



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**

session 2011

Brevet de technicien supérieur BANQUE

ÉPREUVE E4 : GESTION DE CLIENTÈLE ET COMMUNICATION PROFESSIONNELLE

SESSION 2011

Durée : 2 heures

Coefficient : 1,5

Matériel autorisé :

- Toutes les calculatrices de poche y compris les calculatrices programmables, alphanumériques ou à écran graphique à condition que leur fonctionnement soit autonome et qu'il ne soit pas fait usage d'imprimante (Circulaire n°99-186, 16/11/1999)

Documents à rendre avec la copie :

- Néant

Dès que le sujet vous est remis, assurez-vous qu'il est complet.
Le sujet se compose de 6 pages, numérotées de 1/5 à 5/5.

BTS BANQUE		Session 2011
Nom de l'épreuve : Gestion de clientèle et Communication Professionnelle	Code : 11BQE4BA	Page : 1/5

AGENCE STANISLAS

BARÈME

PARTIE 1	17 points
PARTIE 2	11 points
FORME	2 points

L'agence Stanislas fait partie d'une grande banque internationale : La Banque Active Internationale (la BAI). Elle est implantée dans le quartier d'une ville universitaire dynamique. Celle-ci accueille chaque année de très nombreux étudiants venant de tous les pays par le biais du programme Erasmus ou de contrats de partenariat entre grandes universités et écoles internationales. On dénombre dans cette métropole régionale près de 50 000 étudiants post baccalauréat, 3 500 chercheurs, 3 000 enseignants.

L'agence Stanislas bénéficie d'un emplacement privilégié car, dans son périmètre, se trouvent de très nombreux commerces ainsi que les facultés de médecine et de pharmacie. Bien desservi par les transports en commun comme le tramway, le quartier a été récemment rénové avec la création d'immeubles permettant d'héberger la population étudiante. Dans quinze jours, un pôle universitaire sera inauguré à moins de 500 mètres de l'agence et pourra accueillir 200 étudiants en formation courte (IUT) et 1 000 étudiants de grandes écoles (architecture, scientifique).

PREMIÈRE PARTIE

L'agence Stanislas souhaite être un acteur privilégié sur le marché des jeunes et, plus particulièrement, sur le nouveau campus universitaire. Un conseiller spécialement dédié à ce marché vient d'y être nommé.

- 1.1. – Réalisez, à partir des annexes 1 et 2, une analyse structurée de cette agence. Étudiez plus particulièrement le profil de la clientèle et les entrées en relation de 2010.
- 1.2. - Exposez trois missions qui peuvent être confiées au nouveau chargé de clientèle dédié au marché des jeunes afin de développer la clientèle de l'agence.

DEUXIÈME PARTIE

La BAI a souhaité innover dans le domaine des cartes bancaires et diversifier son offre afin de mieux répondre aux besoins de la population jeune.

Ainsi, la BAI et l'ASV - club de football de renommée internationale - ont conclu un accord de partenariat pour commercialiser une carte bancaire portant leur logo respectif «la carte Pass'Partout » (annexe 3). L'ASV est champion de France depuis 2005 et champion d'Europe en 2009 et 2010.

- 2.1. - Énoncez les principales attentes des jeunes de 18–25 ans en matière de produits et services bancaires.
- 2.2. - Définissez la carte bancaire comarquée (ou cobrandée). Énoncez deux avantages pour la BAI et deux avantages pour l'ASV dans la commercialisation de ce type de carte.
- 2.3. - Présentez de façon structurée trois arguments de vente spécifiques à la carte Pass'Partout.
- 2.4. - Proposez et justifiez les deux canaux de communication les plus appropriés pour promouvoir ce produit auprès de la clientèle jeune.

Annexe 1 : L'agence STANISLAS

Document 1

L'agence Stanislas est une petite agence de quartier dans laquelle 3 titulaires permanents travaillent : un directeur d'agence (30 ans) qui gère essentiellement les clients professionnels et les clients aux avoirs importants, une chargée de clientèle (26 ans - titulaire d'un BTS Banque) qui gère 580 clients particuliers ainsi qu'un chargé d'accueil (22 ans - titulaire également d'un BTS Banque) qui n'a pas de portefeuille attribué. Il y règne une bonne ambiance de travail, plutôt décontractée.

L'accueil des clients ne présente guère de confidentialité puisque le chargé d'accueil a son bureau dans le hall. L'agence ne propose pas de service de caisse, cependant les automates permettent de réaliser toutes ces opérations. Trois autres bureaux dont celui du directeur et de la chargée de clientèle sont néanmoins bien insonorisés.

Les horaires d'ouverture de l'agence sont de 8h45 à 12h et de 13h35 à 18h du mardi au vendredi, et le samedi de 9h à 12h. Elle détient actuellement 740 comptes. Sur le secteur sont implantés 3 autres établissements bancaires. La pression concurrentielle (nombre d'habitants majeurs par guichet concurrent sur la zone de chalandise) est de 1 guichet pour 975 habitants contre 1 guichet pour 1894 habitants dans le groupe.

