

**BTS Management des Unités Commerciales**

**Lycée Antoine Bourdelle**

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

**Janvier 2009**

**THEME : S423-5 LA RELATION COMMERCIALE ET LA MERCATIQUE  
OPERATIONNELLE DE L'UC - LA COMMUNICATION LOCALE**

**Question 1 :**

Présentez les enjeux et les dimensions de la communication locale

**Question 2 :**

Vous êtes stagiaire à l'agence BNP de Montauban. La communication locale au sein de l'agence se fait essentiellement par affichage et par mise en avant de prospectus. Les supports d'affichage sont essentiellement la vitrine, l'espace d'accueil, l'espace conseil, les présentoirs et les bureaux des conseillers. Un planning d'affichage est envoyé mensuellement au directeur de l'agence. Ces planning sont très synthétiques mais présentent des difficultés opérationnelles et ne permettent pas toujours de trouver une réponse rapide à des questions simples du style « quels supports d'affichage sont libres ce mois-ci ? », « quelles sont les opérations en vitrine ? dans les bureaux des conseillers ? »

La fréquentation de l'agence : 50% des clients viennent à l'agence en moyenne 2 fois par mois, 25% une seule fois par mois et 25% moins d'une fois par mois

**Q2-1** Le directeur vous demande de concevoir un **planning journalier** des supports d'affichage et des opérations de communication. Quel support de communication est-il libre ce mois-ci pour une opération de dernière minute « Dons aux associations » ?

**Q2-2** Prenons au hasard un client qui vient 2 fois par mois à l'agence. Quelle chance a-t-il (en %) de voir l'affiche dans le **hall d'accueil** sur l'opération « Prêt personnel + renouvelable » 2 fois, 1 fois (et une seule fois), au moins 2 fois, aucune fois

NB : pour des raisons de simplification des calculs, nous considérerons que l'agence est ouverte tous les jours (soit 30 jours dans le mois)

**Q2-3** Quel(s) autre(s) support(s) de communication pourrait utiliser cette agence bancaire pour informer sa clientèle ?

**Question 3 :**

A partir de votre expérience et de vos connaissances, quels est l'intérêt des logiciels de GRC dans une unité commerciale.

**DISPOSITIF DE COMMUNICATION**

Opérations de communication	Support d'affichage	Dates
Op. portes ouvertes PRO	vitrine	Du 10 au 30
	Espace accueil prioritaire 2	Du 17 au 30
Offres couples « love bank »	Vitrine	Du 1 au 9
	Espace accueil prioritaire 2	Du 1 au 16
	Poste accueil présentoir PLV 4 Cases sur 2 cases A et B	Du 1 au 9
	Espace conseil circulation 3	Du 1 au 9
	Bureaux conseillers particuliers	Du 1 au 9
Tarifs Particuliers	Espace accueil réglementaire	Du 1 au 30
Services consommateurs	Espace prioritaire 1	Du 1 au 30
Assurance Auto	Espace prioritaire 3	Du 1 au 30
	Poste accueil présentoir PLV 4 Cases sur 2 cases C et D	Du 1 au 30
	Espace conseil circulation 2	Du 1 au 30
	Ecritoire/porte-affiche local	Du 1 au 16
Terceo	Espace accueil prioritaire 4	Du 1 au 9
Prêt personnel + renouvelable	Espace accueil prioritaire 4	Du 10 au 30
	Poste accueil présentoir PLV 4 Cases sur 2 cases A et B	Du 10 au 30
	Espace conseil circulation 3	Du 10 au 30
	Bureaux conseillers particuliers	Du 10 au 30
Volluto2	Espace de circulation 1	Du 1 au 30