

CORRIGE

Ces éléments de correction n'ont qu'une valeur indicative. Ils ne peuvent en aucun cas engager la responsabilité des autorités académiques, chaque jury est souverain.

**E 20
TOG**

CORRIGE

TECHNIQUES D'ORGANISATION ET DE GESTION APPLIQUEES AUX ACTIVITES BANCAIRES

Note aux correcteurs

- Le présent corrigé est donné à titre indicatif.
- D'autres réponses sont possibles. Il appartient à l'examineur de les apprécier en fonction des justifications données par les candidats.
- Ce sujet a été rédigé et validé en octobre 2003 en tenant compte de l'environnement technique et fiscal en vigueur à cette époque.
- Certains candidats tiennent naturellement compte des évolutions récentes : il convient bien évidemment de les suivre dans leur raisonnement.

CODE EPREUVE		Durée : 2 H 00	Spécialité : BANQUE	
EXAMEN : BREVET PROFESSIONNEL	CORRIGE	Coefficient : 2	Epreuve : TECHNIQUES D'ORGANISATION ET DE GESTION APPLIQUEES AUX ACTIVITES BANCAIRES	
		SESSION : 2004	N° du Sujet : 04AE20	Page : 1/7

QUESTION 1 (6 points)

a) 3 points

b) 3 points

- a) *Rappelez les risques auxquels sont confrontées les banques dans le cadre de leur activité.*

Les risques évoqués dans l'article de presse sont :

- le risque de défaut de paiement d'entreprises en difficultés telles ALSTOM et EURO DISNEY,
- le risque pays,
- le risque de taux.

Les autres risques liés à l'activité bancaire sont :

- le risque de contrepartie,
- le risque de change,
- le risque administratif,
- le risque déontologique,
- le risque de délit d'initié,
- le risque lié aux conflits d'intérêt,
- le risque systémique,
- le risque de vol et de détournement,
- le risque opérationnel (ex : le risque informatique),
- le risque de perte en capital et intérêts des obligations émises par les entreprises aujourd'hui en difficultés et souscrites par les banques pour leur propre compte,
- le risque de blanchiment de capitaux,
- le risque d'illiquidité des capitaux investis sur les marchés financiers.

Note au correcteur

Le correcteur pourra apprécier un essai de classification (signature, contrepartie, taux, marché, liquidité, opérationnel et déontologique...)

- b) *Pourquoi le système bancaire français est-il considéré comme particulièrement fiable ?*

La fiabilité des banques françaises est reconnue sur le plan international. Cette situation résulte de :

- l'implication des autorités de tutelle sur l'activité bancaire,
- l'implication des autorités de marché, pour les banques cotées, sur la qualité des bilans comptables et des informations communiquées par les établissements de crédit auprès des professionnels de la bourse et du public,
- la solidarité de place qui induit une sorte de police interne et interbancaire permettant de placer en observation un établissement sur lequel pèseraient des doutes,
- la recherche permanente d'une relative flexibilité financière grâce à des revenus diversifiés et à l'amélioration de leur productivité.

→ QUESTION 2 (6 points)

Décrivez chacune des étapes du « marketing mix » utilisé pour promouvoir cette nouvelle convention.

- **La politique de produit**

La BANQUE EUROPEENNE ET COMMERCIALE a mis au point un « package » destiné à sa clientèle jeune (étudiants ou accédant à un « premier emménagement »). Elle cherche donc à capter cette clientèle en répondant ainsi aux besoins détectés chez elle.

Ce « package » s'inscrit dans la notion de gamme de la BEC : à chaque catégorie de clientèle sa convention, à chaque catégorie d'opérations une convention adaptée.

Si ce produit répond particulièrement aux besoins de la clientèle ciblée, il rencontrera le succès. Mais la BEC doit faire preuve d'originalité si elle doit s'implanter très rapidement sur ce marché, la concurrence doit être vive sur ce segment.

Ce produit nouveau est donc en phase de lancement selon l'analyse du Boston Consulting Group.

