

# BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR

BE409 en

**BANQUE**

1/7

*Session 2004*

**ÉPREUVE E4 : GESTION DE CLIENTÈLE ET  
COMMUNICATION PROFESSIONNELLE**

***Durée : 2 heures***

***Coefficient : 1,5***

## - SUJET -

Dès que le sujet vous est remis, vérifiez qu'il est complet.

Le sujet comporte 3 parties indépendantes.

L'annexe 4 est à rendre avec la copie.

**1<sup>ère</sup> PARTIE : 12 points**

**2<sup>ème</sup> PARTIE : 4 points**

**3<sup>ème</sup> PARTIE : 4 points**

*La clarté des raisonnements et la qualité de la rédaction interviendront pour une part importante dans l'appréciation des copies.*

*Aucun document n'est autorisé.*

*L'usage de la calculatrice est autorisé.*

Au centre de quatre quartiers répertoriés (Acacia, Beaux Arts, Chanterelle, Dutilleul) et à quelques dizaines de mètres de la route d'Arles, l'agence COURBET tire son nom du boulevard Amiral COURBET où elle est située, au numéro 97. Elle a été rénovée en 1995.

Vous exercez vos fonctions dans cette petite agence. Elle se compose d'un responsable ayant en charge le portefeuille des entreprises et des professionnels, de deux conseillers de clientèle de particuliers ainsi que d'un chargé d'accueil cumulant les fonctions de guichetier et de vendeur.

Elle comprend 1641 clients dont 1480 présentent des flux mensuels créditeurs, ce qui représente un taux de clients actifs de 90 % (taux inférieur à la moyenne enregistrée par le groupe des agences locales).

Ce point de vente a un poids global dans le groupe de 3,8 %, en termes d'encours.

Sur 1641 clients de l'agence, 413 habitent dans des villages à proximité.

En ce qui concerne les nouveaux clients, 55 % habitent l'agglomération et 45 % proviennent des villages à proximité.

Vous êtes chargé(e) d'étudier la problématique de cette agence. Les annexes 1, 2, 3 et 4 sont à votre disposition pour effectuer ce travail.

## PREMIÈRE PARTIE

- 1.1 - Vous effectuerez une analyse de la situation de cette agence en soulignant les caractéristiques dominantes de ce point de vente. Quelles conclusions en tirez-vous ?
- 1.2 - Un changement d'implantation de cette agence est-il souhaitable ? Si oui, proposez et justifiez une nouvelle localisation.

## DEUXIÈME PARTIE

- 2.1 – Commentez le ratio Commissions / Marge d'intermédiation de cette agence bancaire.
- 2.2 – Expliquez en quoi la maîtrise de ce ratio représente un enjeu important pour une agence bancaire ; indiquez également les moyens dont elle dispose pour améliorer ce ratio.

## TROISIÈME PARTIE

À partir de l'extrait de la base de données clients (Gestion Événementielle de la Relation Client), vous avez pris rendez-vous avec chacun d'entre eux.

- 3.1 - On vous demande, pour chacun des cas, de justifier le rendez-vous pris et de proposer une préconisation adaptée. Pour ce faire, vous remplirez l'annexe 4 (à rendre avec la copie).

**Document 1**  
**Données économiques et démographiques**

Quartiers	Revenu moyen en € en 2003	Population 1990	Population 1999	Population 2003
Quartier Acacia	22000	4335	4126	3930
Quartier Beaux-arts	21750	4120	4023	3850
Quartier Chanterelle	27000	3720	4208	4950
Quartier Dutilleul	19750	8750	7526	6720
<b>Zone de chalandise</b>	<b>22137</b>	<b>20925</b>	<b>19883</b>	<b>19450</b>
<b>Groupe des agences locales</b>	<b>15700</b>			
<b>Direction Régionale</b>	<b>17134</b>			

**Document 2**  
**Répartition de la population par âge dans la zone de chalandise**

Âges	- de 20 ans	20-39 ans	40-59 ans	60-74 ans	> 75 ans
Zone de chalandise 2003	26,9 %	24,1 %	29,2 %	14,1 %	5,7 %
Zone de chalandise 1999	29,5 %	28,3 %	27,1 %	10,6 %	4,5 %

**Document 3**  
**Résidents Migrants (2003)**

	Département	Zone de chalandise
Part des actifs travaillant dans leur commune de résidence	84 %	57 %
Part des actifs travaillant hors de leur commune de résidence	16 %	43 %
Total	100 %	100 %

