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

BTS NDRC

Management et Gestion d’Activités Commerciales

Session 2014 • Code sujet : **14-NRMGAC-P** • Durée : **5 heures** • Coefficient : **4**

Sommaire

Cliquez sur une partie pour y accéder directement

1. Analyser le marché du colis en France (3 questions) **Page 3**

2. Développer l’équipe commerciale (4 questions) **Page 5**

3. Choisir un nouveau point relais (3 questions) **Page 7**

4. Ce qu’il faut retenir & Questions fréquentes (FAQ) (Synthèse & Q&A Examen) **Page 9**

Sujet officiel (PDF) : https://coursbtsndrc.fr/assets/annales/bts-ndrc/E5 - Relation client à distance et digitalisation/2014/BTS NDRC - E5 - Relation client à distance et digitalisation - Session 2014 - 1-Sujet.pdf

1. Analyser le marché du colis en France

Pickup étudie l'attractivité du marché du colis, étroitement lié à la vente à distance et au commerce en ligne, afin de décider s'il convient de poursuivre l'extension de son réseau. Les annexes présentent des données sur la vente à distance, l'évolution du marché et des modes de livraison, ainsi que les avantages du point relais.

Question 1.1. Analyser l'attractivité du marché du colis et de la livraison en point relais à partir des informations et documents fournis.

Le marché est attractif et en croissance : les ventes à distance en France passent de 18,5 milliards d'euros en 2010 à 24,6 milliards en 2012. Le nombre de sites marchands actifs atteint 117 500 en 2012, en hausse de 17 % sur un an. Le marché du colis progresse de 287 millions d'unités en 2008 à 358 millions en 2013.

Le point relais combine proximité, horaires étendus, retrait et retours pratiques. Pour les vendeurs, il regroupe les livraisons, simplifie la logistique et offre une solution en cas de perturbation postale. Ces avantages soutiennent l'adoption du service.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Marché du colis en croissance, soutenu par la vente en ligne ; la livraison en relais répond aux besoins des clients et des vendeurs.

Question 1.2. Prévoir l'évolution du marché des colis jusqu'en 2015, puis en déduire le potentiel des livraisons de colis en point relais jusqu'en 2015.

Pour établir une prévision linéaire, on prolonge la hausse moyenne annuelle du marché observée entre 2008 et 2013 : (358 - 287) / 5 = 14,2 millions de colis par an. On applique ensuite les parts des points relais prévues par Pickup. Il s'agit d'une estimation, fondée sur la poursuite de cette tendance et sur les prévisions de répartition fournies.

Année	Marché total estimé (millions)	Part relais prévue	Colis en relais estimés (millions)
2013	358	22 %	78,8
2014	372,2	25 %	93,1
2015	386,4	28 %	108,2

Le marché total augmenterait ainsi d'environ 14,2 millions de colis par an. Le potentiel des relais progresserait plus rapidement, sous l'effet combiné de la croissance du marché et de leur part croissante.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Prévision : 372,2 millions de colis en 2014 et 386,4 millions en 2015, dont 93,1 et 108,2 millions en relais.

Question 1.3. Conclure sur la pertinence, pour Pickup, de poursuivre le développement de son réseau.

Pickup a intérêt à poursuivre le développement de son réseau pour capter la demande croissante et répondre à la hausse prévue de la part des livraisons en relais, de 22 % en 2013 à 28 % en 2015. L'entreprise dispose déjà d'un réseau de 6 800 points relais et couvre 95 % des foyers à moins de 15 minutes en voiture. Elle doit donc développer son maillage de façon ciblée, en privilégiant les zones où le potentiel est élevé et l'offre insuffisante, tout en préservant la qualité du service.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Poursuivre l'extension du réseau, en priorité dans les zones à fort potentiel encore insuffisamment couvertes.

2. Développer l’équipe commerciale

Pickup veut évaluer les résultats de ses animateurs réseau dans la région Est et adapter l’organisation des secteurs aux objectifs de recrutement et aux activités de suivi du réseau. Le dossier fournit les performances de l’équipe, les règles d’organisation du travail, les critères de recrutement, le profil de poste et les CV de trois candidats.

Partie 1 : Restructuration des équipes commerciales

Question 2.1.1. Analyser les performances de l’équipe d’animateurs réseau pour la région Est, puis conclure.