- **La politique de prix**

Compte tenu de la cible de la clientèle, la politique tarifaire devra être attractive sinon le succès escompté ne sera pas au rendez-vous, laissant alors un peu plus le champ libre aux offres prochaines de la concurrence.

Le prix de cet ensemble devra, commercialement et réglementairement, dépendre des tarifs habituellement pratiqués sur les produits proposés individuellement (carte bancaire, assurance carte, abonnement Internet, prix d'émission de la caution + commission annuelle, taux du crédit) mais assorti d'une réduction globale rendant la souscription globale à cette formule plus attractive que l'achat des produits et services à l'unité. Le « package » devra respecter les réglementations en vigueur, (notamment la loi MURCEF).

- **La politique de distribution**

Pour commercialiser cette convention, la BEC utilisera son réseau d'agences. Elle cherchera à détecter les clients pouvant être intéressés en fonction de leur âge, de leur catégorie socioprofessionnelle. Elle pourra aussi prospecter parmi sa clientèle en âge d'avoir des enfants susceptibles d'être concernés par cette offre.

Pour démarcher sa clientèle, la BEC pourra utiliser le publipostage, la vente par téléphone, la télématique et l'Internet, forum, les messages « SMS »...

La BEC pourra également se rapprocher des universités, grandes écoles, associations d'étudiants pour que ces entités jouent le rôle de prescripteur, en leur versant, le cas échéant, une rétribution d'apporteur d'affaires.

- **La politique de communication**

- Par la publicité auprès de supports proches de la clientèle ciblée : magazines, chaînes de radios privées, spots télévisés aux heures d'écoute de cette clientèle ;
- Par la publicité sur le lieu de vente (PLV) en plaçant de grandes affiches lisibles et attirantes dans les vitrines de ses agences ;
- Par la présence, à des jours et horaires connus d'avance, de stands d'information ad hoc partout où la clientèle-cible peut être rencontrée (universités, écoles, lieux de loisirs...) ;
- Par le sponsoring, en associant la BEC et le nom de son package à la promotion de manifestations socioculturelles auprès de la clientèle ciblée.

QUESTION 3 (8 points)

a) 2 points b) 2 points c) 2 points d) 2 points

a) *A l'aide de l'annexe IV, dressez l'organigramme de l'agence du Centre de la BANQUE EUROPEENNE ET COMMERCIALE en précisant :*

- *la nature de cet organigramme,*
- *le nombre de niveaux,*
- *l'éventail de contrôle.*

Voir annexe I

Nous sommes en présence d'un organigramme hiérarchico-fonctionnel.

Celui-ci comporte 2 niveaux.

b) *Donnez vos appréciations sur l'organigramme de cette agence.*

Cette agence, au travers de son organigramme, est particulièrement structurée et ceci permet de connaître précisément les fonctions de chacun.

Les différents services sont d'importance inégale en nombre de collaborateurs puisque la charge globale de travail doit être différente d'un métier à l'autre.

L'accent a été mis sur la vente (voir le nombre de conseillers), puis sur le service après-vente et enfin sur l'animation commerciale. Ce dernier pôle permet de mettre en place le plan d'action commercial de l'agence, directement issu du plan marketing de la banque, et d'assister les commerciaux dans leur stratégie commerciale afin d'optimiser leurs performances.

c) *En utilisant l'annexe V, établissez le plan de congés dans l'hypothèse où toutes les demandes de congé seraient acceptées sans modifications.*

Ce tableau est à structurer par services en fonction de votre organigramme.

Voir annexe V complétée.

d) *Commentez le plan de congés ainsi établi et formulez toutes les préconisations utiles pour qu'il puisse être accepté par la Direction.*

Si l'on raisonne globalement, de la semaine 3 de juillet à la semaine 1 d'août incluses, l'agence est en sous-effectif critique pour assurer un service de qualité à la clientèle. En revanche, la semaine 5 d'août n'a pas suscité un grand enthousiasme auprès des collaborateurs.

L'analyse de l'absentéisme par métier ne fait pas apparaître de problèmes entre :

- le directeur et son adjoint,
- les conseillers en patrimoine.

En revanche, parmi les conseillers "Particuliers", aucun poste n'est couvert en semaine 4 de juillet et en semaine 1 d'août.

