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 consulter tous nos sujets d'annales et corrigés du BTS NDRC, veuillez visiter :
coursbtsndrc.fr/annales-sujets-et-corriges

B.T.S. N.R.C. – SESSION 2006
Management et gestion d'activités commerciales

Corrigé "TRANSCOM et TOYOTA"

Dossier 1 : TRANSCOM

Partie 1 : L'organisation du travail

Question 1.1 : Organisation générale

Temps de travail nécessaire :

150 000 fiches
80% taux d'exploitation
⇔ 120 000 fiches exploitables

6 contacts par heure
120000/6 = 20000 heures sont nécessaires pour réaliser l'opération.

Nombre d'agents :

17 jours travaillés par mois, à raison de 8h00 opérationnelles
⇒ 136 heures effectives en moyenne par mois
⇒ **147 agents sont nécessaires sur le mois** (20000/136 = 147.06)
⇒ **11 équipes** (147/14 = 10.5) (facultatif)

Objectif de vente à l'heure :

Taux de vente : 15%
⇒ 22500 ventes à faire
⇒ 20000 heures dans le mois
⇒ 1.2 ventes par heure (=1.125)
(vérification : 1.2*147*136=23990 ventes, soit une marge de sécurité de 1490 ventes)

Question 1.3 : Outils et Mesures correctrices

Outils :

Mettre en place un reporting quotidien pour mesurer l'avancement de l'opération en faisant ressortir les critères importants (nombre de ventes faites, nombre d'heures travaillées, nombre de contacts par heure....) et en incluant une projection sur le nombre de ventes que l'on peut atteindre en fin de mois.
Ce travail de reporting doit permettre de suivre l'efficacité de l'action au niveau global, au niveau de chaque équipe et au niveau individuel.

Actions correctives :

Pour aider les agents ou l'équipe en retard : mise en place de nouvelles formations, de groupes de travail, d'écoute d'appels, d'entretiens bilan,...

Base Nationale des Sujets d'Examens Enseignement Supérieur réseau SCEREN

Question 1.2 : Liste des tâches à mener avant, pendant et après la campagne

Processus relatif à l'ORGANISATION D'UNE CAMPAGNE

	Préparation de la campagne	***réalisées le***
1	*Réception de la demande*	
2	*Etude du dossier*	
3	*Reformulation de l'objectif et des contraintes en présence du commanditaire*	
4	*Détermination du temps nécessaire à la réalisation de la campagne*	
5	*Constitution des équipes*	
6	*Planification des interventions*	
7	*Fixation des objectifs de vente à l'heure, par agent*	
8	*Validation de l'argumentaire téléphonique*	
9	*Information des chefs d'équipe*	
10	*Formation des agents et simulations*	
11	*Mise en place d'actions de motivation*	
	Réalisation de la campagne	
12	*Suivi des équipes*	
13	*Reporting journalier*	
14	*Debriefing journalier*	
	Bilan de campagne	
15	*Calcul des indicateurs pour chaque agent*	
16	*Evaluation des résultats individuels et collectifs*	
17	*Bilan effectué auprès du commanditaire*	

Base Nationale des Sujets d'Examens Enseignement Supérieur réseau SCEREN

Question 2.1 :

- Nombre d'appels argumentés par heure = Nombre d'appels argumentés pris / temps de connexion (converti en heures) :

Temps de connexion en heures : 58 + (28/60) + (17/3600) = 58 + 0,4666 + 0,0047 = **58,47**

203 / 58,47 = **3,47**

- Pourcentage d'appels argumentés = Nombre d'appels argumentés / Nombre de connexions

203 / 766 = **26,50 %**

- Nombre de ventes par heure = Nombre de ventes / temps de connexion

114 / 58,47 = **1,95**

- Nombre de ventes / Nombre de contacts :

114 / 766 = **0,15**

- Taux de concrétisation :

