



SERVICES CULTURE ÉDITIONS
RESSOURCES POUR
L'ÉDUCATION NATIONALE

Base Nationale des Sujets d'Examens de l'enseignement professionnel

Campagne 2009

Ce fichier numérique ne peut être reproduit, représenté, adapté ou traduit sans autorisation.

CRDP Aquitaine

Session 2009

BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR
DOMOTIQUE

U5 : NÉGOCIATION ET TECHNIQUES COMMERCIALES

Durée : 6 heures

Coefficient : 5

La calculatrice (conforme à la circulaire N°99-186 du 16-11-99) est autorisée.

Aucun document n'est autorisé.



BTS DOMOTIQUE	SUJET	Session 2009
Épreuve U5 Négociation et Techniques Commerciales	Durée : 6 Heures	Coefficient : 5
CODE : 9DONTC1	page 1 sur 26	

Barème

Première partie : 26 points

Deuxième partie : 18 points

Troisième partie : 28 points

Quatrième partie : 18 points

Présentation : 10 points

CRDP de MONTPELLIER
RÉSERVÉ AU SERVICE

BTS DOMOTIQUE	SUJET	Session 2009
Épreuve U5 Négociation et Techniques Commerciales	Durée : 6 Heures	Coefficient : 5
CODE : 9DONTCI	page 2 sur 26	

ANNEXES

Annexe 1 : Principes de la géothermie et de la P.A.C

Annexe 2 : Système ENALSA avec son régulateur « Domestic »

Annexe 3 : Systèmes concurrents

Annexe 4 : Autres systèmes de régulation

Annexe 5 : Plan de la villa test

Annexe 6 : Le crédit d'impôt

Annexe 7 : Modalités de l'emprunt

Annexe 8 : Bilan 2006 de la société GEODOM

Annexe 9 : Devis servant de calcul au crédit d'impôt

Annexe 10 : Eléments de coût du publipostage

Page 26



BTS DOMOTIQUE	SUJET	Session 2009
Épreuve U5 Négociation et Techniques Commerciales	Durée : 6 Heures	Coefficient : 5
CODE : 9DONTC1	page 3 sur 26	

SOCIETE ENALSA

La société ENALSA est une S.A.S. au capital de 800 000 € dont le siège social se trouve dans la Z.A. de La Paillasse à Etoile-sur-Rhône.

Elle fabrique des pompes à chaleur essentiellement pour les applications domestiques. Elle propose ses services sur toute la France. Une agence créée en 1996 à Romagné en Bretagne permet de satisfaire une partie de la clientèle du Nord de la France. Trois autres agences desservent le reste de la France et la Suisse.

Tous les produits ENALSA sont fabriqués à Etoile-sur-Rhône puis ensuite transportés par camion sur les lieux de distribution.

Elle fabrique essentiellement des systèmes géothermiques de type SOL/SOL. Elle associe à ses systèmes de géothermie une régulation en boucle ouverte de type Tout Ou Rien. La société ENALSA a conçu ses produits et les a brevetés.

Cette entreprise vend des systèmes à la fois performants, silencieux et surtout avec un des tarifs les plus avantageux dans le domaine du chauffage géothermique en France. Elle est une des entreprises leaders du chauffage géothermique en France.

Vous travaillez au service commercial du siège social.

PREMIÈRE PARTIE : LA GÉOTHERMIE ET LA CLIENTÈLE

« DOMESTIC » est le dernier produit fabriqué par ENALSA. Cette nouvelle régulation sortie des bureaux d'études devrait doper les ventes de l'entreprise.

Afin de réaliser une commercialisation réussie du nouveau système, il faut tout d'abord cibler la clientèle. Elle doit évidemment correspondre au profil d'un utilisateur de la régulation « DOMESTIC ».

Le directeur commercial vous demande de présenter sous forme d'une note de synthèse vos réponses aux questions suivantes :

1.1. La géothermie (ANNEXE 1)

- a) Rappelez le principe de la géothermie et de la P.A.C.
- b) Citez en décrivant succinctement les différentes technologies de la géothermie.

1.2. Analysez les motivations et les freins possibles des utilisateurs potentiels.

Déduisez de cette analyse 6 critères pertinents de segmentation pour découper votre marché.

Choisissez et justifiez 3 moyens de prospection en précisant pour chacun d'eux leurs avantages et leurs inconvénients.

