

N° de candidat-e:

Nom:

Prénom:

ANAVANT[®]

Schweizerischer Verband technischer Kaderleute
Société suisse des cadres techniques
Società svizzera dei quadri tecnici

Examen professionnel de spécialiste technico-gestionnaire / 2022

Étude de cas intégrée

PROPOSITIONS DE SOLUTIONS

Pour l'ensemble de l'examen, veuillez utiliser **exclusivement** les feuilles de solutions. **Les éventuelles remarques et notes figurant sur les feuilles du questionnaire ne seront pas évaluées.**

Si vous n'avez pas assez de place pour répondre, veuillez utiliser le verso des feuilles de solutions. Deux feuilles de solutions vierges sont fournies en plus, et d'autres feuilles de solutions sont disponibles auprès du surveillant.

Sous-tâche 1 : calcul des prix

Tâche 1.1.

Évaluation :

Cet exercice donne 9 points.

| | |
|---|---------------------|
| a) Prix de revient du vélo le moins cher en CHF, somme de | |
| Cadre | CHF 700.- |
| Composants 500 Euro : $0.94 \text{ Euro/CHF} =$ | CHF 531.90 |
| Roues 2 x CHF 350.- = | CHF 700.- |
| el. unité d'entraînement | CHF 1'250.- (Bosch) |
| entraînement par moyeu breveté (obligatoirement aussi Bosch) | CHF 500.- |
| Frais logistiques USD 60 : $1.09 \text{ USD/CHF} =$ | CHF 55.05 |
| Pièces supplémentaires et petites pièces | CHF 350.- |
| frais internes | CHF 240.- |
| Total vélo le moins cher | CHF 4'326.95 |

| | |
|--|---------------------|
| b) Prix de revient du vélo le plus cher en CHF | |
| Cadre | CHF 1'200.- |
| Composants 550 Euro : $0.94 \text{ Euro/CHF} =$ | CHF 585.10 |
| Roues 2 x CHF 750.- = | CHF 1'500.- |
| el. unité d'entraînement | CHF 1'400.- (Brose) |
| entraînement breveté du moyeu (obligatoirement aussi Brose) | CHF 450.- |
| frais de logistique USD 60 : $1.09 \text{ USD/CHF} =$ | CHF 55.05 |
| pièces supplémentaires et petites pièces | CHF 350.- |
| frais internes | CHF 240.- |
| Total vélo le plus cher | CHF 5'780.15 |

Tâche 1.2.

Évaluation :

Cet exercice donne 6 points.

- a) Prix de vente du vélo le moins cher en CHF, marge : 30% sur le prix de revient

$$\text{Coût de revient en CHF} \times (100\% + \text{marge en } \%) / 100\% = \\ \text{CHF } 4'326.95 \times (100\% + 30\%) / 100\% = \text{CHF } 5'625.05$$

Total vélo le moins cher **CHF 5'625.05**

- b) Prix de vente du vélo le plus cher en CHF, marge : 30% sur le prix de revient

$$\text{Coût de revient en CHF} \times (100\% + \text{marge en } \%) / 100\% = \\ \text{CHF } 5'780.15 \times (100\% + 30\%) / 100\% = \text{CHF } 7'514.20$$