114 / 203 = **56,16 %**

Base Nationale des Sujets d'Examens Enseignement Supérieur réseau SCEREN

Partie 2 : La qualité du travail

Question 2.1 : indicateurs à compléter pour le dernier agent

Code agent	Temps de connexion (h/mn/s)	Nombre de connexions	Nombre d'appels par heure	Nombre d'appels argumentés pris	Nombre d'appels argumentés par heure	% d'appels argumentés	Nombre de ventes	Nombre de ventes par heure	Nombre de ventes / Nombre de contacts	Taux de concrétisation	Temps moyen d'un appel (mn/s)
OPS17CCA	76:59:19	679	8,82	261	3,39	38,44%	95	1,23	0,14	36,40%	05:18
OPS17CL1	70:23:22	774	11,00	304	4,32	39,28%	109	1,55	0,14	35,86%	04:10
OPS17JC2	68:56:04	959	13,91	218	3,16	22,73%	140	2,03	0,15	64,22%	02:56
OPS17VR1	58:28:17	766	13,10	203	**3,47**	**26,50%**	114	**1,95**	**0,15**	**56,16%**	03:19

Question 2 : Performances

Des disparités sont relevées tant du point de vue du nombre de connexions que du nombre d'appels argumentés et des résultats.
OPS17CCA : Le nombre d'appels à l'heure est faible par rapport aux autres agents de l'équipe, bien qu'il réponde à l'objectif minimum (6 contacts à l'heure en moyenne).La proportion d'appels argumentés est plus élevée que celle des agents les plus performants en matière de vente ; cependant, en termes d'objectifs de vente, celui-ci est juste atteint (1.23 pour 1.2 attendu), d'où un taux de concrétisation de 36.40 % seulement.
OPS17CL1 : Bien que le nombre d'appels par heure ne soit pas des plus élevé (11), cet agent est celui qui argumente le plus grand nombre de ses appels. Son rendement à l'heure est supérieur à la norme attendue (1.55 pour un objectif (SPH : Sale Per Hour) de 1.20) (facultatif).
Par contre son taux de concrétisation est faible comparativement aux agents JC2 et VR1.
OPS17JC2 : Cet agent est celui qui réalise le plus grand nombre d'appels à l'heure, mais son argumentation dans sa phase d'accroche peut apparaître faible. Cependant, c'est lui qui réalise le plus grand nombre de ventes, ce qui signifie que même si les contacts argumentés sont moins nombreux, ils sont qualitativement plus efficaces puisqu'ils aboutissent à la vente.
OPS17VR1 : Le nombre d'appels par heure de cet agent est très au dessus du quota imposé (6 contacts à l'heure), mais la proportion d'argumentation n'est que d'un quart environ (26.5%). L'objectif de vente à l'heure est atteint et il concrétise plus de la moitié des appels argumentés.

Pour aider ces agents à développer leur performance, il est possible de leur proposer :

- un accompagnement à partir des enregistrements réalisés pour effectuer un travail de fond sur la capacité de persuasion en cours d'argumentation (agents OPS17CCA et OPS17CL1).;

- de mettre en place des actions de motivation pour dépassement des objectifs (ex. : une prime pour un nombre de ventes > à 2 / H).

Remarques : Valoriser toute réponse (préconisations individuelles et/ou collectives) et l'analyse effectuée par rapport à un calcul de résultat moyen

Base Nationale des Sujets d'Examens Enseignement Supérieur réseau SCEREN

DOSSIER 2 : TOYOTA

Partie 1 : Recours aux TIC

Question 1.1 Avantages d'une organisation en réseau de type Intranet

- Accessibilité de la base PROFILER de n'importe quel endroit de l'entreprise
  - hall d'exposition
  - atelier
  - bureau des commerciaux
  - direction

- partage des informations
- mise à jour en temps réel des informations contenues dans les bases de données
- développement du travail collaboratif : messagerie, agendas partagés,...

Question 1.2 : Alimentation de la BDD PROFILER

Différents acteurs susceptibles d'alimenter la Base PROFILER

- le constructeur (liste de prospects)
- la direction commerciale nationale TOYOTA FRANCE (statistiques + indices...)
- la concession grâce
  - aux apports de la direction de la concession (achat de fichiers, info diverses)
  - aux retours des actions de mercatique directe (publipostage, e-mailing...)
  - aux remontées des commerciaux sédentaires (hall d'exposition, foires...)
  - aux remontées des commerciaux de terrains (résultat prospection, relances téléphoniques...)
  - à l'enrichissement de la base PROFILER par le personnel administratif (facturation.....)

