

SERVICES CULTURE ÉDITIONS
RESSOURCES POUR
L'ÉDUCATION NATIONALE

**Ce document a été numérisé par le CRDP de Bordeaux pour la
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.

SESSION 2009

BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR
NÉGOCIATION ET RELATION CLIENT

MANAGEMENT ET GESTION D'ACTIVITÉS COMMERCIALES

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 16/11/1999)

Aucun document autorisé.

Dès que le sujet vous est remis, assurez-vous qu'il est complet.

**Le sujet est composé de 14 pages numérotées de 1 à 14
et comprend 14 annexes numérotées de 1 à 14.**

Code sujet : NRMGAC/P09

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

Composition du sujet ALTICLIC

Partie 1 : Évaluer le marché

Ce travail vise à apprécier votre capacité à :

- Établir un diagnostic de deux segments de marché ;
- Repérer les informations-clés pour la réussite d'une approche commerciale des collectivités locales.

Pour la partie 1 : annexes n°1 à n°7

Partie 2 : Préparer la prospection

Ce travail vise à apprécier votre capacité à :

- Proposer l'organisation de l'opération de prospection à destination des collectivités locales.

Pour partie 2 : annexes n°8 à n°10

Partie 3 : Évaluer l'impact d'une nouvelle structure du portefeuille clients

Ce travail vise à apprécier votre capacité à :

- Apprécier la trésorerie pour 2008 ;
- Évaluer pour 2009 les incidences des modifications structurelles du chiffre d'affaires sur la trésorerie.

Pour la partie 3 : annexes n°11 et 12

Partie 4 : Analyser la rémunération

Ce travail vise à apprécier votre capacité à :

- Déterminer le chiffre d'affaires minimum ;
- Déduire des objectifs à fixer ;
- Analyser le système de rémunération.

Pour partie 4 : annexes n°13 et 14

RECOMMANDATIONS IMPORTANTES

Le candidat peut traiter chaque dossier de manière indépendante.

Il est rappelé au candidat qu'en aucun cas il ne doit faire figurer ou apparaître son nom propre dans la copie.

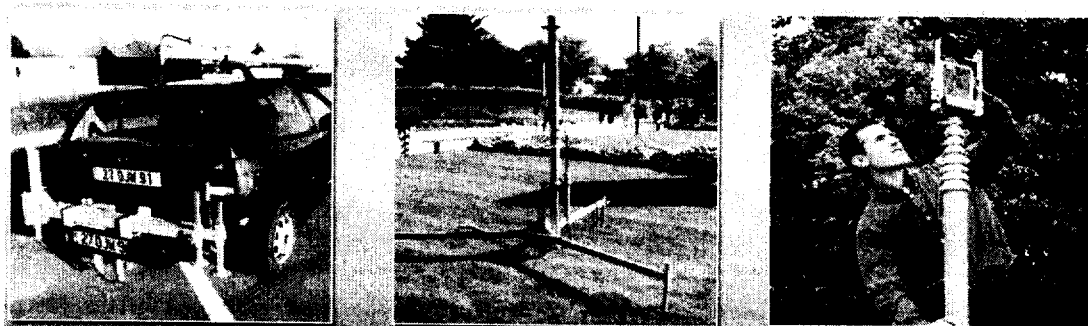
Liste des annexes

Annexe n°	Intitulé	Page n°
1	Situation du secteur du bâtiment et de l'habitat en France	7
2	Le CNH approuve le doublement du prêt à taux zéro	7
3	France : plan de relance de 26 milliards d'euros	7
4	Les marchés publics sont-ils les marchés de demain ?	8
5	Vendre aux collectivités locales	9
6	Informations récupérées auprès des collectivités clientes d'ALTICLIC	9
7	Le potentiel du département de l'Essonne	10
8	L'e-mailing, un mode de contact parmi d'autres	11
9	Le site Internet d'ALTICLIC	11
10	Détail des prestations proposées par trois sociétés de location de fichiers	12
11	Informations comptables de l'entreprise ALTICLIC	13
12	Prévisions et répartition du chiffre d'affaires par type de clientèle	14
13	Éléments de votre future rémunération	14
14	Montant du SMIC	14

ALTICLIC

ALTICLIC est une SARL implantée en Île de France, dans le département de l'Essonne (91) depuis trois ans. ALTICLIC est spécialisée dans la photographie.

Son concept est innovant. Il consiste à réaliser des prises de vues à partir d'un matériel photographique numérique télécommandé, fixé sur un mât télescopique de 15 mètres. Ce procédé permet de réaliser des photographies « aériennes » sans moyens aériens.



La prestation proposée par l'entreprise est le reportage photographique qui comporte la réalisation d'une série de photographies à partir d'une ou plusieurs positions du mât télescopique. La prestation fait l'objet d'un devis et d'un bon de commande.

Les tarifs des prestations varient de 160 € pour une position à 1 770 € pour un lot de 20 positions du mât. Il est également possible d'opter pour un forfait : le reportage demi-journée à 410 € ou le reportage journée à 630 €.

A partir de cette prestation, ALTICLIC développe différents services : reportages vidéo, retouches d'images, impressions numériques, éditions (cartes de vœux, cartes postales, affiches, calendriers).