Les recrutements sont inférieurs à l’objectif global, avec des écarts importants selon les zones. Le portefeuille total dépasse néanmoins légèrement la cible de fin 2013.

Secteur	Recrutés / objectif	Réalisation	Fichier fin 2013 / objectif
Centre Est	140 / 136	102,9 %	814 / 807
Nord Est	86 / 84	102,4 %	534 / 725
Sud Est	201 / 259	77,6 %	1 164 / 1 174
Total	427 / 479	89,1 %	2 512 / 2 506

Le déficit de recrutement atteint 52 relais. Le Nord Est présente le plus grand écart entre portefeuille réalisé et cible, tandis que le Sud Est est en fort retard de recrutement.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> 427 relais recrutés sur 479, soit un déficit de 52. Le portefeuille total dépasse sa cible de 6 relais, mais les résultats sont déséquilibrés selon les secteurs.

Question 2.1.2. Estimer la taille nécessaire de l’équipe d’animateurs réseau de la région Est pour répondre aux objectifs 2014 de recrutement de points relais fixés par Pickup, sachant que les objectifs 2014 sont identiques à ceux de 2013.

Sur 52 semaines, les congés, les RTT et la formation retirent 8 semaines, soit 40 jours ouvrés. Il reste 220 jours. L’administration en mobilise 22 et les réunions 12, soit 186 jours disponibles. Le recrutement représente 25 % de ce temps : 46,5 jours par animateur. À raison d’une journée par relais, l’effectif nécessaire est de 479 / 46,5 = 10,30 animateurs. Il faut donc arrondir à l’entier supérieur.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> 11 animateurs sont nécessaires, soit 2 de plus que l’effectif actuel de 9.

Question 2.1.3. Proposer une nouvelle organisation des secteurs afin d'optimiser la structure commerciale de Pickup dans la région Est.

Les besoins de recrutement par zone déterminent une répartition possible des 11 animateurs. Le calcul donne 3 pour le Centre Est, 2 pour le Nord Est et 6 pour le Sud Est, en arrondissant chaque besoin à l'entier supérieur.

1. Constituer des secteurs géographiques cohérents, couvrant un à deux départements chacun.
2. Répartir les animateurs selon les objectifs de recrutement et la charge d'animation, de formation et de fidélisation des portefeuilles.
3. Dans l'attente des recrutements, faire intervenir temporairement des animateurs d'autres secteurs, puis rééquilibrer durablement les secteurs si le déséquilibre persiste.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Répartir les 11 animateurs ainsi : 3 au Centre Est, 2 au Nord Est et 6 au Sud Est. Prévoir un renfort temporaire pendant la réorganisation.

Partie 2 : Recrutement d'un animateur réseau

Question 2.2.1. Analyser les CV reçus en utilisant un outil d'évaluation, puis sélectionner le candidat à convoquer pour un entretien.

Cette grille compare les CV aux exigences du poste : formation commerciale, expérience de terrain ou de réseau, adéquation géographique et disponibilité. Les éléments déterminants sont l'expérience directe d'animation et la capacité à gérer un secteur.

Critère	Candidat 1	Candidat 2	Candidat 3
Formation commerciale	Réserve : BEP	Très favorable : BTS Force de vente	Réserve : BTS Assurance
Expérience pertinente	Expérience interne en télémarketing Pickup	Très favorable : animateur réseau depuis 2007	Expérience commerciale et téléprospection
Adéquation géographique	Mobile en France	Mobile en France	Est et Sud de la France
Disponibilité	Immédiate	Sous deux mois	Sous trois mois

Le candidat 1 est à considérer si l'urgence impose une promotion interne, mais son expérience est moins directement liée à l'animation sur le terrain. Le candidat 3 possède une expérience commerciale, sans expérience d'animation de réseau.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Convoquer le candidat 2 : BTS commercial et expérience directe d'animateur réseau depuis 2007.

