

SESSION 2004

**BREVET TECHNICIEN SUPÉRIEUR
FORCE DE VENTE**

**Organisation et Gestion de Clientèle et de
Secteur**

**Durée : 5 heures
Coefficient : 4**

Matériel autorisé :

Calculatrice de poche à fonctionnement autonome, sans imprimante et sans dispositif de communication externe (circulaire n° 99-186 du 16/11/99).

Aucun document autorisé.

Documents à rendre avec la copie : Annexe 9 (page 16/18)

**Dès que le sujet vous est remis, assurez-vous qu'il soit complet.
Le sujet comporte 18 pages, numérotées de 1 à 18.**

Code sujet : FVOGCS-P04

BTS Force de vente- Session 2004
Organisation et gestion de clientèle et de secteur – FVOGCS

Durée : 5 heures

Coefficient : 4

Culligan

Cette étude de cas part de données réelles qui ont été modifiées pour des raisons de confidentialité.

COMPOSITION DU CAS

Présentation de l'entreprise

- Dossier 1 : **Diagnostic du secteur**
- Dossier 2 : **Action de l'équipe commerciale**
- Dossier 3 : **Perspectives d'évolution**

RECOMMANDATIONS IMPORTANTES

Chaque dossier peut être traité de manière indépendante. Cependant, le candidat ne doit pas négliger l'ordre dans lequel les dossiers sont présentés. Le respect de cet ordre permet de mieux s'imprégner du sujet. Le candidat devra en outre faire preuve de discernement afin de repérer dans les documents annexés l'indispensable de l'accessoire.

L'étude de cas constitue un tout, et à ce titre, elle devra comporter **une introduction et une conclusion**.

Enfin, il est rappelé au candidat qu'il ne doit **en aucun cas faire figurer ou apparaître son nom** dans la copie. En l'absence de précision du sujet, le commercial sera madame, mademoiselle ou monsieur X.

Le candidat doit s'assurer que l'annexe 9 (page 16/18), indépendante du sujet et à rendre avec la copie, est bien en sa possession.

MATÉRIEL AUTORISÉ :

Calculatrice de poche à fonctionnement autonome, sans imprimante et sans dispositif de communication externe (circulaire n° 99-186 du 16/11/99).

AUCUN DOCUMENT AUTORISÉ

Les différentes tâches qui sont confiées au candidat ou à la candidate apparaissent en caractères gras et en italique dans chaque dossier, dans la forme retenue pour ce paragraphe.

PRÉSENTATION DE L'ENTREPRISE

La société américaine CULLIGAN créée en 1936 à Northbrook dans l'Illinois (siège social de la société mère), est aujourd'hui implantée dans près de 100 pays. CULLIGAN emploie plus de 20 000 personnes pour un chiffre d'affaires de 1 milliard de dollars.

Les compétences de CULLIGAN reposent sur un développement permanent de procédés, de technologies, de matériels pour des applications de traitement de l'eau aussi diverses que l'adoucissement, la déferrisation, la déchloration, la purification ...

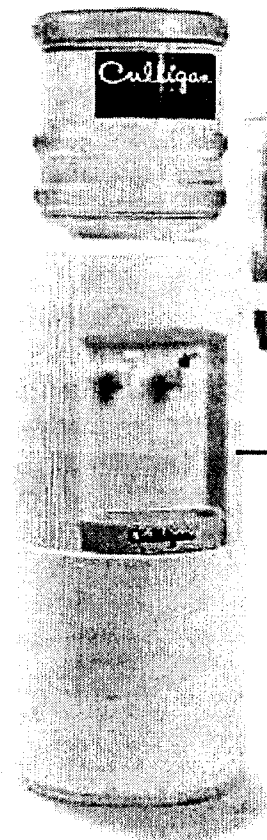
En France, où elle est présente depuis plus de quarante ans, la distribution s'effectue grâce à un réseau de 65 agences (points de vente et boutiques de l'eau) implantées aux quatre coins de l'hexagone offrant ainsi un service de proximité à l'ensemble des clients.

Depuis 1997, CULLIGAN offre à travers la fontaine d'eau, un service complet d'eau de source fraîche et tempérée aux salariés et clients des entreprises. Ce nouveau marché offre des perspectives importantes de développement. L'entreprise CULLIGAN est n°1 mondial du traitement de l'eau et occupe en France sur le marché des fontaines, la troisième place derrière DANONE et NESTLÉ qui commercialisent respectivement les marques Château d'Eau et Aquarel. Le siège social de Culligan France se situe à Saint Quentin en Yvelines.