Document 2

Répartition de la clientèle par tranches d'âge (en %)

	Agence	Groupe
Moins 18 ans	4,4%	5,8%
18 - 25 ans	58,5%	31,0%
25 - 40 ans	19,7%	19,3%
40 - 65 ans	14,4%	31,9%
Plus 65 ans	3,0%	12,0%

Document 3

Répartition de la clientèle par segments (%)

	Agence	Groupe
PARTICULIERS	90,7%	84,4%
Segment 1 : clients grand public à potentiel limité	24,3%	30,1%
Segment 2 : clients à potentiel en début de cycle de vie (étudiants, jeunes actifs)	49,7%	20,6%
Segment 3 : clients à potentiel en milieu de cycle de vie	3,6%	7,9%
Segment 4 : clients avec des avoirs importants et un potentiel de développement limité	7,6%	14,1%
Segment 5 : clients avec des avoirs importants et un potentiel de développement fort	5,3%	9,5%
Segment 6 : clients très haut de gamme	0,2%	2,2%
PROFESSIONNELS	9,3%	15,6%

Document 4

Répartition de la clientèle par ancienneté de la relation (%)

	Agence	Groupe
< 1 an	26,9%	11,0%
1 à 2 ans	18,8%	8,6%
2 à 5 ans	30,0%	17,4%
> 5 ans	24,3%	63,0%

**Évolution du taux de pénétration sur le marché local des
18-24 ans (%)**

Document 5

	Taux de pénétration 2009	Taux de pénétration 2010
Agence Stanislas	7,0%	8,0%
Groupe	6,5%	6,0%
Banque A	5,0%	5,0%
Banque B	2,0%	4,0%
Banque C	9,0%	10,0%

La banque A se concentre uniquement sur les écoles d'ingénieurs ; la banque B propose une offre très agressive en terme de crédits étudiants mais ne propose pas de gratuité des services bancaires ; la banque C est notre principal concurrent.

Annexe 2

Document 1 :

Les entrées en relation (EER) en 2010

	Part des EER de l'Agence	Part des EER du Groupe
0 - 15 ans	10%	25,3%
16 - 17 ans	3%	3,1%
18 - 24 ans	52%	21,8%
25 ans et +	35%	49,8%

Document 2 :

Informations collectées lors des EER

	Agence	Groupe
Téléphone fixe	45,5%	66,5%
Téléphone portable	82,4%	60,2%
Adresse Internet	97,7%	39,0%
Revenu annuel	66,7%	51,1%
Patrimoine	81,8%	60,9%

Document 3 :

Résultats commerciaux

	Agence	Groupe
Clients détenteurs de carte payante après 6 mois	80,0%	76,6%
Clients détenteurs d'un forfait de services	95,0%	70,0%
Clients détenteurs d'un accès Internet	46,6%	34,4%
Utilisateurs de la BAD	75,1%	50,7%

Annexe 3 : FICHE PRODUIT

La carte Pass'Partout est une carte de paiement bancaire comarquée destinée à tout client particulier de 18 à 25 ans justifiant de son statut d'étudiant. Elle est émise par le réseau MasterCard en partenariat avec le club de football - ASV - et la BAI.

Services	Caractéristiques
Carte de retrait	En France : jusqu'à 700 € dans les DAB tous les 7 jours glissants. A l'étranger : jusqu'à 500 € dans les DAB tous les 7 jours glissants.
Carte de paiement	Carte acceptée chez tous les commerçants et distributeurs de billets des réseaux MasterCard. Mode de paiement : <ul style="list-style-type: none"> ✓ Paiement débit différé : 2 500 € sur 30 jours glissants, ✓ Paiement débit immédiat si le solde disponible est suffisant. Intégration de la technologie sans contact PayPass de Mastercard : possibilité de paiement par téléphone mobile pour les sommes de moins de 20 €. Possibilité de cumuler des euros à chaque achat effectué avec la carte.
Libre service bancaire	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Consultation de l'historique des 6 dernières opérations, ✓ Dépôt d'espèces ou de chèques, ✓ Virements, ✓ Demande de RIB ou renouvellement chéquier, ✓ Prise de RDV avec un gestionnaire.
Services d'assurance et d'assistance	Une assistance médicale : rapatriement en France et à l'étranger, remboursement des frais médicaux et assistance juridique à l'étranger. Une assurance décès invalidité voyage valable dans le monde entier.
Prix	1 € /mois la 1 ^{ère} année si souscription d'un forfait de services. 2 € /mois la 2 ^{ème} année.
Des avantages en France	Plus de 8 000 avantages en France et 37 000 réductions dans 118 pays. Exemples : <ul style="list-style-type: none"> ✓ 5 % en bons d'achat à l'Hypermarché de la Mirabelle, ✓ Réduction de 40 % sur les montures chez Optic54, ✓ 4 € la place de cinéma, ✓ Pour l'achat d'un titre sur le music.com une autre est offert.
Des avantages pour voyager	Tarifs préférentiels sur les vols de toutes les compagnies aériennes.
Un choix du visuel	Possibilité de personnaliser sa carte avec sa photo, différents décors ou couleurs.
Des avantages avec le club de football ASV	30 € versés sur le compte ouvert à l'agence Stanislas pour tout abonnement au club. Priorité pour la réservation des matchs de coupe de France et d'Europe. Participation à des tirages au sort pour obtenir des places en tribune VIP, des visites au centre de formation et d'entraînement des joueurs, des maillots dédiés.

Une **offre de bienvenue exceptionnelle** pour toute souscription **avant le 30 juin** : 20 € versés sur le compte ouvert à l'agence Stanislas pour toute souscription d'une carte.