Il en va de même chez les "Conseillers/caissiers" en semaine 3 de juillet. Cependant un renfort sera présent durant tout le mois. En semaines 2 et 4 de juillet et semaine 1 d'août les 2/3 de ces conseillers sont absents.

Sur trois conseillers "Professionnels", tous sont absents en semaine 4 de juillet et deux en semaine 1 du même mois.

A l'animation commerciale où il n'y a que 2 collaborateurs, nous avons 2 semaines de chevauchement : manque de communication ou mésentente ?

Sur le pôle administratif, la situation est particulièrement critique fin juillet, début août mais elle est, a priori, aisément modifiable.

PRECONISATIONS

Animation commerciale

Aucune des deux personnes de ce pôle n'ayant de contrainte particulière, chacun devra réaliser un effort pour conserver la durée de congés posés :

- Jean-Robert LENEUF : décaler ses congés d'une semaine de la semaine 2 à la semaine 4 d'août ;
- Marie LEBLAN : avancer ses congés en semaines 2 à 4 de juillet et semaine 1 d'août.

Pôle administratif

Il est nécessaire de prendre en compte les contraintes particulières de M^{lle} NANNOIN et de M^{me} SARTOUX et de leur accorder les congés qu'elles demandent.

Par ailleurs, en raison de la nécessité de présence de 50 % des effectifs pour assurer un service décent à la clientèle, une seule autre personne pourra prétendre à la semaine 4 de juillet. On peut demander à Francis ERASMET, à Sylvie HEMIOT d'avancer leurs vacances d'une semaine et à Françoise JACQUELIN de reculer les siennes d'une semaine.

Pôle commercial

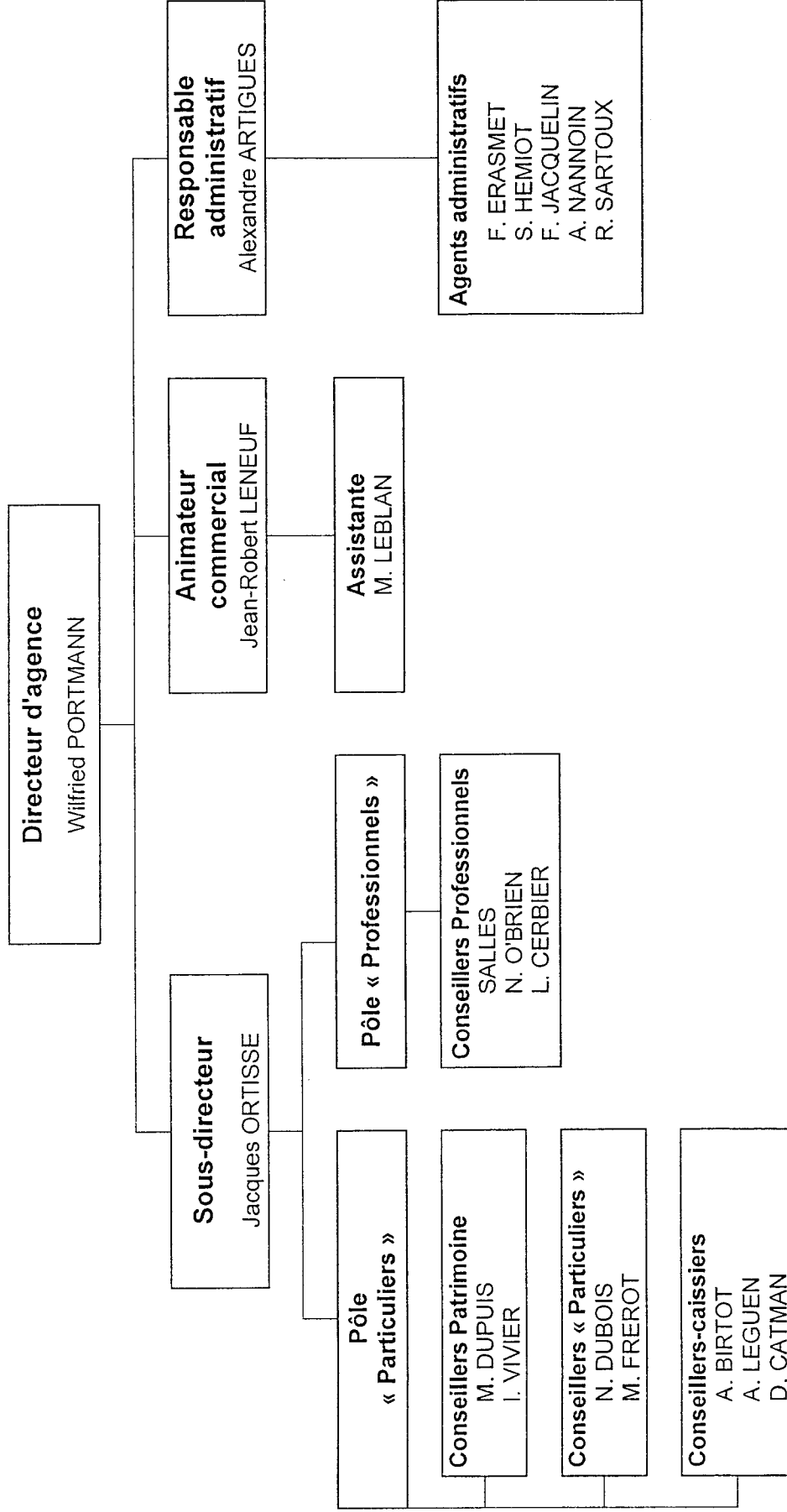
Conseillers « Patrimoine » : accord sur les congés posés ;