Présentation des produits de la société (voir page suivante).

Fontaines et Bonbonnes Culligan

FONTAINES



- Fontaine froide et tempérée
- robinet blanc (température ambiante)
- robinet bleu (eau réfrigérée)
- température froide 4 à 11° C
- hauteur 138 cm - diamètre 33 cm



- Fontaine froide et chaude
- robinet bleu (eau réfrigérée)
- robinet rouge (eau chaude)
- avec sécurité (température chaude 80 à 86° C)
- hauteur 138 cm - diamètre 33 cm

BONBONNES



Chaque jour, notre corps a besoin d'eau pure pour s'hydrater. Culligan a sélectionné pour vous une eau de source réputée pour sa très haute qualité et son goût. Rigoureusement contrôlée, elle vous est livrée dans des bonbonnes fabriquées avec le même matériau que celui des biberons de bébé. Les fontaines haut de gamme Culligan vous permettent de déguster une eau toujours fraîche, tempérée ou chaude en toute convivialité.

Dans chaque agence, la force de vente est structurée en trois réseaux :

- le réseau « Industrie » qui commercialise des adoucisseurs et des gros systèmes de traitement de l'eau auprès des entreprises,
- le réseau « Particuliers » qui commercialise les adoucisseurs et osmoseurs (appareils de purification d'eau),
- le réseau « business to business »* qui commercialise les fontaines d'eau auprès des entreprises (principalement de petite taille).

Les commerciaux de ce dernier réseau proposent à leurs clients, la mise à disposition de fontaines d'eau déclinée en deux modèles :

- eau froide et tempérée,
- eau froide et chaude.

CULLIGAN s'engage à effectuer l'entretien des fontaines déposées chez les clients. Elle propose aussi la vente des bonbonnes d'eau et des gobelets. (Annexe 1)

L'entreprise accorde une importance capitale au choix et à la qualité de l'eau de source qui alimente les fontaines : parfaitement équilibrée, celle-ci fait l'objet de contrôles systématiques et sévères, avant et pendant l'embouteillage.

Les techniciens entretiennent chaque fontaine trimestriellement. Ils consignent chacun de ces entretiens sur le « carnet sanitaire » de chaque fontaine. Les bonbonnes d'eau, d'une contenance de 18,9 litres sont livrées régulièrement selon un système informatisé qui s'adapte aux besoins des clients.

* Commerce interentreprises

La conquête des clients s'opère de différentes façons :

- prospection terrain
- parrainage (recommandation par nos clients auprès de prospects)
- publipostage par télécopie, publipostage par Internet
- appels entrants
- téléprospection
- site Internet
- informations recueillies auprès des techniciens du service SAV.

Jusqu'à présent, les commerciaux ont exploité leur secteur avec un développement rapide, le marché étant relativement nouveau. Désormais, ce marché est en pleine croissance et la concurrence y est vive, Culligan souhaite s'y assurer une part de marché de 25 %. Tous ces éléments doivent conduire l'agence d'Épinay à évoluer.

Vous êtes Claude DELEC, titulaire du BTS Force de vente. Après une année d'expérience dans la vente terrain, vous venez d'être recruté(e) par Valérie MORIN responsable de l'agence d'Épinay sur Seine (93).

Vous avez donc une double fonction :

- Adjoint(e) commercial(e) de Valérie Morin,
- Commercial(e) « fontaines » responsable d'un secteur au sein d'une équipe déjà composée de cinq vendeurs.

En vue de préparer la réorganisation de l'agence, rendue nécessaire par les nouvelles tendances du marché, Valérie Morin vous confie :

- Dossier 1 : **le diagnostic du secteur**
- Dossier 2 : **l'action de l'équipe commerciale**
- Dossier 3 : **l'étude des perspectives d'évolution**

Liste des Annexes

N°	Nom	Pages
1	Potentiel du secteur	7
2	Tarifs	8
3	Ratios de consommation et répartition des « prospects »	8 et 9
4	Potentiel de fontaines par commercial	9
5	Tableau d'analyse des ventes « Fontaines »	11
6	Extrait de l'entretien avec Valérie MORIN	13
7	Tableau d'analyse des « Retours fontaines »	14
8	Éléments d'activité de deux commerciaux	15
9	Tableau de rentabilité des vendeurs <i>à rendre avec la copie</i>	16
10	Un Intranet pour manager de plus près	18