



Ce document a été mis en ligne par l'organisme [FormaV®](#)

Toute reproduction, représentation ou diffusion, même partielle, sans autorisation préalable, est strictement interdite.

Pour en savoir plus sur nos formations disponibles, veuillez visiter :

www.formav.co/explorer

Corrigé du sujet d'examen - E5 - Relation client à distance et digitalisation - BTS NDRC (Négociation et Digitalisation de la Relation Client) - Session 2018

1. Contexte du sujet

Ce sujet d'examen fait partie du BTS Négociation et Digitalisation de la Relation Client, session 2018. Il se concentre sur la gestion d'activités commerciales à travers l'analyse de l'offre d'une entreprise, la restructuration de l'équipe de vente et le développement des ventes d'un produit spécifique.

2. Correction des questions

2.1 Dossier 1 : Analyse de l'offre de ZOLUX

1.1 Repérer les tendances de la demande sur ce marché.

La question demande d'identifier les tendances de la demande sur le marché des animaux de compagnie. Les étudiants doivent se référer aux annexes fournies, notamment l'Annexe 1, qui indique l'augmentation de la population de chats et la stabilité de celle des chiens.

Réponse modèle : Les tendances de la demande sur le marché des animaux de compagnie montrent une augmentation de la population de chats (+11 % en deux ans) et une légère baisse de la population canine (-2 %). Cela indique un intérêt croissant pour les chats en tant qu'animaux de compagnie, ce qui pourrait influencer l'offre de ZOLUX.

1.2 Analyser l'offre de ZOLUX au regard du marché des animaux de compagnie en France.

Il s'agit d'évaluer comment l'offre de ZOLUX se positionne par rapport aux tendances du marché. Les étudiants doivent mentionner la répartition de l'offre entre alimentation et accessoires.

Réponse modèle : L'offre de ZOLUX est composée à 28 % d'alimentation et 72 % d'accessoires, ce qui est cohérent avec le marché où 85 % des dépenses sont consacrées aux produits Pet Food. Cependant, ZOLUX doit intensifier son offre d'accessoires pour capter la demande croissante dans ce segment.

1.3 Comparer la répartition des circuits de distribution de ZOLUX par rapport à celle du marché national.

Les étudiants doivent analyser les différents circuits de distribution et leur part de marché, en utilisant l'Annexe 5 pour ZOLUX et des données de marché pour le reste.

Réponse modèle : En 2017, ZOLUX a une répartition de 42 % en jardinerie et 18 % en animalerie, tandis que le marché national est dominé par les GSA avec 8 %. Cela montre que ZOLUX privilégie des circuits spécialisés, ce qui peut limiter son accès à une clientèle plus large.

1.4 Conclure sur les segments produits et les cibles de distributeurs à privilégier.

Les étudiants doivent synthétiser les analyses précédentes pour identifier les segments de produits et les

cibles de distributeurs.

Réponse modèle : ZOLUX devrait privilégier le segment des accessoires pour animaux, en ciblant les jardinerie et les animaleries, qui sont les circuits les plus porteurs. Une diversification dans les GSA pourrait également être envisagée pour augmenter sa visibilité.

2.2 Dossier 2 : Restructuration de l'équipe de vente

2.1 Identifier les intérêts et les limites de créer un niveau supplémentaire de management de l'équipe de vente (RCR).

Les étudiants doivent discuter des avantages et des inconvénients de l'ajout d'un niveau de management.

Réponse modèle : Les intérêts de créer un niveau de RCR incluent une meilleure supervision des commerciaux, une communication optimisée et une réactivité accrue. En revanche, les limites peuvent inclure des coûts supplémentaires et une complexité organisationnelle accrue.

2.2 Lister les données à prendre en compte pour regrouper les 28 secteurs en 5 régions.

Les étudiants doivent proposer un redécoupage géographique basé sur des critères comme la densité de population, le chiffre d'affaires, etc.

Réponse modèle : Les données à considérer incluent la répartition géographique des clients, le chiffre d'affaires par secteur, et la proximité des commerciaux. Une proposition de redécoupage pourrait être : Nord, Sud, Est, Ouest, Centre, en tenant compte de la densité de clients.

2.3 Déterminer les éléments à prendre en compte pour sélectionner les 5 RCR parmi les 33 commerciaux.

Les étudiants doivent justifier les critères de sélection.

Réponse modèle : Les éléments à prendre en compte incluent les performances de vente, l'expérience, les compétences en management et la connaissance du marché. Une sélection basée sur ces critères permettra de choisir les meilleurs candidats pour le poste de RCR.