**Document 4**  
**Données économiques et commerciales de la zone de chalandise**

Quartiers	Densité de services de proximité *	Guichets concurrents	Bancarisation (Nombre de clients pour 1 guichet)	Parts de Marché Particuliers en %	Parts de Marché Professionnels en %
Quartier Acacia	9,8	2	1572	7,9	8,5
Quartier Beaux-arts	10,7	2	1540	8,6	8,2
Quartier Chanterelle	23	1	3960	3,7	7,1
Quartier Dutilleul	12,3	2	1792	11,3	13,8
<b>Zone de chalandise</b>	<b>15</b>	<b>7</b>	<b>1945</b>	<b>6,2</b>	<b>7,9</b>
<b>Groupe des agences locales</b>	<b>19,1</b>		<b>1950</b>	<b>7,5</b>	<b>8,2</b>
<b>Direction Régionale</b>	<b>22</b>		<b>1550</b>	<b>10</b>	<b>11,9</b>

\* Densité de services de proximité = nombre de services de proximité pour 1000 habitants

**Document 1**  
**Les professions et catégories sociales**

	Agence (en %)	Rappel zone de chalandise (en %)
Agriculteurs	0,2	1,6
Artisans Commerçants	4,8	3,9
Prof. Intellect. Supérieures	10,9	4,7
Prof. Intermédiaires	14,9	8,6
Employés	21,5	19
Ouvriers	5,8	5
Retraités	14,6	12,8
Inactifs	27,3	44,4

**Document 2**  
**Ancienneté Relation Clientèle**

	Agence (en %)	Indice Agence Groupe base 100*
< 1 an	4,9	91
1 - 4 ans	14,3	89,9
> 5 ans	80,8	112

\*Indice groupe base 100 = l'indice base 100 représente la moyenne du groupe des agences locales

**Document 3**  
**Provenance des clients migrants**

Provenance	D 127 *	N 86 *	D 999 *	N 113 *	Total
<b>Nombre de clients</b>	48	131	164	70	413

\*Indication de la voie de circulation (voir page suivante)

