe 4 by calculating the psychological price.
- 2.4 Bearing in mind that with this new product, CCEC will be able to penetrate the market at 30%, calculates the previsionnal turnover.
- 2.5 After taking into account its cost price, the Manager of CCEC decides to sell at 999990F what is the strategic name given to such a price? Recall the objective of such a price .

File 3: International franchising :

Following the success of Laptop IBM on the cameroon market, CCEC received from Goupil firm (a European company) to implant a shelf in franchise in her sales point for the distribution of its Laptop "Goupil club 60".

Third work required.

- 3.1 Define franchising and indicate the obligations of CCEC in the franchise contract.
- 3.2 After starting the difference between franchising and concession, give the advantages and the inconveniences of the franchising contract to CCEC.
- 3.3 Indicate roles played by six agents that can Intervene in the transaction between CCEC and Goupil.

Dossier 2 : La politique de prix

En avril 2014, IBM propose à CCEC de monter et commercialiser son nouveau Laptop IBM430 qui a déjà connu du succès aux Etas Unis d'Amérique, Europe et l'Asie de l'est. Etant orienté marketing, le directeur commercial de CCEC décide de commencer par une étude préliminaire du marché camerounais des Laptops. Cette étude concerne le prix d'acceptabilité d'une nouvelle marque de Laptop. Les résultats sont confiés en annexe 3, l'échantillon est de 10000 personnes.

Deuxième travail à faire :

- 2.1. Définir les termes : étude de marché, orientation marketing, attitude marketing, prix psychologique.
- 2.2 . Expliquez les stratégies de prix suivantes : stratégie de pénétration, stratégie d'écrémage, stratégie de discrimination. (Pour chaque stratégie donner les objectifs, qu'on peut appliquer et les conditions d'application).
- 2.3. Complétez l'annexe4 en calculant le prix psychologique.
- 2.4. Avec cette nouvelle marque le taux de pénétration du marché par CCEC est de 30%, calculer le chiffre d'affaires prévisionnel.
- 2.5 Après pris en compte ses coût de revient le Directeur de CCEC décide de vendre au prix de 9999990F. Quel est le nom stratégique donné à un tel prix ? Rappel l'objectif d'un tel prix ? Rappel l'objectif d'un tel prix.

Dossier 3 : Franchise International

Après le succès de Laptop IBM au Cameroun, CCEC a reçu de Goupil (une firme européenne) un accord de franchise lui permettant de commercialiser la marque "Goupil club 60" dans ses points de vente au Cameroun.

Troisième travail à faire :

- 3.1. Définir franchise et indiquer les obligations de CCEC dans un contrat de franchise.
- 3.2. Donner la différence entre la franchise et la concession. Quels sont les avantages et les inconvénients d'un contrat de franchise à CCEC ?
- 3.3. Indiquez le rôle joué par six agents qui peuvent intervenir dans les transactions entre Goupil et CCEC.
- 3.4. Sous forme d'une note de synthèse, présentez les conditions douanières et commerciales à remplir par Goupil avant d'introduire ses produits au Cameroun.
- 3.5. Définir le crédit documentaire et présenter le schéma de son fonctionnement

Present in the form of a synthesis note, the customs and commercial conditions to be fulfilled by the firm Goupil for the introduction of her products in Cameroon.
3.5 Define documentary credit and present a sketch of how it functions.

File 4: Analysis of exploitation

Innexe 5, you are given the profit and loss account of 2014 as well as the repartition key of charges by nature and their ventilation. The other products of exploitation and the financial products are to be deducted from fixe charges.

Four works required:

- 4.1 Construct the differential exploitation table.
- 4.2 Calculate the break-even point.
- 4.3 Given the seasonal coefficients affecting sales as given in annexe 6, calculate the break-even date in 2014.

Annexes

Annexes 1 : Evolution of sales of CCEC from 2012 to 2014 in millions of FCFA

years	J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
2012	60	82	92	128	259	298	125	90	56	52	54	63
2013	70	96	108	142	280	321	160	118	69	68	69	85
2014	85	107	128	160	300	350	180	135	89	79	80	107

Annexe 3 : Extract of the results of a study of Cameroon market

	Percentage responses of minimum price	Percentage responses of maximum price
500 000	1	0
600 000	8	1
700 000	15	4
800 000	25	5
900 000	30	5
1 000 000	5	15
1 100 000	5	38
1 200 000	5	12
1 300 000	3	10
1 400 000	2	5
1 500 000	1	3
1 600 000	0	2
TOTAL	100	100

Dossier 4 : Analyse d'exploitation

Vous disposez en annexe 5 du compte de résultat de l'exercice 2014 de CCEC ainsi que ses clés de répartition des charges par nature en charge par fonction et leur ventilation ;

En outre, d'autres produits d'exploitation et les produits financiers sont à déduire des charges de structure.

