

# **BTS Management des Unités Commerciales**

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

Session 2008

Proposition de sujet

### **Thème : S84-1 La qualification des données clientèle**

**Question 1** Justifier le recours aux fonctionnalités d'un logiciel de Gestion de la Relation Client pour piloter une agence bancaire

#### **Question 2**

A l'aide de l'annexe 1, vous résoudrez le problème commercial suivant.

L'agence compte 5 150 clients, elle fait partie d'un réseau de 5 directions régionales comprenant 150 agences. L'organisation se caractérise par des circuits de décision courts obtenus grâce à une décentralisation des responsabilités et des compétences. La mise en place d'un nouveau système d'information commerciale permet de suivre les objectifs et les réalisations des agences et des collaborateurs au sein du réseau. Chaque point de vente constitue une unité de gestion autonome, un centre de profit.

Vous venez d'être nommé(e) en qualité de chargé(e) de clientèle à l'agence NOVA et vous gérez le portefeuille n°1 composé de 585 clients. L'effectif de cette agence est de 12 personnes dont sept chargés de clientèle particuliers, un animateur de ventes, deux chargés de clientèle professionnels, un conseiller patrimonial et un directeur d'agence.

- Identifiez, à partir de l'annexe 1 et 2, les produits ou services pour lesquels l'agence est en décalage significatif par rapport au groupe
- Comparer les résultats du portefeuille que vous gérez par rapport à ceux de l'agence, à partir des informations fournies en annexe 1,2 et 3
- Proposez et justifiez deux catégories de produits à commercialiser dans le but d'améliorer les résultats du portefeuille, et développer les actions à mettre en œuvre sur les PEL/CEL

#### **Question 3**

A partir de votre expérience en entreprise et de vos connaissances, montrez l'utilité d'un système d'information commerciale pour piloter une agence bancaire et prévenir efficacement les risques dans sa gestion quotidienne

Ou

A partir de votre expérience en entreprise et de vos connaissances, montrez l'utilité d'une base de données bien renseignée, pour la gestion d'un portefeuille clients

Ou

A partir de votre expérience en entreprise et de vos connaissances, montrez comment un(e) chargé(e) de clientèle peut prévenir efficacement les risques dans sa gestion quotidienne

### Annexe 1 — Caractéristiques de la clientèle

Données	Agence	Groupe des agences locales
Moins de 24 ans	13%	15%
De 25 à 44 ans	39%	29%
De 45 à 59 ans	31%	38%
1 De 60 à 79 ans	13%	12%
80 ans et plus	4%	6%
Montants des avoirs moyens	4 800 €	4 500 €
Montants des flux moyens	3 200 €	2 800 €

Taux de détention /produits	Agence	Groupe des agences locales
Comptes chèques	96%	98%
Conventions de services	75%	76%
Banque à distance	44%	49%

### Annexe 2 – Taux de détention et encours moyens de la clientèle

Produits	Agence		Groupe des agences locales		Marge par produit en %
	Taux de détention	Encours Moyen €	Taux de détention	Encours Moyen €	
LDD (Codevi)	52	1230	43	920	0.85
LEP	13	120	12	145	0.60
PEL	32	3900	40	4407	1.30
CEL	34	1800	42	2100	1.70
Livret jeune	14	192	14	215	0.10
PEA actions	16	1212	9	1420	1.50
PERP	7	1350	8	740	2.30
Assurance vie	8	13515	8	12540	2.30
Crédits immobiliers	44	78700	43	76800	0.17
Crédits consommation	33	3825	34	4126	2.10
Crédits revolving	9	1148	19	2574	4.50

### Annexe 3 - Caractéristiques du portefeuille n°1

Données	Portefeuille n°1
Âges	
Moins de 24 ans	14%
De 25 à 44 ans	44%
De 45 à 59 ans	36%
De 60 à 79 ans	5%
80 ans et plus	1%
Montants des avoirs moyens	3 900 €
Montants des flux moyens	2 000 €

Produits	Taux de détention	Encours Moyen €
LDD (Codevi)	52	1130
LEP	12	120
PEL	26	3200
CEL	28	1700
Livret jeune	14	192
PEA actions	11	1414
PERP	7	1310
Assurance vie	8	13225
Crédits immobiliers	44	77100
Crédits consommation	32	3915
Crédits revolving	7	1010

## Eléments de corrigé

### Question 1

Voir cours + :

- Assurer la rentabilité du point de vente
- Maîtriser les risques
- Suivre les objectifs
- Développer le fonds de commerce
- Mettre en place ou réorienter le plan d'action commerciale
- Cibler une offre pertinente selon la qualité des informations disponibles dans la base de données
- Détecter d'importantes incohérences (ex : décalage revenus avec CSP déclarée...)

### Question 2

#### 2-1

Les écarts peuvent se mesurer à partir du taux de détention ainsi que du montant des encours moyens

Voir tableau page suivante

défavorables	favorables
<ul style="list-style-type: none"><li>- Crédits revolving : le PNB dégagé est trop bas → à cause du taux de détention ET des encours trop faibles</li><li>- PEL/CEL : PNB faible → taux de détention et montant moyens trop faibles</li><li>- BAD taux inférieur de 5 points alors que les tranches d'âges de – de 24 et de 25/44 ans sont bien représentées (+ 8 points)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- PEA : fort taux de détention MAIS encours faibles</li><li>- LDD : fort taux de détention et encours moyens très élevés</li><li>- Assurance vie : encours moyens élevés</li><li>- PERP : encours moyens très élevés</li></ul>

#### 2-2

- La clientèle est plus jeune :
- Les avoirs et les flux moyens sont plus faibles
- En terme d'équipement, nous retrouvons des caractéristiques similaires à l'agence :
  - Crédit revolving et PEL/CEL → taux de détention et encours moyens encore plus faibles que ceux de l'agence
  - LDD : équivalent
  - PEA : inférieur à ceux de l'agence

#### 2-3

Il faut favoriser l'équipement en produits à forte marge ainsi que les flux créditeurs, les produits d'épargne et les encours

→ Pousser le revolving car forte contribution au PNB, retard en taux de détention + faibles montants des encours moyens

→ Pousser les PEL/CEL ce sont des produits fidélisant dont la marge est intéressante car 25/44 ans est surreprésentée et est fortement consommatrice de ce crédits.