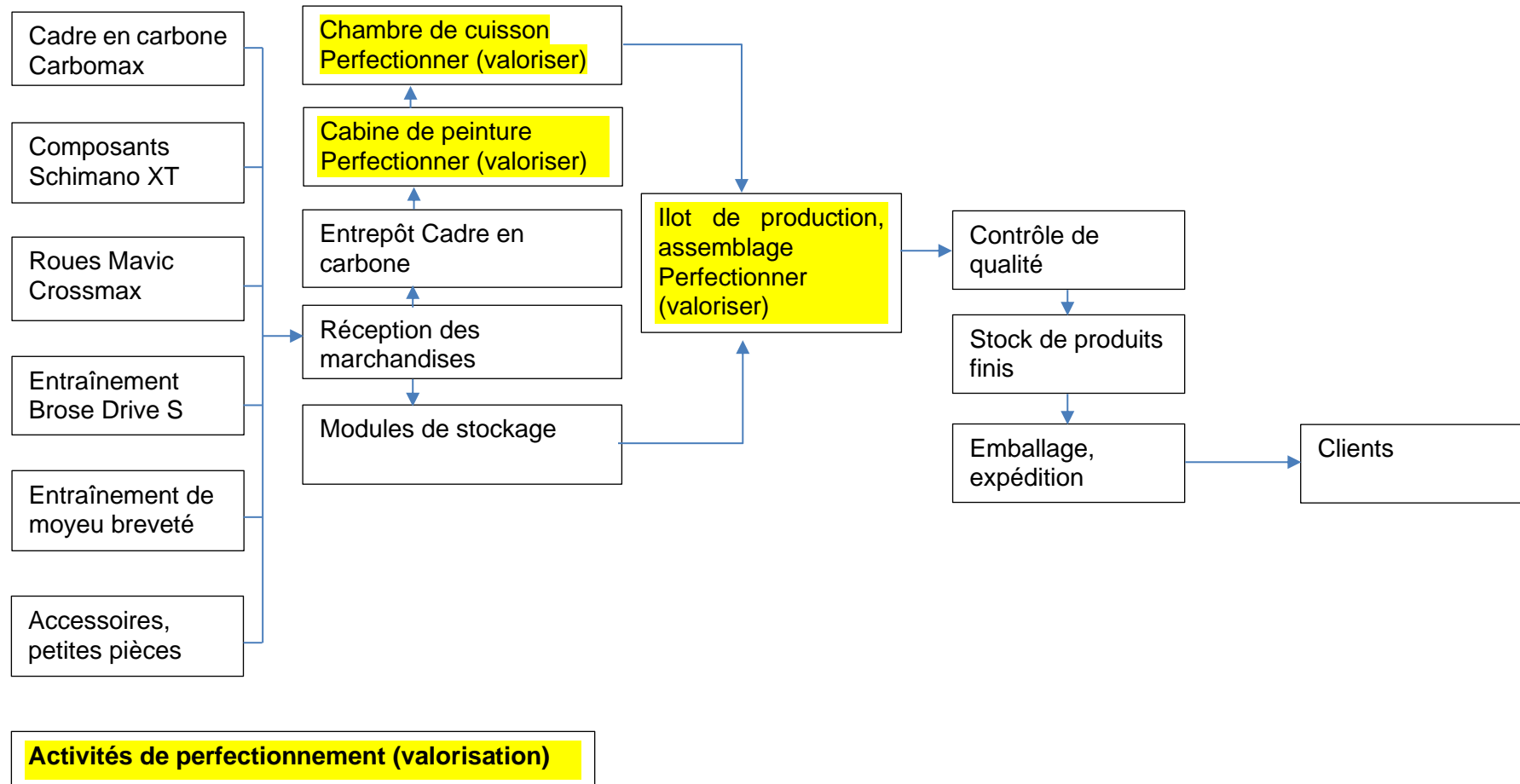
Total vélo le plus cher **CHF 7'514.20**

Sous-tâche 2 : visualisation de la chaîne logistique

Sous-tâche 2.1.

Évaluation :

Cet exercice donne 9 points.



Tâche partielle 2.2.

Évaluation :

Cet exercice donne 3 points.

a) Flux des fonds / flux monétaire

Flux des fonds / flux monétaire



Le flux monétaire se fait en principe dans le sens des clients vers les fournisseurs.

b) Flux d'informations

Flux d'informations



Le flux d'informations se fait en principe dans les deux sens, c'est-à-dire des fournisseurs vers les clients et des clients vers les fournisseurs.

Tâche 2.3.

Évaluation :

Cet exercice donne 3 points.

Définition des "activités de valorisation" (perfectionnement): les activités de "valorisation" transforment les biens et leurs composants en biens et leurs composants ayant une valeur monétaire plus élevée. Il s'agit d'activités tout au long de la chaîne d'approvisionnement qui confèrent une valeur plus élevée à un bien et à ses composants. Dans ce contexte, la valeur ajoutée réelle est tirée des activités d'une entreprise et de ses collaborateurs.

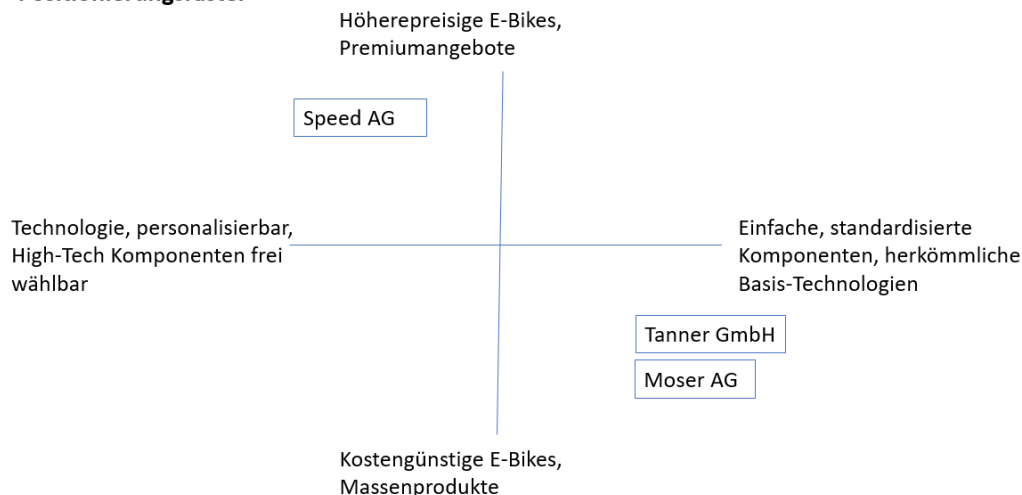
Sous-tâche 3 : positionnement

Tâche 3.1.

