



**Ce document a été numérisé par le CRDP de Bordeaux pour la
Base Nationale des Sujets d'Examens de l'enseignement professionnel.**

Campagne 2010

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

BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR TECHNICO-COMMERCIAL

E5 - MANAGEMENT ET GESTION DE L'ACTIVITÉ TECHNICO-COMMERCIALE

Durée : 4 heures

Coefficient : 4

L'usage de la calculatrice électronique est autorisé.

Tous documents interdits.

Le sujet comporte 20 pages numérotées de 1 à 20

Note importante :

Dès que le sujet vous est remis, assurez-vous qu'il est complet, en vérifiant le nombre de pages en votre possession.

Si le sujet est incomplet, demandez immédiatement un nouvel exemplaire aux surveillants

PORTALP

Consignes générales : si, dans votre analyse, vous êtes amené(e) à effectuer des calculs, ceux-ci devront être portés sur la copie comme faisant partie de la démarche structurée mise en oeuvre pour répondre à la demande formulée.

Contexte et problématique professionnels

PORTALP est un groupe familial fondé en 1962, implanté en Isère (38), dont le métier est la conception, l'installation et la maintenance de portes automatiques.

La société PORTALP propose une large gamme de portes automatiques appréciées pour leurs qualités esthétiques et leurs facilités d'intégration.

Les divers modèles offrent une solution idéale pour tous les secteurs d'activités : Grande Distribution, Hôtellerie, Aéroports, Administration...

PORTALP bénéficie, sur tout le territoire français, d'un réseau de plus de 29 agences qui assure le service de proximité nécessaire à ses clients.

La satisfaction des clients est une préoccupation permanente qui se traduit par une palette de services :

- Écoute, conseil et expertise des équipes commerciales.
- Professionnalisme des installateurs.
- Maintenance préventive.
- Bureau d'étude intégré.
- Service après-vente réactif.

Pour faire face au ralentissement des ventes de portes piétonnes sur la clientèle Grande Distribution et Hôtellerie, l'entreprise PORTALP souhaite promouvoir un de ses produits à forte valeur ajoutée technique, la porte «DIVA LC Clean», auprès des professionnels de la santé (cible évoquée par commodité sous l'appellation «cible blanche»).

Les orientations stratégiques ont conduit la direction du groupe à se fixer un objectif ambitieux avec les cliniques et hôpitaux. PORTALP doit devenir un leader incontesté et incontournable lorsqu'il y aura un besoin pour la construction ou la rénovation d'une de ces structures médicales.

Au titre de l'année 2010, les axes du plan d'actions commerciales reposent sur la conquête d'une partie de la «cible blanche» par le renforcement de la prospection et la participation à des opérations événementielles.

Votre place dans la société

Récemment recruté(e) en qualité de technico-commercial(e), vous êtes rattaché(e) à l'agence de Rennes en Ile et Vilaine (35). Vous êtes notamment chargé(e) de développer les ventes de portes automatiques de la gamme «DIVA LC clean» sur la cible des cliniques et hôpitaux sur la région Bretagne.

Vous avez rejoint une équipe animée par un directeur régional, M. Guérin, et constituée de 7 technico-commerciaux (dont 1 TC SAV), de 20 techniciens poseurs et de 3 assistantes commerciales (dont 1 assistante SAV). Votre regard neuf intéresse Monsieur Guérin notamment sur le plan managérial.

Votre mission s'articulera autour de deux axes :

- La promotion du modèle «DIVA LC Clean» auprès de la cible «blanche».
- La mise en place d'un salon orienté vers les professionnels de la santé.



Annexe 1 : Présentation du groupe PORTALP

Annexe 2 : PORTALP dans votre région

Annexe 3 : Offre produit de PORTALP

Annexe 4 : Porte « DIVA LC Clean »

Annexe 5 : Extraits de recommandations hospitalières

Annexe 6 : État des lieux de l'hôpital

Annexe 7 : Statistiques régionales

Annexe 8 : Organisation et performances actuelles de l'équipe commerciale de Rennes

Annexe 9 : Extrait des entretiens annuels des technico-commerciaux de l'agence

Annexe 10 : Bilan du salon Hôpital expo 2008

Annexe 11 : E-Questionnaire envoyé aux visiteurs

PREMIÈRE PARTIE : La «cible blanche», une cible à conquérir (12 points)

Les normes imposées dans le domaine des bâtiments de santé sont très strictes. Les conditions d'installation et d'utilisation des portes automatiques sont spécifiques. De fait, il vous est indispensable de bien connaître les spécificités de la porte «DIVA LC Clean», afin de répondre aux exigences de cette clientèle.

Monsieur Guérin vous demande :

- de confirmer le choix stratégique fait par le groupe de cibler les hôpitaux et les cliniques,
- de vérifier que l'organisation actuelle de l'équipe commerciale permet de réaliser la conquête de cette cible.

- 1.1 Vérifiez l'adéquation entre les recommandations hospitalières et les caractéristiques de votre produit (Annexes 4 et 5).**
- 1.2 Identifiez les opportunités du marché et mettez en évidence le potentiel commercial régional que représente cette cible pour l'agence de Rennes (Annexes 6 et 7).**
- 1.3 Établissez un diagnostic de la force technico-commerciale de l'agence de Rennes (Annexes 1, 2, 3, 8 et 9). Envisagez les dispositions managériales qui peuvent s'imposer.**

DEUXIÈME PARTIE : La promotion du modèle «DIVA LC Clean» (8 points)

Le rendez-vous annuel des professionnels de la santé est le salon, HOPITAL EXPO-INTER MEDICA, qui se déroule à Paris pendant trois jours.

PORTALP a décidé d'être présent pour promouvoir notamment le modèle «DIVA LC Clean». Votre agence a été désignée pour prendre en charge cette manifestation.

- 2.1 Présentez les atouts techniques et commerciaux de votre entreprise et de votre produit que vous mettrez en avant lors de ce salon (Annexes 1, 2 et 4).**
- 2.2 Élaborez le cahier des charges destiné aux technico-commerciaux chargés d'animer le stand PORTALP. Ce support devra rappeler les enjeux de la participation au salon et de l'organisation du stand.**
- 2.3 Présentez une analyse critique de l'e-questionnaire qui sera administré à la suite du salon (Annexes 10 et 11).**