

Niveau : TS
Année/Groupe : 2A/21/22

Durée : 3 heures
Barème : 40pts

DOSSIER I : (5pts)

En retard sur les objectifs de taux d'équipement de la carte de fidélité et des cartes de paiement et de crédit, un hypermarché organise une campagne de communication et de diffusion : « la semaine des avantages fidélité ». Celle-ci prévoit la mobilisation d'une équipe sur le point de vente (animation sur stand), la diffusion d'une PLV aux caisses et une promotion spéciale sur une sélection de produits de la marque enseigne. Le manager vous confie un extrait des résultats de la campagne :

	Objectifs de placement	Placement réalisés	Moyenne des points de vente du réseau *
Carte de fidélité	350	213	290
Carte de paiement	137	98	120

* Pour les unités commerciales comparables, même période, même conditions commerciales.

- Y 1) Quels sont les objectifs de performances poursuivis par ce point de vente ?
2) A l'aide de calculs que vous jugerez pertinents, portez une appréciation sur les performances réalisées ?

DOSSIER II (6pts)

Définir les termes suivants :

1) Pour quelles raisons, les conseillers ont-ils accordé une importance à la réalisation que de la prospection de leurs clientèles ? (3pts)

2) Quels sont les différents signaux qui indiquent le mécontentement d'un client ? (3pts)

DOSSIER VI : (10Pts)

Vous effectuez un stage de conseiller clientèle au sein d'une agence bancaire. Le responsable vous confie un extrait du reporting commercial à la disposition des conseillers. Les informations sont les suivantes :

Le fichier clients comporte 1245 noms, tous segments confondus. Le tableau ne tient pas compte des statistiques pour les nouveaux clients.

Indicateurs	Fermetures de comptes		Multi bancarisation		Ventes additionnelles	
Segment	2010	2011	2010	2011	2010	2011
Particuliers	57	76	60%	68%	300	350
Entreprise	10	10	30%	45%	70	65
Professions libérales	3	1	70%	70%	15	27
Total	70	87			385	442



Les ventes additionnelles représentent les nouveaux équipements en produits et services sur les clients du fichier.

A l'aide des calculs qui vous semblent les plus pertinents, porter une appréciation sur l'évolution de la fidélité de ces différents segments de clientèle : (4pts)

Quelles sont les données complémentaires qui vous permettraient d'affiner votre analyse ? (2pts)

Quels peuvent être les principaux critères de satisfaction pour un client d'une agence bancaire ? (4pts)

DOSSIER IIV :(8Pts)

Vous êtes stagiaire chez BRICOLA (vente de matériels de bricolage) ; cette entreprise utilise une méthode de scorage . Elle propose une offre promotionnelle pour le lancement d'une nouvelle tondeuse à gazon destinée au jardinage domestique : financement au taux de 4,2% sur 3ans avec reprise de l'ancienne machine.

Pour repérer votre cible, on vous remet le tableau des critères suivant :

CRITERES DE SCORAGE	CRITERES DE NOTATION	COEFFICIENT DE PONDERATION
Revenus annuels	1 point pour moins de 60000dhs 2 points pour + de 60000dhs	4
Age de la machine	-de 2ans : 1 point 3à5ans : 2points 6ans et + : 3 points	6
Financement utilisé	Comptant : 2point Crédit bancaire personnel : 2points Crédit entreprise : 3 points	7

Les clients qui totalisent un score pondéré supérieur à 30 points bénéficieront d'une remise de 10 % sur la machine.

MAHDAD SAMIRA

EFM TSC 2A/22

Page 1 / 2

DRNOI/SALE



Trois clients de votre portefeuille font partie du segment concerné :

CLIENT	REVENU ANNUEL	AGE DE LA MACHINE	TYPES DE FINANCEMENT UTILISE
AHMED	75000 DH	6 ans	Comptant
DRISS	100000DH	8ans	Crédit Entreprise
HICHLAM	135000 DH	4ans	Crédit bancaire

TAF :

- 1) Calculer le score obtenu pour chaque client ? (2pts)
- 2) Quel(S) client(s) allez-vous contacter ? (2pts)
- 3) Que penser-vous des critères utilisés ? (2pts)
- 4) La vente de la machine permet de dégager une marge de 60000DH ; les coûts de rétention et d'approche client sont estimés à 9000dhs . Estimez la valeur de la fidélisation clients. (2pts)

DOSSIER V : (6Pts)

Visitez notre site : www.forumofppt.com

Visitez notre site : www.info-ofppt.com

Notre page Facebook : www.facebook.com/forum.ofppt

Notre page Facebook : www.facebook.com/infoofpptrss