Évaluation :

L'exercice donne 9 points

Positionierungsraaster



| | |
|---|--|
| <p>Positionierungsraaster</p> <ul style="list-style-type: none"> • Höherepreisige E-Bikes, Premiumangebote • Einfache, standardisierte Komponenten, herkömmliche Basis-Technologien • Kostengünstige E-Bikes, Massenprodukte • Technologie, personalisierbar, High-Tech Komponenten frei wählbar | <p>Graphique de positionnement</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vélos électriques à prix plus élevés ; offres premium • Composants simples et standardisés ; technologies de base traditionnelles • Vélos électriques à bas prix ; produits de masse • Technologie personnalisable ; composants high-techs au choix |
|---|--|

Description du concurrent Tanner GmbH : l'entreprise Tanner GmbH produit avant tout des vélos de ville simples pour les femmes et les seniors. Les prix de leurs vélos se situent dans la fourchette basse.

Description du concurrent Moser AG : l'entreprise Moser AG s'est spécialisée dans la production de vélos de ville électriques et ses groupes cibles sont largement répartis sur tous les groupes d'utilisateurs.

Sous-tâche 4 : Création d'une annonce

Sous-tâche 4.1

Évaluation :

Cet exercice donne 15 points.



SPEED AG
www.speed.ch

TOUTE LA PUISSANCE. PAS DE LIMITES.

Profite d'une puissance sans limite et d'un nouveau plaisir de conduite dynamique sur tous les terrains



Le nouveau VTT électrique XT3 :

Des propriétés de conduite uniques grâce à la technologie brevetée de SPEED

- Double transmission (2 roues motrices) au lieu d'une seule → pour un style de conduite plus agile, plus d'adhérence et une meilleure tenue de route
- Chargement automatique de la batterie lors des descentes grâce à une commande intelligente
→ pour une plus grande autonomie

Découvre le nouveau standard du vélo électrique :

→ Découvre les avantages de notre technologie dans la vidéo avec l'ancienne vétéliste de Coupe du monde Veronika Zendl : www.speed.ch/veronika

→ Rencontre SPEED. Viens discuter avec nous. Fais un tour d'essai et sens ce que notre technique fait à ton vélo.

Des essais sont possibles dans divers bikeparks à différentes dates ! Rends-nous visite sur : www.speed.ch/testme. Nous nous réjouissons de faire ta connaissance !



Remarque importante : il n'est pas attendu des candidats qu'ils dessinent une image comme celle présentée ci-dessus - l'image de cette proposition de solutions doit montrer quel univers visuel les candidats peuvent décrire, par exemple.

Sous-tâche 5 : Gestion du personnel

Sous-tâche 5.1

Évaluation :

Cet exercice donne 9 points.

| 3 stratégies de planification du personnel, de recrutement et de développement à long terme pour attirer des spécialistes et des cadres supérieurs | Justification (1 phrase ou mots-clés de chaque) |
|---|---|
| Concept de parcours professionnel interne qui décrit des plans de développement et de carrière pour les collaborateurs talentueux dans une entreprise en pleine croissance. | Les opportunités de développement mènent à la satisfaction des collaborateurs et cette notion se propage. Cela résulte en des collaborateurs intrinsèquement motivés et pleinement convaincus par l'entreprise et ils attirent ainsi leurs propres collègues dans l'entreprise. |
| Approcher de manière proactive les jeunes talents en formation et leur offrir des opportunités | Par exemple, grâce à des stages ou à la possibilité d'effectuer un travail de diplôme financé par l'entreprise, les jeunes talents sont sensibilisés très tôt à l'entreprise et peuvent ensuite être plus facilement acquis. |
| Participation à des salons professionnels / activité de conférencier/professorat, par ex. des fondateurs d'entreprise | Le recrutement de jeunes professionnels se fait par le biais de contacts personnels et de modèles. La présence correspondante des dirigeants les interpelle particulièrement. |

Sous-tâche 6 : élaboration d'une planification des liquidités

Sous-tâche 6.1

Évaluation :

Cet exercice donne 12 points.