L'enrichissement des données contenues dans la BDD se fait par recours à des informations issues d'enquêtes, de recensements mercatiques ou de mégabases destinées à améliorer la connaissance des clients et d'analyser leur comportement dans le cadre du marché spécifique de l'automobile.

Question 1.3 : Sécurisation des données

1) Les risques informatiques :

- perte de données
- intrusions (usurpation d'identité, « Hacker »)
- virus

2) Mesures de sécurisation :

Le système informatique de l'entreprise étant organisé en réseau, un certain nombre de précautions doivent être prises pour éviter :

- l'usurpation d'identité : chaque utilisateur doit disposer d'un droit d'accès confidentiel qui ne doit pas être divulgué ;
- les virus : en protégeant le système informatique à l'aide d'un logiciel anti-virus ;
- les sauvegardes régulières des informations contenues dans les BDD ;
- la protection des messageries à l'aide de pare-feu (protection contre les attaques extérieures)

Base Nationale des Sujets d'Examens Enseignement Supérieur réseau SCEREN

Question 1.4 : Rubriques du formulaire « prospect »

Le candidat peut s'aider de l'annexe 4 pour faire cette proposition.

Rubriques	Informations contenues dans la rubrique
1- Coordonnées du prospect	- nom, prénom - adresse - n° de téléphone fixe, mobile - E-mail
2- Information prospect	- nature du 1er contact * téléphone * rencontre * mailing * autre - CSP - situation familiale - nombre d'enfants, âge des enfants
3- Véhicule possédé	Marque Modèle Energie Date d'achat Immatriculation Kilométrage Reprise Concessionnaire actuel
4- Modèle souhaité	Marque Modèle Energie Motivation Budget
5- Avancement de l'affaire	Intention d'achat Dans le mois De 1 à 3 mois De 4 à 6 mois De 7 à 12 mois Pas d'intention d'achat
6- Historique de la relation	Date Nom du vendeur Objet du contact
7- Prochaine action à planifier	Nature date Essai Expertise Proposition Affaire chaude Affaire traitée Reprise Extension de garantie Financement Livraison Contact après livraison

Base Nationale des Sujets d'Examens Enseignement Supérieur réseau SCEREN

Partie 2 : LA GESTION DE LA RELATION CLIENT

Question 2.1 : Analyse des résultats de l'évaluation de l'ISC

Remarque préalable :
Nous pouvons attendre de l'étudiant une analyse à deux niveaux :
1° évolution des résultats de la concession
2° évolution comparée avec la moyenne nationale

Indice de fidélité	
Bonne progression pour la concession puisqu'elle a gagné 3,5 points. Un indice supérieur à celui de la moyenne nationale de 1,9 points.	+
Profil de fidélité clients	
Importance des clients très fidèles et fidèles : 80% avec une augmentation 8,4 pour les clients très fidèles ce qui compense largement la baisse de 2,2 pour la clientèle fidèle. Un chiffre qu'il faut surveiller sachant que cette catégorie de client est la plus importante.	+
Divers indicateurs	
Indicateur 1 : le rapport qualité/prix global évolution trimestrielle positive pour la concession Par contre cette évolution n'a pas suffi pour égaler la moyenne nationale (-0.7) **envisager la mise en œuvre d'un projet**	+ -
Indicateur 7 : la conformité entre le montant total facturé et le devis remis avant l'intervention. Aucun progrès constaté au niveau de la concession même si elle dépasse la moyenne nationale (évolution trimestrielle = 0) **envisager la mise en œuvre d'un projet**	-
Indicateur 10 : la proposition de diagnostic Perte de 1,9 points par rapport au dernier trimestre **envisager la mise en œuvre d'un projet** même si les résultats comparés montrent un dépassement de la moyenne nationale	-
Indicateur 11 : la mise à disposition d'un moyen de transport Là encore si les résultats comparés sont très satisfaisants, nous constatons qu'au niveau de la concession, l'évolution est négative. Attention ! la mise à disposition d'un moyen de transport de substitution est un service très attendu du client. **Envisager des efforts soutenus pour maintenir un bon niveau de satisfaction du client.**	-
Indicateurs 15 : l'aménagement et la propreté de la concession Un progrès important au niveau de la concession mais nous n'avons pas encore atteint le niveau national **Il faut redoubler d'effort.**	-

