

**BTS Management des Unités Commerciales**  
**Lycée Antoine Bourdelle**

**Epreuve E5 : ANALYSE ET CONDUITE DE LA RELATION  
COMMERCIALE**

**Session 2007**

**Thème : S423-5 La communication locale**

**Question 1**

Identifier les formes de communication.

**Question 2**

La librairie Beaux Livres est spécialisée depuis une quinzaine d'années dans la vente d'ouvrages d'art. Prenant en compte l'intérêt des ménages pour l'aménagement, la décoration et le design, elle entend développer une nouvelle offre sur ce thème avec le concours des plus grands noms de la décoration, du design et d'aménagement d'intérieur. Elle vient de référencer un nouveau livre intitulé : « **Décorer son intérieur : conseils et pièges à éviter** ». Pour favoriser son lancement, la librairie va adresser par publipostage une offre d'examen gratuit de l'ouvrage pendant 10 jours au terme duquel le client aura la possibilité soit de conserver l'ouvrage et le payer soit de le retourner au libraire.

Pour toucher une cible plus large que sa clientèle habituelle, elle a fait appel à diverses sociétés spécialisées pour se procurer des fichiers d'adresses

A partir des informations des annexes 1, 2 et 3 :

1. Calculer le coût de l'opération publipostage
2. Quel en serait le résultat dans l'hypothèse où tous les livres envoyés et conservés sont effectivement payés par les clients, sachant que **le prix de vente du livre est de 40 €**
3. Que suggéreriez-vous pour rendre plus performantes les opérations de publipostage

**Question 3**

A partir de votre expérience en entreprise et de vos connaissances, montrez l'intérêt d'un outil de GRC pour une entreprise commerciale

## **Annexe 1 : les fichiers du publipostage « décorer son intérieur »**

Pour cette opération deux types de fichiers seront utilisés :

### **- le fichier interne de l'entreprise :**

- Fichier client : 13 500 adresses
- Fichier prospect : 10 000 adresses

Le fichier clients est un fichier de personnes ayant déjà commandé et gardé un ouvrage, au moins une fois depuis la création de la société. Le fichier prospect est un mélange d'adresses et des noms de personnes qui après avoir commandé un ouvrage l'ont retourné avant le terme de la période d'examen, et des adresses récupérées à la suite d'encarts presse que fait de temps en temps paraître la société dans les magazines de télévision.

### **- les fichiers externes :**

- fichier 1 : 10 000 adresses au coût de 100 €/1 000
- fichier 2 : 15 000 adresses au coût de 70 €/1 000
- fichier 3 : 7 000 adresses au coût de 60 €/1 000

Les fichiers externes sont des fichiers loués « au coup par coup » soit directement auprès des propriétaires – comme les magazines spécialisés – soit auprès de sociétés intermédiaires spécialisées dans la location des fichiers.

## **Annexe 2 : coûts divers**

- Coût de revient unitaire d'un livre (*fabrication*) : 6 €
- Droit d'auteur à verser : 8 % du PV (*livre vendu*)
- Coûts unitaires d'expédition de l'ouvrage : 2,50 €
- Coûts divers de gestion des comptes clients : 3 € par ouvrage
- prime <sup>(1)</sup> offerte lors de la demande : 2 €
- Frais généraux de la librairie : 10 % des ventes réalisées
- Coût du publipostage (pour mille messages envoyés) : 300 €
- Coût de l'emballage d'expédition : 0.50 € par ouvrage

(1) la prime est conservée par le client quelque soit sa décision concernant l'ouvrage

## **Annexe 3 : résultats quantitatifs de l'opération « décorer son intérieur »**

Nombre de commandes conservés et payés

- Sur fichier client : 850
- Sur fichier prospect : 250
- Sur fichier 1 : 345
- Sur fichier 2 : 195
- Sur fichier 3 : 61

**Quantité retournée de livres** : 10 % du nombre d'envois pour examen gratuit de 10 jours.