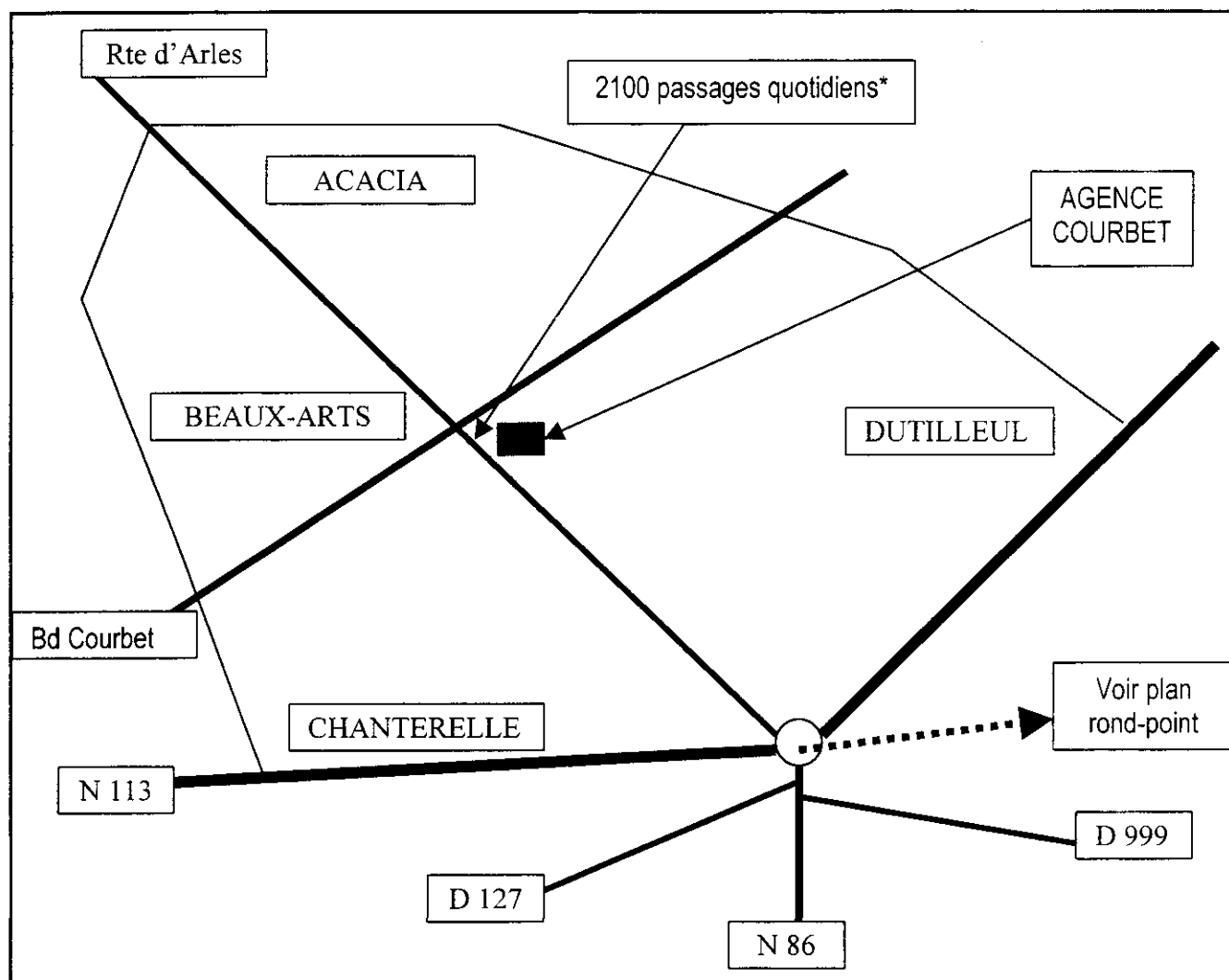
**Document 4**  
**Segmentation**

Segments	Descriptif	Indice Agence Groupe base 100*
Segment A	Leur objectif est essentiellement la fructification de leur patrimoine. Il s'agit de nos clients les plus aisés, ayant des avoirs importants et des préoccupations boursières. Clients « Haut de gamme ».	108
Segment B	Clients en phase de consolidation de leurs acquis, se préservent des risques (plus d'épargne bancaire que financière) et utilisent modérément leur compte à vue.	110
Segment C	Clients en phase de constitution de patrimoine ; il s'agit de clients très actifs, disposant de revenus souvent élevés, constituant progressivement leur patrimoine et utilisant intensément leur compte à vue.	96
Segment D	Clients utilisant leur compte à vue mais avec des revenus moins élevés que le segment C d'où une gestion serrée de leur budget.	147
Segment E	Clients qui utilisent très faiblement leur CAV, soit qu'il s'agisse de clients jeunes, soit qu'il s'agisse de clients multi bancaisés, multi guichets ou de comptes secondaires.	132

\*Indice groupe base 100 = l'indice base 100 représente la moyenne du groupe des agences locales