| Planification des liquidités SPEED AG | mar 22 | avr 22 | mai 22 | Jun 22 | juil. 22 | Août 22 | Sep 22 | Oct 22 | Nov 22 | déc 22 |
|--|---------|---------|---------|---------|----------|----------|------------|------------|------------|------------|
| Capital requis | | | | | | | | | | |
| 2 sponsors | 200'000 | | | | | | | | | |
| Liquidités au début de la période | 200'000 | 192'000 | 184'000 | 88'000 | 7'400 | -87'700 | -195'800 | -1'196'900 | -4'851'500 | -4'876'100 |
| Recettes | | | | | | | | | | |
| Vente | | | | | | | | | 60'000 | 60'000 |
| Dépenses | | | | | | | | | | |
| Loyer | | | | -2'600 | -2'600 | -2'600 | -2'600 | -2'600 | -2'600 | -2'600 |
| Salaires | -7'000 | -7'000 | -7'000 | -27'000 | -40'000 | -53'000 | -66'000 | -79'000 | -79'000 | -79'000 |
| Transformation et aménagement | | | | -50'000 | -50'000 | -50'000 | -50'000 | -50'000 | | |
| Coûts des produits semi-finis | | | -88'000 | | | | -880'000 | -3'520'000 | | |
| Coûts restants | -1'000 | -1'000 | -1'000 | -1'000 | -2'500 | -2'500 | -2'500 | -3'000 | -3'000 | -3'000 |
| | | | | | | | | | | |
| Liquidités à la fin de la période | 192'000 | 184'000 | 88'000 | 7'400 | -87'700 | -195'800 | -1'196'900 | -4'851'500 | -4'876'100 | -4'900'700 |

Sous-tâche 6.2.

Évaluation :

L'exercice donne 6 points

Un montant minimum de 4 900 700 CHF est nécessaire.

Les levées de fonds possibles peuvent être

- Augmentation du capital-actions ou
- Des capitaux/fonds étrangers provenant d'une banque ou d'autres bailleurs de fonds, ou
- Un mélange entre une augmentation de capital-actions et une levée de fonds étrangers.

Justifications possibles :

Fonds propres : l'argent ne doit pas être remboursé, il est disponible à long terme. Le capital-risque est probablement plus facile à obtenir auprès d'investisseurs que par le biais de crédits bancaires.

Capital étranger : en cas de succès de l'entreprise, celui-ci ne doit pas être "partagé" avec d'autres. Les bailleurs de fonds propres pourraient faire valoir le droit à un siège au conseil d'administration et souhaiter avoir un droit de regard.

Sous-tâche 7 : gestion d'entreprise

Sous-tâche 7.1.

Évaluation :
L'exercice donne 9 points

| Zielmarkt | Strategischer Vorteil | |
|-----------|---|--|
| | Einzigartigkeit/Produktvorteil | Kostenvorsprung |
| | Gesamtmarkt | Differenzierung Das Unternehmen bietet eine einzigartige Leistung für den Gesamtmarkt an, welche sich deutlich von denen der Konkurrenz unterscheidet |
| Nische | Differenzierung in Nische Das Unternehmen bietet eine einzigartige Leistung auf einen ausgewählten Marktbereich, d.h. auf bestimmte Kundensegmente und dort für eine Nische. | Kostenführerschaft in Nische Das Unternehmen bietet kostengünstigere Produkte als die Konkurrenten für einen ausgewählten Marktbereich, d.h. auf bestimmte Kundensegmente und dort für eine Nische. |

Décision : Dans le cas présent (référence au cas), il faut parler d'une stratégie de niche au sens d'une différenciation par un avantage produit clair.

| | |
|--|--|
| Zielmarkt <ul style="list-style-type: none"> Niche Gesamtmarkt Strategischer Vorteil <ul style="list-style-type: none"> Einzigartigkeit / Produktvorteil Kostenvorsprung | Marché cible <ul style="list-style-type: none"> Niche L'ensemble du marché Avantage stratégique <ul style="list-style-type: none"> Avantage unique / Avantage du produit Avantage en termes de coûts |
|--|--|

| | | |
|------------------------------|--|---|
| L' ensemble du marché | Différentiation L'entreprise offre une prestation unique pour l'ensemble du marché, qui se distingue nettement de celle de ses concurrents. | Leadership en termes de coûts L'entreprise se crée un net avantage en termes de coûts sur le marché grâce à l'efficacité de la production et à une part de marché élevée. |
| Niche | Différentiation – Niche L'entreprise offre une prestation unique pour un secteur de marché choisi ; c'est-à-dire pour certains segments de clientèle et là pour une niche. | Leadership en termes de coûts – Niche L'entreprise propose des produits moins chers que ceux de ses concurrents pour un secteur de marché choisi ; c'est-à-dire pour certains segments de clientèle et là pour une niche. |