

SUJET N°1
Lycée Antoine Bourdelle
GRC

Durée : 45 minutes de préparation

Matériel autorisé : calculatrice de poche à fonctionnement autonome et sans imprimante, de dimension maximale à la base de 15 X 21 cm (circulaire n°86-228, du 28 juillet 1986) à l'exclusion de tout autre document.

Thème : S421-1 La relation commerciale et les unités commerciales

1°) Question 1

Pourquoi et comment mettre en place une stratégie GRC dans l'entreprise ?

2°) **Question 2**

Vous avez effectué une opération de mailing qui vous a permis de recruter 1 059 nouveaux clients.

Le coût de l'opération a été de 76 000 € : 100 000 courriers d'un coût de revient unitaire de 0,76 €. Les statistiques commerciales et l'historique de vos ventes indiquent que, en moyenne, 30 % des clients vous quittent la première année.

La seconde année, le taux d'attrition est de 20 % sur les clients restants.

La troisième année, le taux d'attrition passe à 10 % du nombre de clients restants et reste constant les années suivantes.

L'ensemble des clients vous a permis, la première année, de réaliser un chiffre d'affaires moyen par client de 380 €. Le coût unitaire de traitement d'un client et des produits vendus est évalué à 152 €. Vos prix augmentent en moyenne de 5 % par an.

Vous souhaitez évaluer l'intérêt financier de votre opération de recrutement de clients par mailing. :

Question 2-1 : Complétez le tableau de gestion afin d'évaluer la valeur du capital client sur une période de 5 ans.

Question 2-2 : Vous décidez de proposer une réduction de prix de 15 % dès la première année en échange d'un engagement de rester client pendant deux ans. Vous constatez que le taux de fidélité est de 89 % au lieu de 70 % la première année. La deuxième année, il est de 80 % À partir de la troisième année, il reste constant à 75 %. Qu'en déduisez-vous ?

3°) Question 3

A partir de votre expérience en entreprise et de vos connaissances, montrez l'intérêt de la segmentation de la clientèle et des logiciels de GRC pour une unité commerciale.

Années	1	2	3	4	5
Taux de fidélité	100	70			
Nombre de clients restants	1059				
Chiffre d'affaires par clients	380				
Chiffre d'affaires global					
Coût par client	152	152	152	152	152
Coût total					
Coût de recrutement					
Résultat global					
Valeur du capital client					