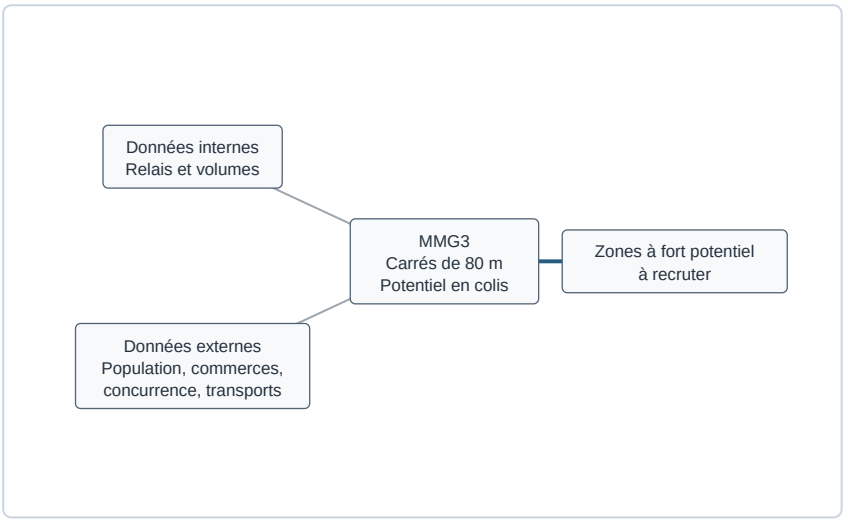
3. Choisir un nouveau point relais

À la suite de la fermeture prochaine du relais L'Aroma Flor à Strasbourg, Pickup doit choisir un commerce de remplacement au moins aussi rentable. Les annexes décrivent le géomarketing MMG3, les recettes et coûts du relais existant, les profils des commerces candidats, les critères d'éligibilité et le potentiel cartographié du quartier de Neudorf.

Question 3.1. Préciser l'intérêt, pour Pickup, du recours au logiciel de géomarketing MMG3.

MMG3 croise les données internes (relais Pickup et volumes traités) avec des données externes (population, commerces, concurrence et transports). La carte est découpée en carrés de 80 m, dont le potentiel en colis est estimé. Pickup repère ainsi les secteurs où la demande est forte et l'offre de relais insuffisante, puis choisit les emplacements de recrutement et guide l'action commerciale sur le terrain.

Comment MMG3 oriente le recrutement



Croisement des données, estimation du potentiel, ciblage des zones.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> MMG3 repère les zones à fort potentiel et oriente Pickup vers les emplacements de recrutement les plus pertinents.

Question 3.2. Évaluer le chiffre d'affaires à partir duquel le relais L'Aroma Flor était rentable pour Pickup. En déduire le potentiel minimum attendu pour le nouveau point relais, en nombre de colis par jour, le nombre de jours d'ouverture étant identique.

La marge sur coûts variables est de 0,70 - 0,50 - 0,09 = 0,11 € par colis. Les coûts fixes annuels atteignent 4 × 70 + 110 = 390 €. Le seuil correspond à 390 / 0,11 = 3 545,45 colis par an, soit un chiffre d'affaires de 3 545,45 × 0,70 = 2 481,82 €. Ouvert 6 jours par semaine pendant 47 semaines, le relais fonctionne 282 jours : le seuil est de 12,57 colis par jour, soit 13 colis entiers.

Seuil de rentabilité de L'Aroma Flor

Élément	Calcul	Valeur
Marge par colis	0,70 - 0,50 - 0,09	0,11 €
Coûts fixes annuels	4 × 70 + 110	390 €
Colis nécessaires par an	390 / 0,11	3 545,45
Jours d'ouverture annuels	(52 - 5) × 6	282
Seuil quotidien	3 545,45 / 282	12,57, soit 13 colis

Chiffre d'affaires au seuil : 3 545,45 × 0,70 = 2 481,82 € par an.

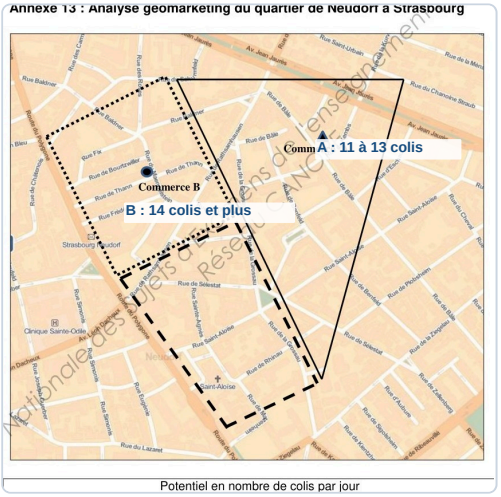
✓ RÉPONSE À RETENIR

Seuil annuel : 2 481,82 € de chiffre d'affaires, soit au minimum 13 colis par jour.