Question 2.2 : Identification des projets à mener en priorité

La justification apparaît dans le tableau
Au vu des résultats, les actions correctives à mener dans le cadre d'un projet sont :

- **Projet N° 4** vente de VN
  - améliorer le rapport qualité/prix global (indicateur 1)
- **Projet N° 7** organisation atelier :
  - assurer au client une conformité entre la facture et le devis (indicateur 7)
- **Projet n° 6** SAV :répondre positivement à un client qui a besoin d'un véhicule de substitution :
  - proposer systématiquement le diagnostic gratuit d'un véhicule en réparation ou entretien : (indicateur 10)
- **Projet n°1** extérieur et locaux
  - accentuer les efforts au niveau de la propreté de la concession (indicateur 11)

Base Nationale des Sujets d'Examens de l'enseignement Supérieur réseau SCEREN

Question 2.3 : Chronologie des projets

Le classement prioritaire est fonction des résultats, c'est ce qui conditionne le positionnement des projets dans le temps

le candidat peut envisager la mise en œuvre de plusieurs projets en même temps à condition que les personnes concernées n'appartiennent pas au même service (notamment en projet 6)

La durée proposée pour chacun des projets est celle préconisée dans l'annexe 5.

Proposition non exhaustive. Toute proposition cohérente et argumentée doit être acceptée.

priorité	projet	justification et chronologie
1	P6 : diagnostic gratuit	urgence de la fiche enquête de satisfaction : conduite immédiate
2	P6 : véhicule de prêt	idem mais 1 mois après (même service)
3	P1 : propreté de la concession	accentuer les efforts pour atteindre le niveau national en parallèle (services différents)
4	P7 : rapport qualité prix	idem : atteindre la moyenne nationale en parallèle (services différents)

Partie 3 : Rémunération d'un commercial

Question 3.1 : Bonus commission

BONUS DE COMMISSION			
Ecart avec la remise max autorisée :	-40,00 €	*Over-agged :*	80,00 €
Vente issue du CRM :	20,00 €	*Accessoires :*	57,07 €
Assurance :	10,00 €	*Extension garantie :*	10,00 €
Forfait livraison :	10,00 €	*Gravage :*	5,00 €
Organisme de financement :	*TOYOTA FINANCE*		
Montant financé :	20 000,00 €	*Commission :*	40,00 €
TOTAL BONUS DE COMMISSION			192,07 €

Question 3.3 : analyse de la pertinence du système de rémunération

Ce système met en évidence 2 orientations :

- l'une d'ordre quantitative :

Commissions progressives selon le nombre de produits vendus
Commission sur les accessoires
Prime sur les ventes associées à l'offre pour proposer une solution commerciale (crédit, assurances)
Pénalités pour reprise à un prix trop élevé

- l'autre d'ordre qualitative :

Bonification pour vente de véhicules vieillissant sur le parc
Bonification pour vente à un client ou prospect issu de la BDD Profiler
Pénalité pour non traitement de fiches clients issus de l'ancienne base
Pénalité pour reporting irrégulier

bon système cohérent par rapport au métier, à l'orientation GRC, mais peut sembler insuffisant pour motiver vraiment les bons éléments (stagnation de la commission au delà du 6ème véhicule, tentation de basculer sur le mois suivant..)

La commission ne dépend que du nombre de véhicules vendus et non du modèle.

Préconisations :

- augmentation du fixe,
- valoriser la part variable au-delà du 6^{éme} véhicule vendu
- valoriser positivement la participation à l'enrichissement de la BDD

Ces éléments sont destinés à motiver le vendeur autant au niveau des quotas à atteindre que dans la mise en œuvre et l'exploitation des moyens la Gestion de Relation Client.

