

**SESSION 2020**  
**BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR NÉGOCIATION ET**  
**DIGITALISATION DE LA RELATION CLIENT**  
**Corrigé E5 : Relation client à distance et digitalisation**

**Groupama à la conquête des sportifs**

<b>DOSSIER 1 : Organiser une opération commerciale digitale (17 pts)</b>
--

**Partie 1 : Dynamiser l'agence grâce à un événement (10 pts)**

**1.1.1 Rédiger l'e-mail envoyé aux participants à la suite du trail proposant l'offre promotionnelle de deux mois gratuits. (4 pts)**

**Conditions de forme attendues : (2 pts)**

L'emailing doit comporter la notion :

- d'émetteur : « De »
- de récepteur : « A »
- l'objet percutant
- le lien vers le site internet de l'agence Groupama
- le lien de désinscription qui doit être fonctionnel
- la signature personnalisée du conseiller

**Conditions de fond attendues : (2 pts)**

Il est possible d'utiliser la méthode AIDA tout en restant court dans le message

- attirer l'**Attention** avec une accroche qui va interpeller l'internaute, inventive
- susciter l'**Intérêt** pour accrocher la curiosité, lui donner envie d'en lire plus
- provoquer le **Désir** afin de transformer le lecteur en demandeur actif du produit
- inciter à l'**Action** pour souscrire ou rentrer en contact avec le CRC

**(Call To Action CTA)**

BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR NÉGOCIATION ET DIGITALISATION DE LA RELATION CLIENT		Session 2020
ÉPREUVE E5 : Relation client à distance et digitalisation Première partie – Épreuve ponctuelle écrite	Code Sujet : 20-NDRCU5	Page 1 sur 10

De : Conseiller  
A : M. X

Objet : **Protégez-vous pendant vos activités sportives !**

**Bravo pour votre engagement lors du trail de la Tour Matagrín, cette volonté de dépasser vos limites et de vous faire plaisir !**

Groupama vous accompagne dans tous les bons moments de votre vie mais aussi quand les tensions surgissent. Une chute, une blessure, un accident pour vous-même ou pour celui qui courtait à côté de vous et que vous avez blessé, **la Garantie des Accidents de la Vie est là !**

Souscrire une assurance « GAV » vous permettra d'être indemnisé en cas de perte de revenu, de préjudice esthétique et moral important. Elle vous proposera des services d'assistance concernant les enfants, les services à domicile, et bien d'autres prestations encore.

**DEMANDEZ VOTRE DEVIS EN LIGNE**

Contactez-nous sur notre site internet (<https://www.groupamagav.fr>), **pour bénéficier de deux mois gratuits pour toute nouvelle souscription du contrat GAV.**

Votre conseiller commercial

Si vous ne souhaitez plus nos offres commerciales, veuillez cliquer [ici](#).

Les informations recueillies font l'objet d'un traitement informatique destiné à répondre à votre demande le plus précisément possible. Les destinataires des données sont l'équipe de Groupama et ses partenaires. Conformément à la loi « informatique et libertés » du 6 janvier 1978 modifiée en 2004, vous bénéficiez d'un droit d'accès et de rectification aux informations qui vous concernent, que vous pouvez exercer en vous adressant à [contact@groupama.com](mailto:contact@groupama.com). Vous pouvez également, pour des motifs légitimes, vous opposer au traitement des données vous concernant

### 1.1.2 Préciser les contraintes juridiques relatives à l'élaboration et l'envoi de l'e-mailing. (4 pts)

#### Élaboration de l'e-mailing : (3 pts : 3x1 avec 3 idées attendues)

- offrir la possibilité au sociétaire de s'opposer à l'utilisation de ses coordonnées à caractère personnel,
- informer les personnes sur leurs droits d'accès, rectification,
- informer les personnes sur l'utilisation des données
- mentionner le nom de l'annonceur
- offrir un lien de désinscription, désabonnement
- déclarer le fichier à la CNIL

*J'ai rajouté ce qui est surligné*

#### Envoi de l'e-mailing : (1 pt : 1 idée attendue)

- collecter le consentement explicite des contacts (recommandation d'utiliser le double opt-in : remplissage d'un formulaire + clic sur un lien envoyé en suivant sur l'email du contact).

BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR NÉGOCIATION ET DIGITALISATION DE LA RELATION CLIENT		Session 2020
ÉPREUVE E5 : Relation client à distance et digitalisation Première partie – Épreuve ponctuelle écrite	Code Sujet : 20-NDRCU5	Page 2 sur 10

**1.1.3 Proposer des actions de suivi de cette campagne d'e-mailing que Groupama devrait mettre en œuvre afin d'augmenter les chances de concrétisation. (2 pts) (2x 1 pt avec 2 idées attendues)**

- Relance téléphonique des demandes de devis GAV
- Envoi d'e-mailings de relance

**Partie 2 : Développer l'application digitale « Groupama et moi » (7 pts)**

**1.2.1 Présenter les avantages pour Groupama de l'application « Groupama et moi » (2 pts) (4 idées attendues 4x0,5pt)**

- Faciliter la relation avec les clients
- Obtenir des informations pour rebondir commercialement
- Dégager du temps commercial pour les conseillers pour la vente
- Faciliter la gestion des sinistres et de toutes les opérations administratives chronophages

**1.2.2 Proposer et justifier les indicateurs de performance permettant de mesurer l'efficacité de la relance téléphonique et de la campagne d'e-mailing « Groupama et moi ». (5 pts)**

*5 indicateurs attendus (5 x 1)*

*0,5 pt si indicateur pas justifié (Le tableau de bord n'est pas attendu)*

CAMPAGNE « Groupama et moi »

			Prévu	Réalisé	Ecart	Analyse
<b>Prospection téléphonique</b>						
1	Taux d'appels aboutis	<u>Appels aboutis</u> Nombre d'appels				
2	Capacité à argumenter	<u>Appels argumentés</u> Appels aboutis				
3	Taux de concrétisation	<u>Applis téléchargées</u> Appels argumentés				
<b>Prospection par mail</b>						
4	Taux de délivrabilité	<u>e-mails délivrés</u> e-mails envoyés				
5	Taux d'ouverture du mail	<u>e-mails ouverts</u> e-mails délivrés				
6	Taux de réactivité	<u>Nombre de cliqueurs</u> e-mails ouverts				
7	Taux de clics	<u>Nombre de cliqueurs</u> e-mails délivrés				
8	Taux de téléchargement de	<u>Nombre de téléchargement</u>				

BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR NÉGOCIATION ET DIGITALISATION DE LA RELATION CLIENT		Session 2020
ÉPREUVE E5 : Relation client à distance et digitalisation Première partie – Épreuve ponctuelle écrite	Code Sujet : 20-NDRCU5	Page 3 sur 10

	l'application	e-mails délivrés				
--	---------------	------------------	--	--	--	--

- (1) Mesure le niveau de pertinence du fichier
- (2) Mesure la capacité à argumenter
- (3) Mesure la capacité à concrétiser
- (4) Mesure la qualité du fichier
- (5) (6) Mesure l'attractivité du mail
- (7) Mesure la qualité de l'argumentaire
- (8) Mesure la réussite de l'opération

BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR NÉGOCIATION ET DIGITALISATION DE LA RELATION CLIENT		Session 2020
<b>ÉPREUVE E5 : Relation client à distance et digitalisation</b> <b>Première partie – Épreuve ponctuelle écrite</b>	<b>Code Sujet : 20-NDRCU5</b>	Page 4 sur 10

## DOSSIER 2 : Animer une équipe commerciale chez Groupama (13 pts)

### 2.1 Concevoir une grille présentant les critères d'évaluation des conseillers afin de mesurer et d'analyser leur progression au sein du CRC. (4 pts)

1 pt pour la présence d'une grille pertinente avec critère et évaluation

3 pts pour les critères d'évaluation avec 6 critères attendus (6 x 0,5)

Le degré d'acquisition peut prendre plusieurs formes comme une numérotation de 1 à 4 (1 : non maîtrisé – 2 : maîtrise partielle – 3 : maîtrisé – 4 : expert)

Critères	Première évaluation (1 à 4)	Deuxième évaluation (1 à 4)	Troisième évaluation (1 à 4)
<b>Savoir-faire</b> Accueil du client (au téléphone) Satisfaction du client (retour client) Proposition de l'offre Maîtrise des produits Traitement des objections Rebond Reformulation Sourire et dynamisme durant l'appel Maîtrise de l'écrit .....			
<b>Savoir-être</b> Ponctualité, Sens du relationnel Empathie Véhiculer l'image de l'entreprise Posture professionnelle Contrôle des émotions Relation avec l'équipe .....			
<b>Ratios de performance</b> Appels entrants Appels sortants Traitement des e-mails Prise de RDV Vente de produits ...			

BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR NÉGOCIATION ET DIGITALISATION DE LA RELATION CLIENT		Session 2020
ÉPREUVE E5 : Relation client à distance et digitalisation Première partie – Épreuve ponctuelle écrite	Code Sujet : 20-NDRCU5	Page 5 sur 10

**2.2 Analyser les performances individuelles des 3 nouvelles recrues et préconiser des solutions pour améliorer leurs résultats. (9 pts)**

3 pts par nouvelle recrue :

- 1 pt pour calculs (4 calculs minimum attendus)
- 1pt pour analyse (2 constats attendus)
- 1 pt pour préconisations (2 préconisations attendues en adéquation avec les analyses)

Le candidat devra analyser les performances et préconiser des formations pour chacun des candidats.

Indicateurs	Objectifs	CELIA		HUGO		SAMY	
		Réalisé	% Réal ou écart en pts	Réalisé	% Réal ou écart en pts	Réalisé	% Réal ou écart en pts
Nombre d'appels et mails traités par jour	47	59	126%	46	98%	30	64%
Rendez-vous par semaine	15	22	147%	3	20%	5	33%
Affaires conclues par jour	4	1	25%	8	200%	3	75%
% contacts utiles concrétisés en affaires nouvelles	8%	4%	50%	9%	113%	6%	75%
Disponibilité client	57%	74%	130%	65%	114%	45%	79%
Taux de transformation par produit							
AUTO	41,80%	20%	-21,8	50%	8,2	15%	-26,8
GAV	15,80%	0%	-15,8	10%	-5,8	2%	-13,8
Habitation	52,80%	10%	-42,8	40%	-12,8	21%	-31,8
Résultats sur deux mois par rapport à l'objectif annuel							
AUTO	16,66% *	5,90%	-10,76	30%	13,34	7%	-9,66
GAV	16,66% *	0	-16,66	5%	-11,66	10%	-6,66
Habitation	16,66% *	13,70%	-2,96	5%	-11,66	12%	-4,66

\* 16,66 % =  $100/6$  = % de réalisation de l'objectif pour 2 mois

Celia :

Analyse :

BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR NÉGOCIATION ET DIGITALISATION DE LA RELATION CLIENT		Session 2020
ÉPREUVE E5 : Relation client à distance et digitalisation Première partie – Épreuve ponctuelle écrite	Code Sujet : 20-NDRCU5	Page 6 sur 10

**Les constats + :**

- Une bonne dynamique commerciale puisque le nombre d'appels et de mails traités par jour est bon (26 % au-dessus de l'objectif)
- Une bonne capacité à décrocher un RDV (presque 50 % au-delà des objectifs)
- Elle sait se rendre disponible en connexion client

**Les constats - :**

- Des difficultés pour concrétiser ces affaires
- Au niveau du taux de transformation des produits, elle n'est pas performante sur les 3 produits notamment sur la GAV (cela se confirme dans les objectifs à atteindre).

**Les préconisations :**

Formation sur la concrétisation de la vente avec formation en double écoute  
Et formation sur tous les produits (surtout la GAV).

Hugo :

Analyse :

**Les constats + :**

- Une dynamique commerciale conforme à la moyenne du CRC (en termes de nombre d'appels et de mails traités par jour) (98 %)
- La capacité à conclure une vente est deux fois supérieure à la moyenne du CRC (200 %)
- Un bon taux de disponibilité en terme de connexion clients (114 %)
- Une bonne transformation concernant le contrat auto mais en deçà de la moyenne CRC concernant la GAV et l'habitation.
- L'objectif est atteint uniquement sur le contrat auto
- Le taux de concrétisation d'AN par rapport au total des appels pris est correct

**Les constats - :**

- Le nombre de RDV pris par semaine est très insuffisant (20 %)

**Les préconisations :**

- Une formation sur la prise de RDV
- Une formation produits sur la GAV et l'habitation

Samy :

Analyse :

**Les constats + :**

Pas d'éléments positifs

**Les constats - :**

- Un manque d'implication et de dynamisme pour traiter appels et mails
- Le nombre de RDV pris par semaine est très insuffisant
- Taux de transformation faible pour tous les produits
- De réelles difficultés pour réaliser les objectifs cumulés

BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR NÉGOCIATION ET DIGITALISATION DE LA RELATION CLIENT		Session 2020
ÉPREUVE E5 : Relation client à distance et digitalisation Première partie – Épreuve ponctuelle écrite	Code Sujet : 20-NDRCU5	Page 7 sur 10

**Les préconisations :**

Problème de motivation, il faut remobiliser cette recrue ou remettre en cause son intégration dans l'entreprise

BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR NÉGOCIATION ET DIGITALISATION DE LA RELATION CLIENT		Session 2020
<b>ÉPREUVE E5 : Relation client à distance et digitalisation</b> <b>Première partie – Épreuve ponctuelle écrite</b>	<b>Code Sujet : 20-NDRCU5</b>	Page 8 sur 10

## RÉFLEXION COMMERCIALE STRUCTURÉE (10 PTS)

**De nombreuses entreprises ont fait le choix de rendre leurs clients autonomes grâce à la digitalisation. Quels sont les enjeux de cette stratégie en termes de relation client ?**

*Les éléments de corrigé ci-après, constituent une liste illustrative, ni exhaustive, ni impérative.*

### **I/ Ce qu'il y a à gagner**

La digitalisation permet aux clients d'effectuer des actions eux-mêmes, sans solliciter les ressources humaines de l'entreprise. En effet, dans le secteur bancaire, les distributeurs automatiques de billets, les applications mobiles peuvent permettre de réaliser des opérations simples. Dans le secteur de l'assurance, l'application mobile permet d'obtenir des attestations d'assurance, de suivre les remboursements, de contacter un conseiller, de réaliser des devis, de déclarer et suivre les sinistres. Tout ceci permet au client de devenir autonome.

Les applications digitales modifient les possibilités des particuliers qui peuvent désormais réaliser tout un ensemble d'actions en autonomie sans être confronté à la problématique des horaires restrictifs des magasins.

Il est par exemple assez simple de nos jours de commander un produit, réserver un dîner au restaurant, demander un devis...en pleine nuit ou au petit matin.

Cette digitalisation permet aux commerciaux de l'entreprise, de **dégager du temps pour réaliser des opérations à plus de valeur ajoutée** (négociations, ventes, fidélisation des clients). Les informations obtenues grâce à ces applications permettent une meilleure réactivité.

Rendre les clients autonomes grâce à la digitalisation permet aussi de **rendre l'offre totalement disponible dans le temps et dans l'espace** La communication de l'entreprise vers les clients est instantanée ce qui permet **d'obtenir des avantages concurrentiels en terme de réactivité.**

L'enjeu est aussi d'améliorer la **rentabilité**, de se démarquer de la concurrence et d'améliorer l'image.

BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR NÉGOCIATION ET DIGITALISATION DE LA RELATION CLIENT		Session 2020
<b>ÉPREUVE E5 : Relation client à distance et digitalisation</b> Première partie – Épreuve ponctuelle écrite	<b>Code Sujet : 20-NDRCU5</b>	Page 9 sur 10

### **III/ Ce qu'il y a à perdre**

Cependant, cette digitalisation à outrance pousse les clients à ne plus se déplacer en agence ou en magasin. Cela peut entraîner un **manque de CA sur ce canal-là et une opportunité moindre de ventes additionnelles**. Les établissements risquent de perdre le contact client. La volatilité des clients est de plus en plus une tendance observée.

Certaines entreprises, voire les compagnies d'assurance s'interrogent et rebroussement chemin pour tenter de faire revenir leurs clients en agence car le manque de flux a réduit les opportunités de vente.

Il est aussi évident que le fait de pousser les clients à passer par les outils numériques modifie la relation client en profondeur. **Certaines catégories de clients sont perdues dans cette relation devenue virtuelle**. Cette perte de relationnel pose des problèmes puisque les entreprises pureplayer par exemple passent à côté d'une grande partie de prospects qui ne souhaitent pas utiliser les outils numériques.

La digitalisation représente des **investissements lourds** qui ne sont pas toujours faciles à rentabiliser.

Enfin, avec la digitalisation, on risque de **collecter moins d'informations** que lors d'un contact direct en particulier dans le domaine de l'assurance où on peut collecter des informations personnelles voire intimes.

BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR NÉGOCIATION ET DIGITALISATION DE LA RELATION CLIENT		Session 2020
<b>ÉPREUVE E5 : Relation client à distance et digitalisation</b> <b>Première partie – Épreuve ponctuelle écrite</b>	<b>Code Sujet : 20-NDRCU5</b>	Page 10 sur 10