Question 3.3. Analyser les nouveaux commerces et sélectionner, en justifiant le choix, le point relais le plus pertinent pour remplacer le relais L'Aroma Flor.

Le commerce A est un tabac-presse, secteur prioritaire, ouvert du mardi au dimanche et doté d'un local de stockage fermé, propre et sec. Mais la carte lui attribue un potentiel de 11 à 13 colis par jour : il n'atteint le seuil de rentabilité que dans le haut de cette fourchette. Le commerce B est dans la zone à 14 colis ou plus. Son secteur informatique n'est pas prioritaire, mais il n'est pas interdit. Il ouvre six jours sur sept, samedi compris, et ses congés sont fixés plusieurs mois à l'avance. Sa réserve devra être isolée avant son intégration.

Potentiel géomarketing des commerces candidats



✓ RÉPONSE À RETENIR

Choisir le commerce B : son potentiel dépasse le seuil, sous réserve d'isoler sa réserve avant son intégration.

Ce qu'il faut retenir de ce sujet (Session 2014)

Bilan de l'épreuve : Épreuve de Management et Gestion d'Activités Commerciales du BTS Négociation et Relation Client, session 2014, code 14-NRMGAC-P, d'une durée de cinq heures et de coefficient 4. À partir du cas Pickup, elle évalue l'analyse du marché du colis, la gestion et le recrutement d'une équipe commerciale, puis le choix d'un point relais adapté, éligible et rentable.

Notions-clés, formules & règles à maîtriser

- Le potentiel des livraisons en relais se calcule en appliquant la part des points relais au volume total de colis.
- La capacité de recrutement d'un animateur dépend du temps annuel disponible, de la part affectée au recrutement et du temps moyen par point relais.
- La rentabilité compare les recettes par colis aux coûts variables par colis et aux coûts fixes annuels de suivi, de visite et de formation.
- Le géomarketing croise les données de population, commerces, transports, relais existants, concurrence et volumes pour repérer les zones à potentiel.

Points de vigilance & attentes du jury

- Distinguer les objectifs des résultats et commenter les écarts par zone avant de conclure sur les performances.
- Intégrer les congés, RTT, formation, réunions et tâches administratives dans le calcul du temps de travail disponible.
- Évaluer les candidatures selon les critères du poste, l'adaptation à la région, l'expérience et la disponibilité.
- Vérifier ensemble le potentiel géographique, la rentabilité, le secteur d'activité, les horaires, les congés et le stockage isolé.

Questions fréquentes sur cette épreuve (Q&A Examen)

Q : Comment projeter le nombre de colis livrés en point relais ?

Estimez le volume total de colis à l'horizon demandé à partir de son évolution observée, puis multipliez-le par la part prévue des livraisons en point relais. Présentez vos hypothèses et les unités utilisées.

Q : Quels coûts intégrer pour examiner la rentabilité d'un point relais ?

Comparez les recettes issues de la facturation par colis aux coûts variables par colis, puis ajoutez les coûts fixes annuels indiqués, notamment les visites et la formation. Utilisez les mêmes périodes et volumes pour comparer recettes et coûts.

Q : Comment organiser le temps pendant cette épreuve de cinq heures ?

Le sujet précise que chaque dossier peut être traité indépendamment. Répartissez le temps entre les trois dossiers, gardez une marge pour les calculs et la relecture, et vérifiez que chaque consigne numérotée a reçu une réponse.

Q : Quels critères vérifier pour sélectionner un nouveau point relais ?

Confrontez le potentiel géographique et la rentabilité aux exigences du sujet : activité autorisée et adaptée, ouverture au moins cinq jours sur sept, samedi obligatoire, congés planifiés quatre semaines à l'avance et zone de stockage isolée.

Sujet officiel associé (PDF) : https://coursbtsndrc.fr/assets/annales/bts-ndrc/E5 - Relation client à distance et digitalisation/2014/BTS NDRC - E5 - Relation client à distance et digitalisation - Session 2014 - 1-Sujet.pdf
Ressources BTS Négociation et Digitalisation de la Relation Client : Toutes les annales & corrigés • Fiches de révision complètes • Simulateur de notes d'examen

Copyright © 2027 FormaV®. Tous droits réservés.

FormaV® est une marque déposée auprès de l'INPI sous le numéro 5227897.

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.