Base Nationale des Sujets d'Examens Enseignement Supérieur réseau SCEREN

Question 3.2 : Rémunération mensuelle

REMUNERATION BRUTE MENSUELLE

Mois : *janvier 2006*

Vendeur : *Dominique TREILLET*

FIXE **915,00 €**

COMMISSIONS PAR VEHICULE NEUF VENDU

	Commission	Bonus/Malus	Total
Corolla	25,00 €	20,00 €	45,00 €
Avensis	40,00 €	142,07 €	182,07 €
Yaris	55,00 €	30,00 €	85,00 €
4x4	70,00 €	10,00 €	80,00 €
4x4	85,00 €	10,00 €	95,00 €
Corolla verso	100,00 €	10,00 €	110,00 €
Corrola verso	100,00 €	10,00 €	110,00 €
4x4	100,00 €	10,00 €	110,00 €
Yaris	100,00 €	10,00 €	110,00 €
Corrola verso	100,00 €	0,00 €	100,00 €

VN	10
Yaris	2
Corolla	1
Avensis	1
Autres	0
4x4	3
Corrola verso	3

Total commission VN : **1 027,07 €**

COMMISSIONS PAR VEHICULE D'OCCASION VENDU

	Commission	Bonus/Malus	Total
1er véhicule	40,00 €	10,00 €	50,00 €
2e véhicule	60,00 €	110,00 €	170,00 €
3e véhicule	80,00 €	0,00 €	80,00 €
4e véhicule	100,00 €	0,00 €	100,00 €
5e véhicule	110,00 €	0,00 €	110,00 €
6e véhicule	120,00 €	0,00 €	120,00 €
7e véhicule	120,00 €	0,00 €	120,00 €

VO	7

Total commission VO : **750,00 €**

TOYOTA Financement

Montant	Commission	
20 000,00 €	40,00 €	*Avensis*
12 000,00 €	24,00 €	*4x4*
5 000,00 €	10,00 €	*Yaris*

TOYOTA Financement	
Montant	37000
Nbre dossiers :	3

74,00 €

TOYOTA Assurance

Montant	Commission	
5 000,00 €	10,00 €	*Avensis*
5 000,00 €	10,00 €	*4x4*
12 000,00 €	10,00 €	*Yaris*

TOYOTA Assurance	
Montant	22000
Nbre dossiers :	3

30,00 €

BONUS QUALITE

Jours ouvrables	Fiches remises
21	18

Fiches activités journalières remises **-45,00 €**

Théorique	Réel
105	100

5 contacts journaliers sur BDD PROFILER **-75,00 €**

REMUNERATION BRUTE TOTALE : 2 676,07 €

Base Nationale des Sujets d'Examen - Enseignement supérieur réseau SCEREN

B.T.S. N.R.C. - SESSION 2006

Corrigé Management et gestion d'activités commerciales

DOSSIER 1 TRANSCOM		total
Partie 1 : L'ORGANISATION DU TRAVAIL		
1.1 - Organisation générale		
temps de travail nécessaire	1	
nombre d'agents	1	
objectif de vente à l'heure	2	
1.2 - Présenter la liste des tâches que vous avez à mener		
avant	3	
pendant	2	
après	2	
1.3 - Proposer outils et mesures correctrices		
- les outils à mettre en place pour suivre les résultats de la campagne	2	
- les remédiations	3	
total P1		16
Partie 2 : LA QUALITE DU TRAVAIL		
2.1- le suivi des indicateurs pour le dernier agent	6	
2.2- Analyser les résultats de la campagne proposer des pistes	8	
total P2		14
TOTAL DOSSIER 1	**30**	
DOSSIER 2 : TOYOTA		
Partie 1 : TECHNOLOGIES DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION		
1.1 - avantages d'une architecture en réseau de type Intranet	2	
1.2 - Identifier les sources la base de données "PROFILER".	2	
1.3 - mesures de sécurisation des données	2	
1.4 - la liste des rubriques	7	
total P1		13
Partie 2 : LA GESTION DE LA RELATION CLIENT		
2.1 - Analyser les résultats	8	
2.2 - Identifier les 3 ou 4 projets	6	
2.3 – Préciser dans quel ordre	4	
total P2		18
Partie 3 : LA REMUNERATION D'UN COMMERCIAL		
3.1 – Déterminer le bonus commission	4	
3.2 – Calculer la rémunération mensuelle	6	
3.3 – Analyser la pertinence du système de rémunération	4	
total P3		14
TOTAL DOSSIER 2	**45**	
Forme : orthographe, grammaire, présentation	5	
total général / 80		**80**

Base nationale des Sujets d'Examens Enseignement Supérieur réseau SCEREN

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.