2.3 Dossier 3 : Développement des ventes du produit GPS MOOV

3.1.1 Calculer les objectifs de ventes du GPS MOOV pour le mois de juillet 2018 pour chacun des 5 RCR.

Les étudiants doivent se référer aux données de l'Annexe 11 pour appliquer les coefficients saisonniers.

Réponse modèle : En prenant le CA de 285 400 € pour 2017 et en prévoyant une augmentation de 60 %, le CA prévisionnel pour 2018 serait de 456 640 €. En appliquant le coefficient de 1,23 pour juillet, l'objectif de vente total serait de 562 000 €, réparti selon les parts de marché des RCR.

3.1.2 Analyser les conséquences de la promotion sur la marge de Zolux.

Les étudiants doivent évaluer l'impact de la promotion sur la rentabilité.

Réponse modèle : La promotion de 15 % sur le prix de vente de 139 € réduit le prix à 118,15 €. Le coût de revient étant de 43 €, la marge serait de 75,15 € par unité. Cela pourrait réduire la marge totale, mais augmenter le volume des ventes compenserait cette perte.

3.1.3 Proposer des actions d'animation du réseau de distributeurs.

Les étudiants doivent justifier leurs propositions d'animation.

Réponse modèle : Les actions pourraient inclure des formations pour les distributeurs sur le produit, des démonstrations en magasin, et des incitations à la vente. Ces actions aideraient à sensibiliser les clients et à stimuler les ventes.

3.2.1 Préciser les atouts d'« AQUARELLE Solution CRM » pour le pilotage de l'équipe commerciale.

Les étudiants doivent discuter des fonctionnalités du CRM.

Réponse modèle : AQUARELLE Solution CRM offre une gestion centralisée des données clients, un suivi des performances de vente, et des outils de reporting, ce qui permet une meilleure prise de décision et une optimisation des actions commerciales.

3.2.2 Proposer des indicateurs commerciaux concernant le GPS MOOV.

Les étudiants doivent justifier les indicateurs proposés.

Réponse modèle : Les indicateurs pourraient inclure le taux de conversion des ventes, le nombre d'unités vendues par région, et le retour sur investissement des promotions. Ces indicateurs doivent apparaître sur le tableau de bord principal pour un suivi régulier.

3. Synthèse finale

Erreurs fréquentes : Les étudiants oublient souvent de justifier leurs réponses avec des données précises des annexes ou de structurer leurs réponses de manière claire.

Points de vigilance : Il est crucial de bien lire chaque question et de s'assurer que toutes les parties sont traitées. Utiliser des exemples concrets issus des annexes renforce la qualité des réponses.

Conseils pour l'épreuve : Prendre le temps de planifier ses réponses avant de rédiger et de relire ses réponses pour corriger d'éventuelles erreurs de calcul ou de formulation.

Copyright © 2026 FormaV. Tous droits réservés.

Ce document a été élaboré par FormaV® avec le plus grand soin afin d'accompagner chaque apprenant vers la réussite de ses examens. Son contenu (textes, graphiques, méthodologies, tableaux, exercices, concepts, mises en forme) constitue une œuvre protégée par le droit d'auteur.

Toute copie, partage, reproduction, diffusion ou mise à disposition, même partielle, gratuite ou payante, est strictement interdite sans accord préalable et écrit de FormaV®, conformément aux articles L.111-1 et suivants du Code de la propriété intellectuelle. Dans une logique anti-plagiat, FormaV® se réserve le droit de vérifier toute utilisation illicite, y compris sur les plateformes en ligne ou sites tiers.

En utilisant ce document, vous vous engagez à respecter ces règles et à préserver l'intégrité du travail fourni. La consultation de ce document est strictement personnelle.

Merci de respecter le travail accompli afin de permettre la création continue de ressources pédagogiques fiables et accessibles.

Copyright © 2026 FormaV. Tous droits réservés.

Ce document a été élaboré par FormaV® avec le plus grand soin afin d'accompagner chaque apprenant vers la réussite de ses examens. Son contenu (textes, graphiques, méthodologies, tableaux, exercices, concepts, mises en forme) constitue une œuvre protégée par le droit d'auteur.

Toute copie, partage, reproduction, diffusion ou mise à disposition, même partielle, gratuite ou payante, est strictement interdite sans accord préalable et écrit de FormaV®, conformément aux articles L.111-1 et suivants du Code de la propriété intellectuelle. Dans une logique anti-plagiat, FormaV® se réserve le droit de vérifier toute utilisation illicite, y compris sur les plateformes en ligne ou sites tiers.

En utilisant ce document, vous vous engagez à respecter ces règles et à préserver l'intégrité du travail fourni. La consultation de ce document est strictement personnelle.

Merci de respecter le travail accompli afin de permettre la création continue de ressources pédagogiques fiables et accessibles.