Conseillers « Particuliers » : compte tenu des contraintes liées au mari de Nicole DUBOIS et de la convention collective, Michel FREROT devra libérer la semaine 4 de juillet et la semaine 1 d'août ;

Conseillers « caissiers » : grâce au renfort de juillet et compte tenu des contraintes d'Alain LEGUEN, David CATMAN devra décaler ses congés de 3 semaines s'il veut prendre 4 semaines consécutives de congés ou Anne BIRTOT pourra décaler en conséquence.


Conseillers « Professionnels » : Lucile CERBIER ayant déjà obtenu un accord, on ne peut plus aujourd'hui lui demander de modifier ses congés. La nécessité de présence à 50 % sur juillet entraîne le refus des autres congés demandés pour cette période. Patrick SALLES et Nelly O'BRIEN devront décaler leur semaine de juillet sur le mois d'août sur lequel il est toléré une présence limitée à 33 % (1/3).

ORGANIGRAMME DE L'AGENCE



BANQUE EUROPEENNE ET COMMERCIALE AGENCE : CENTRE
PLAN DE CONGES DES COLLABORATEURS

COLLABORATEURS	Fonction	SEMAINES DE JUILLET					SEMAINES D'AOUT							
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5			
PORTMANN Wilfried	Directeur d'agence													
ORTISSE Jacques	Sous-directeur d'agence													
DUPUIS Marc	Conseiller en Patrimoine													
VIVIER Isabelle	Conseiller en Patrimoine													
DUBOIS Nicole	Conseiller Particuliers													
FREROT Michel	Conseiller Particuliers													
BIRTOT Anne	Conseiller « caissier »													
LEGUEN Alain	Conseiller « caissier »													
CATMAN David	Conseiller « caissier »													
SALLES Patrick	Conseiller Professionnel													
O'BRIEN Nelly	Conseiller Professionnel													
CERBIER Lucile	Conseiller Professionnel													
LENEUF Jean-Robert	Animateur commercial													
LEBLAN Marie	Assistante													
ARTIGUES Alain	Responsable administratif													
ERASMET Francis	Agent administratif													
HEMIOT Sylvie	Agent administratif													
JACQUELIN Françoise	Agent administratif													
NANNOIN Angélique	Agent administratif													
SARTOUX Roseline	Agent administratif													
Présents (%)		70 %	65 %	45 %	35 %	30 %	65 %	70 %	80 %	95 %				

 Semaine de congé

A structurer par services à partir de votre organigramme