ALTICLIC s'adresse à tous types de clientèle. Trois segments sont particulièrement présents dans son portefeuille :

- Les collectivités (15 % de l'activité de l'entreprise). Il s'agit notamment de communes, communautés de communes, conseils généraux et régionaux qui ont besoin de photos (photos de monuments, photos scolaires, photos de travaux, ...) pour illustrer leurs projets et les présenter à leurs différents interlocuteurs, notamment leurs administrés.
- Le monde de l'habitat (50 % de l'activité de l'entreprise). Ce sont des architectes, géomètres, administrateurs, agences immobilières, constructeurs, propriétaires... qui utilisent la photo comme argument commercial ou élément de communication (photos de réalisations, photos de terrains, ...).
- Les entreprises et associations (35 % de l'activité de l'entreprise) qui ont des besoins d'illustrations pour mettre en valeur leurs équipements, réalisations et savoir-faire (photos de manifestations, photos des bâtiments, ...).

Actuellement, l'activité d'ALTICLIC est cantonnée sur le département de l'Essonne. L'entreprise dispose d'un site Internet. Ses réalisations représentent sa carte de visite et le bouche à oreille permet de rencontrer de nouveaux prospects.

Monsieur Gervais, le créateur de l'entreprise assure seul la réalisation technique des photographies.

Il vous a recruté il y a 3 mois pour prendre en charge la partie commerciale de l'activité.

Remarque : Pour réaliser les activités contenues dans ce cas, vous devez considérer que nous sommes en janvier 2009.

Partie 1 : Évaluer le marché

Vous terminez votre période d'essai de 3 mois. Monsieur Gervais vous demande de dresser un bilan de la situation des segments de l'habitat et des collectivités.

Annexe 1 : Situation du secteur du bâtiment et de l'habitat en France

Annexe 2 : Le CNH approuve le doublement du prêt à taux zéro

Annexe 3 : France : plan de relance de 26 milliards d'euros

Annexe 4 : Les marchés publics sont-ils les marchés de demain ?

Annexe 5 : Vendre aux collectivités locales

Annexe 6 : Informations récupérées auprès des collectivités clientes d'ALTICLIC

Annexe 7 : Le potentiel du département de l'Essonne

Remarque : l'expression "collectivité locale" désigne dans le langage courant ce que la Constitution nomme "collectivité territoriale".

Travail à faire

1.1 Établir un diagnostic de ces deux segments de marché. Conclure.

1.2 Repérer les informations-clés pour la réussite d'une approche commerciale des collectivités locales.

Partie 2 : Préparer la prospection

Vous avez décidé d'élargir votre zone de prospection de l'Essonne à l'ensemble de la région Île de France. Vous souhaitez réaliser une action commerciale en direction des collectivités locales de cette zone. Il faut donc préparer cette opération et l'organiser. Vous devez choisir les modes de prospection les mieux adaptés. Vous réfléchissez à l'élaboration de l'opération de prospection. Cette action commerciale concerne le budget 2009 des collectivités locales.

Annexe 8 : L'e-mailing, un mode de contact parmi d'autres

Annexe 9 : Le site Internet d'ALTICLIC

Annexe 10 : Détail des prestations proposées par trois sociétés de location de fichiers

Travail à faire

2.1 Proposer l'organisation de l'opération de prospection à destination des collectivités :

- identifier les étapes du processus et leurs objectifs,
- préciser pour chaque étape les informations à recueillir,
- déterminer les modes de contact les plus adaptés, y compris en termes de choix de prestataires,
- planifier les opérations.

Partie 3 : Évaluer l'impact d'une nouvelle structure du portefeuille clients

Les prospects « collectivités » ont des modes de règlement spécifiques qui allongent considérablement les délais de paiement. Cependant, cette cible a un fort potentiel en termes de chiffre d'affaires.

Monsieur GERVAIS s'interroge donc sur les conséquences commerciales et financières de la part croissante des collectivités territoriales dans son portefeuille clients. Pour conduire sa réflexion, il émet deux hypothèses de répartition du chiffre d'affaires par type de clientèle.

Annexe 11 : Informations comptables de l'entreprise ALTICLIC

Annexe 12 : Prévisions et répartition du chiffre d'affaires par type de clientèle

Travail à faire

- 3.1.** Apprécier la trésorerie pour l'année 2008 en déterminant notamment le délai moyen de paiement des créances.
- 3.2** Évaluer pour l'année 2009 les incidences des modifications structurelles du chiffre d'affaires sur la trésorerie. En tirer les conclusions pour votre activité commerciale.

Partie 4 : Analyser la rémunération

Vous arrivez à la fin de votre période d'essai et monsieur Gervais vous confirme sa décision de vous embaucher définitivement.

Afin de maintenir votre motivation intacte, monsieur Gervais souhaite faire évoluer votre rémunération qui est actuellement égale au SMIC. Il souhaite vous proposer une rémunération composée d'une partie fixe et d'une partie variable, intégrant une commission sur le chiffre d'affaires et une prime.

Pour des raisons de rentabilité, le coût total de votre rémunération ne doit pas excéder 40 % de votre chiffre d'affaires mensuel hors taxe.

Annexe 13 : Éléments de votre future rémunération

Annexe 14 : Montant du SMIC

Travail à faire

- 4.1** À partir de quel chiffre d'affaires, ce système de rémunération est-il acceptable pour l'entreprise ?
- 4.2** Quel objectif monsieur Gervais doit-il vous fixer pour que le système soit rentable tout en vous faisant bénéficier de la prime ?
- 4.3** Faut-il accepter le système de rémunération proposé par monsieur Gervais ?