

BTS Management des Unités Commerciales

Epreuve E5 CCF : ANALYSE ET CONDUITE DE LA RELATION COMMERCIALE

SUJET CCF Décembre 2008 N°2

Thème : S421 La relation commerciale dans les UC bancaires

Question 1

Après avoir défini le PNB (Produit Net Bancaire) et les éléments qui le composent vous développerez les défis que doivent relever les agences bancaires dans les prochaines années

Question 2

Installée dans une ville thermale d'environ 10 000 habitants, l'agence bancaire MORA se situe en plein centre ville, dans une rue semi piétonne, non loin du lac et de son casino. Vous venez d'être nommé(e) chargé(e) de clientèle dans cette agence. L'effectif de ce point de vente est de sept personnes : deux chargés d'accueil (dont vous-même), trois conseillers de clientèle particuliers, un conseiller de clientèle professionnels et une responsable d'agence. L'équipe est jeune, tant au niveau de l'âge que de l'ancienneté dans les fonctions. La responsable apprécie le travail d'équipe. Elle consulte régulièrement ses collaborateurs et tient compte de leurs avis pour prendre des décisions

Dès votre arrivée, elle un certain nombre de documents (annexes) qui constituent la base de votre réflexion et qui vont voir permettre de proposer des solutions aux problèmes que la direction vous soumet.

Question 2-1

A partir de l'annexe 3 analysez les problèmes rencontrés par l'agence MORA, justifiant la faiblesse de son PNB

Question 2-2

Vous choisissez de mettre en place une action commerciale sur les crédits revolving. Justifiez le choix de ce produit

Estimez le nombre de clients à contacter pour atteindre un objectif de 10 ventes. (Données en annexe 1)

*Credit revolving : Le **crédit permanent** ou **crédit revolving** est une forme de crédit consistant à mettre à disposition d'un emprunteur une somme d'argent sur un compte particulier ouvert auprès de l'établissement dispensateur de ce crédit, de façon permanente et avec laquelle il peut financer les achats de son choix. Le succès du crédit renouvelable repose sur une demande importante et durable de crédits de petits montants, émanant d'une clientèle nombreuse et solvable dans la majorité des cas*

Question 2-3

En justifiant vos choix, élaborer une proposition détaillée, dans laquelle vous préciserez :

- la cible choisie (S1, S2, S3, S4),
- les portefeuilles concernés
- les moyens à mettre en oeuvre

Question 3

A partir de votre expérience en entreprise et de vos connaissances, montrez l'intérêt de la segmentation de la clientèle

Annexe 3
Stocks et encours moyens de l'agence au 1er mai 2005

9/4

Produits	Stocks au 1/05/2005	Taux de détention de l'agence	Taux de détention moyen du groupe
Bancarisation, assurances :			
Comptes chèques	3961	--	--
Conventions de services	2954	74,58 %	76,25 %
Banque à distance	1250	31,56 %	52,70 %
Complémentaire Santé	825	20,83 %	28,33 %

Produits	Stocks au 1/05/2005	Marge en %	Encours moyen de l'agence	Encours moyen du groupe
Épargne :				
Codevi	1256	1,41 %	420 €	1 380 €
LEP	255	0,42 %	85 €	90 €
Livret jeune	363	1,40 %	124 €	533 €
CEL	124	1,46 %	235 €	2 000 €
PEL	333	1,23 %	1 620 €	4 000 €
PEA	894	4 %	320 €	1 175 €
PERP	122	5 %	1 000 €	980 €
Assurance-vie	978	4 %	10 878 €	11 220 €
Crédits :				
Crédits immobiliers	265	0,7 %	76 732	75 820 €
Crédits consommation	1265	4,1 %	2 650	4 220 €
Crédits revolving	564	8,5 %	1 550	3 540 €

Annexe 2
Analyse interne

Notre clientèle est de 3 585 clients particuliers et de 310 comptes professionnels.
 Les particuliers sont répartis en 3 segments :
 S1 comprend les employés, ouvriers, étudiants et inactifs soit 62 % de notre clientèle.
 S2 comprend les professions intermédiaires, les techniciens et contremaîtres : 13,28 %.
 S3 comprend les retraités, les cadres et ingénieurs et les chefs d'entreprises : 24,69 %
 Le segment S4 désigne les comptes professionnels.

Annexe 5
Portefeuille des conseillers de clientèle « particuliers »

	Portefeuille 1	Portefeuille 2	Portefeuille 3
Nombre de clients	1 600	1 100	885
Par segment :			
S1	1 600	624	
S2		476	
S3			885
Par âge :			
Moins de 24 ans	540		
De 25 à 44 ans	850	661	23
De 45 à 59 ans	210	381	139
De 60 à 79 ans		58	576
80 ans et plus			147

Annexe 1 : données statistiques « Révolving » de l'année précédente
 « ...Pour faire 6 ventes de crédit revolving, il faut avoir 31 rendez-vous, que nous avons eu en contactant 253 clients »