Quatrième travail à faire :

- 4.1 Construit le tableau d'exploitation différentiel faisant apparaître le coût variable de production des produits vendus, le coût variable, la marge sur coût variable, le coût de revient et le résultat.
- 4.2 calculer le seuil de rentabilité
- 4.3 Connaissant les coefficients saisonniers affectant les ventes mensuelles en annexe 6, rechercher la date approximative à laquelle a été atteint le seuil de rentabilité en 2014.

Les annexes

Annexes 1 : Evolution des ventes de CCEC de 2102 en 10⁶ FCFA

	J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
2012	60	82	92	128	259	298	125	90	56	52	54	63
2013	70	96	108	142	280	321	160	118	69	68	69	85
2014	85	107	128	160	300	350	180	135	89	79	80	107

Annexe 3 : Extrait des résultats d'étude de marché de Laptop

	Pourcentages de réponses prix minimum	Pourcentages de réponses prix maximum
500 000	1	0
600 000	8	1
700 000	15	4
800 000	25	5
900 000	30	5
1 000 000	5	15
1 100 000	5	38
1 200 000	5	12
1 300 000	3	10
1 400 000	2	5
1 500 000	1	3
1 600 000	0	2

Present in the form of a synthesis note, the customs and commercial conditions to be fulfilled by the firm Goupil for the introduction of her products in Cameroon.
3.5 Define documentary credit and present a sketch of how it functions.

Fle 4: Analysis of exploitation

Innexe 5, you are given the profit and loss account of 2014 as well as the repartition key of charges by nature and their ventilation. The other products of exploitation and the financial products are to be deducted from fixe charges.

Four works required:

- 4.1 Construct the differential exploitation table.
- 4.2 Calculate the break-even point.
- 4.3 Given the seasonal coefficients affecting sales as given in annexe 6, calculate the break-even date in 2014.

Annexes

Annexes 1 : Evolution of sales of CCEC from 2012 to 2014 in millions of FCFA

years	J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
2012	60	82	92	128	259	298	125	90	56	52	54	63
2013	70	96	108	142	280	321	160	118	69	68	69	85
2014	85	107	128	160	300	350	180	135	89	79	80	107

Annexe 3 : Extract of the results of a study of Cameroon market

	Percentage responses of minimum price	Percentage responses of maximum price
500 000	1	0
600 000	8	1
700 000	15	4
800 000	25	5
900 000	30	5
1 000 000	5	15
1 100 000	5	38
1 200 000	5	12
1 300 000	3	10
1 400 000	2	5
1 500 000	1	3
1 600 000	0	2
TOTAL	100	100

Dossier 4 : Analyse d'exploitation

Vous disposez en annexe 5 du compte de résultat de l'exercice 2014 de CCEC ainsi que ses clés de répartition des charges par nature en charge par fonction et leur ventilation ;

En outre, d'autres produits d'exploitation et les produits financiers sont à déduire des charges de structure.

Quatrième travail à faire :

- 4.1 Construit le tableau d'exploitation différentiel faisant apparaître le coût variable de production des produits vendus, le coût variable, la marge sur coût variable, le coût de revient et le résultat.
- 4.2 calculer le seuil de rentabilité
- 4.3 Connaissant les coefficients saisonniers affectant les ventes mensuelles en annexe 6, rechercher la date approximative à laquelle a été atteint le seuil de rentabilité en 2014.

Les annexes

Annexes 1 : Evolution des ventes de CCEC de 2102 en 10⁶ FCFA

	J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
2012	60	82	92	128	259	298	125	90	56	52	54	63
2013	70	96	108	142	280	321	160	118	69	68	69	85
2014	85	107	128	160	300	350	180	135	89	79	80	107

Annexe 3 : Extrait des résultats d'étude de marché de Laptop

	Pourcentages de réponses prix minimum	Pourcentages de réponses prix maximum
500 000	1	0
600 000	8	1
700 000	15	4
800 000	25	5
900 000	30	5
1 000 000	5	15
1 100 000	5	38
1 200 000	5	12
1 300 000	3	10
1 400 000	2	5
1 500 000	1	3
1 600 000	0	2