Cible : clients non équipés de 25/44 avec projet immobilier réels ou anticipé (OHANA) + clients seulement équipés d'un CEL ou d'un PEL

Moyens : publipostage + phoning + accroche guichet + entretiens

### Question 3

1. — Précisez les actions quotidiennes que réalise le chargé de clientèle pour enrichir la base de données.

Le chargé de clientèle alimente la base de données et l'enrichit.

#### Mise à four des informations de base de la fiche client

état civil, situation familiale, adresse, téléphone, résidence principale en propriété ou en location,....

#### Enrichissement de la base de données

la saisie de compte rendu d'entretiens et d'actions phoning dans la perspective de rendre compte de projets à court, moyen ou long terme (crédit, préparation de la retraite...) et de mettre en évidence des opportunités commerciales, la création de promesses de contacts, le chargé de clientèle saisit un projet évoqué par le client, et peut créer une alerte pour le rappeler... (vous projetez de vendre votre bien, d'acquérir une voiture..., vous permettez que je vous rappelle dans x mois),...

Cet enrichissement permet en outre la personnalisation de la relation client (centre d'intérêts, attentes particulières...)

2 — Montrez, l'utilité d'une base de données bien renseignée, pour la gestion d'un portefeuille clients, à partir de deux exemples d'actions quotidiennes.

#### 1 Détection des opportunités commerciales

La gestion des échéances de produits est anticipée.

- Exemple 1 : une alerte est générée automatiquement signifiant la dernière échéance de prêt de Monsieur Dupond, le chargé de clientèle va contacter le client lors de l'arrivée de l'échéance. Il pourra ainsi devancer le besoin du client et être proactif. Dans ce cas, il s'agit d'une opportunité de placement.

- Exemple 2 : Le 25eme anniversaire d'un jeune client, signifie la fin du livret jeune et indique un rendez vous pour un placement nouveau.

#### 2 - Gestion des promesses

Lors d'un rendez vous avec Madame Martin, elle a fait savoir au chargé de clientèle que dans 6 mois, elle avait l'intention de réaliser des travaux de rénovation dans sa maison. Le chargé de clientèle, met une alerte et 6 mois plus tard, saisit cette opportunité pour la relancer

Accepter toute proposition cohérente qui rend compte de l'importance d'une base de données bien renseignée.

3 – Énoncez et expliquez trois événements pour lesquels un(e) chargé(e) de clientèle peut prévenir efficacement les risques dans sa gestion au quotidien. Vous préciserez pour chacun d'eux, les tâches ou procédures à mettre en oeuvre

Contrôler l'identité, le domicile, la relation situation professionnelle, consulter les fichiers bancaires...

Consulter les historiques de flux et de soldes sur les six derniers mois. Vérifier les avoirs en banque

Prendre un rendez vous avec le client

Vérifier les fichiers Banque de France quand rejet d'un chèque dans un autre établissement, nombre d'incidents, montants, établissements concernés...

Déterminer la décision à prendre.

Prendre en compte la cotation risque client pour l'octroi d'un crédit ou revolving – Respecter la législation et le seuil de délégation.

Surveiller les mouvements anormaux, les opérations fractionnées et versements en espèces.

Envisager une déclaration de soupçon si les conditions sont réunies.

Anomalies liées au fonctionnement du compte

\* comptes en débit

- débit supérieur à l'autorisation de découvert, ou sans découvert préalable. - débiteurs de plus de trente jours

\* Crédit

- retard sur échéance de prêt de plus d'un mois

- incidents de paiement

Eviter une aggravation irrémédiable du risque, apporter un conseil et limiter les frais pour le client

Mouvements anormaux sur 1 Lutter contre la fraude les comptes procédures  
TRACFIN Blanchiment d'argent

Accepter toute proposition cohérente qui permet de prévenir les risques



Produits	Agence		PNB AGENCE	Groupe des agences locales			Marge par produit en %	Ecart/groupe
	Taux de détention	Encours Moyen €		Taux de détention	Encours Moyen €	PNB Moyen groupe		
LDD (Codevi)	52	1230	54366	43	920	33626	0,85	62%
LEP	13	120	936	12	145	1044	0,6	-10%
PEL	32	3900	162240	40	4407	229164	1,3	-29%
CEL	34	1800	104040	42	2100	149940	1,7	-31%
Livret jeune	14	192	268,8	14	215	301	0,1	-11%
PEA actions	16	1212	29088	9	1420	19170	1,5	52%
PERP	7	1350	21735	8	740	13616	2,3	60%
Assurance vie	8	13515	248676	8	12540	230736	2,3	8%
Crédits immobiliers	44	78700	588676	43	76800	561408	0,17	5%
Crédits consommation	33	3825	265072,5	34	4126	294596,4	2,1	-10%
Crédits revolving	9	1148	46494	19	2574	220077	4,5	-79%