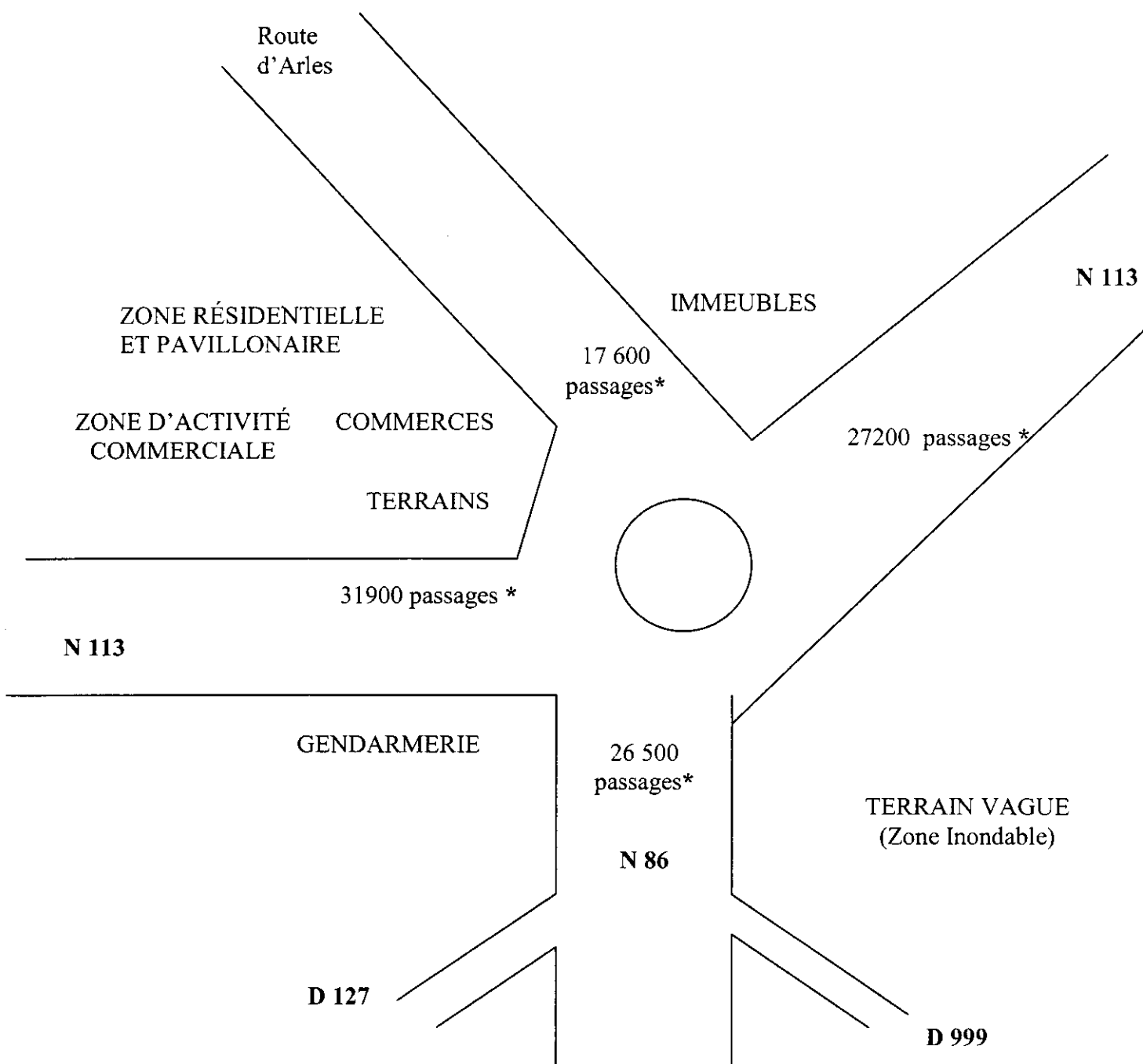
### Document 5

## Plan de situation et zone de chalandise



\*exprime le nombre quotidien de passages en voiture

### Plan du Rond-point



\*exprime le nombre quotidien de passages en voiture

ANNEXE 3

### Indice de rentabilité

Ratio Commissions / Marge d'intermédiation	
Agence	0,61
Groupe des agences locales	0,59

7/7

Extrait de la Base de Gestion Événementielle de la Relation Client

<b>Client</b>	<b>Événement</b>	<b>Justification du rendez-vous et préconisation adaptée</b>
<b>M. et Mme MAERO</b>	ANNIVERSAIRE DE LEUR ENFANT 12 ANS	
<b>BOLLO VINCENT</b>	CRÉDIT IMMOBILIER ÉCHU	
<b>NAULET SAMUEL</b>	MOUVEMENT DÉBITEUR EXCEPTIONNEL	
<b>CLUZEL YVAN</b>	DÉSÉPARGNE	
<b>GRANIER LOUIS</b>	FORT MOUVEMENT CREDITEUR SUR LIVRET	
<b>ARIAS MARIE</b>	CRÉDIT IMMOBILIER SANS DOMICILIATION DE SALAIRE	

Extrait de la Base de Gestion Événementielle de la Relation Client

<b>Client</b>	<b>Événement</b>	<b>Justification du rendez-vous et préconisation adaptée</b>
<b>M. et Mme MAERO</b>	ANNIVERSAIRE DE LEUR ENFANT 12 ANS	
<b>BOLLO VINCENT</b>	CRÉDIT IMMOBILIER ÉCHU	
<b>NAULET SAMUEL</b>	MOUVEMENT DÉBITEUR EXCEPTIONNEL	
<b>CLUZEL YVAN</b>	DÉSÉPARGNE	
<b>GRANIER LOUIS</b>	FORT MOUVEMENT CREDITEUR SUR LIVRET	
<b>ARIAS MARIE</b>	CRÉDIT IMMOBILIER SANS DOMICILIATION DE SALAIRE	