CRDP de MONTPELLIER

RÉSERVÉ AU SERVICE

BTS DOMOTIQUE	SUJET	Session 2009
Épreuve U5 Négociation et Techniques Commerciales	Durée : 6 Heures	Coefficient : 5
CODE : 9DONTC1	page 4 sur 26	

DEUXIÈME PARTIE : LA COMMUNICATION

L'entreprise ENALSA envisage de procéder à une opération de publipostage. Ce publipostage, destiné aux clients de l'entreprise ENALSA, a pour but de susciter un nouveau besoin et de pousser ces derniers à acheter la nouvelle régulation DOMESTIC (ANNEXE 2) tout en les fidélisant.

- 2.1. Quels sont les éléments d'un publipostage ?
- 2.2. En utilisant les règles de conception d'une lettre personnalisée, rédigez cette lettre.
- 2.3. En vous basant sur les éléments donnés dans l'ANNEXE 10, calculez le nombre d'envois à faire pour que le publipostage envisagé soit rentable.

TROISIÈME PARTIE : PRÉPARATION DES OUTILS DE LA NÉGOCIATION COMMERCIALE

Afin de fournir une prestation de qualité, il vous est demandé de réaliser de nouveaux outils de vente pour aider les installateurs à vendre le système ENALSA avec son régulateur DOMESTIC. (ANNEXE 2)

- 3.1. Quels sont les critères qui permettent de choisir entre les différents systèmes de chauffage géothermique ? Vous vous limiterez à 8 critères que vous justifierez.
- 3.2. Etablissez sous forme de tableau un comparatif du nouveau produit (système de chauffage et régulation) par rapport aux produits concurrents en utilisant 4 des critères précédemment déterminés. Ce tableau doit être suffisamment simple et explicite pour servir d'outil dans la négociation entre l'installateur et le client. (ANNEXES 3 et 4).
- 3.3. Toujours dans l'optique d'aider les installateurs, élaborer un plan de découverte structuré du projet et de son environnement (sous forme de 8 questions maximum), en vous appuyant sur la villa test (ANNEXE 5).
- 3.4. Préparez un argumentaire (6 arguments pertinents) sous forme de tableau CAP/SONCAS. Cet argumentaire sera utilisé par les installateurs.



BTS DOMOTIQUE	SUJET	Session 2009
Épreuve U5 Négociation et Techniques Commerciales	Durée : 6 Heures	Coefficient : 5
CODE : 9DONTC1	page 5 sur 26	

QUATRIÈME PARTIE : LE CAS DE LA SOCIÉTÉ GEODOM

L'entreprise ENALSA est contactée par un installateur de la région de Bordeaux, GEODOM Sarl, qui lui propose une relation commerciale avec une exclusivité sur la région Aquitaine. Le directeur général vous soumet un bilan de cet installateur portant sur l'exercice 2007.

4.1.Établissez le bilan fonctionnel condensé (ANNEXE 8, page 26); puis calculez les éléments suivants :

- Fonds de Roulement Net Global
- Besoin en Fonds de Roulement Global
- En déduire la trésorerie nette

4.2.Donnez votre avis sur la fiabilité de cet installateur dans un commentaire de 6 lignes maximum.

GEODOM est sur le point de négocier un contrat avec un nouveau client, Monsieur et Madame GIDON demeurant à Mérignac. Ces clients aimeraient connaître les conditions de financement à crédit sur 2 ans pour des versements mensuels ou trimestriels ainsi que le crédit d'impôt auquel ils auraient droit compte tenu de la loi.

4.3.Comparez les modalités de remboursement par mensualités et trimestrialités en calculant les versements et le coût financier pour chaque modalité ; commentez. (ANNEXE 7, page 26).

4.4.Réalisez les deux premières et la dernière ligne du tableau d'emprunt pour un remboursement par mensualités. (ANNEXE 7, page 26)

4.5.Calculez le crédit d'impôt auquel Monsieur et Madame GIDON auraient droit compte tenu qu'ils ont deux enfants à charge (ANNEXE 6, page 25).

Calculez l'économie réalisée en pourcentage du coût global de l'installation, grâce au crédit d'impôt

Vous prendrez comme base de calcul les éléments du devis figurant sur l'ANNEXE 9 page 26.



BTS DOMOTIQUE	SUJET	Session 2009
Épreuve U5 Négociation et Techniques Commerciales	Durée : 6 Heures	Coefficient : 5
CODE : 9DONTC1	page 6 sur 26	