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

BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR
NÉGOCIATION ET RELATION CLIENT

MANAGEMENT ET GESTION D'ACTIVITÉS COMMERCIALES

SESSION 2014

Durée : 5 heures
Coefficient : 4

Matériel autorisé :
Sont autorisées toutes les calculatrices de poche y compris les calculatrices programmables, alphanumériques ou à écran graphique à condition que leur fonctionnement soit autonome et qu'il ne soit pas fait usage d'imprimante. (circulaire n° 99-186 du 16/11/99).

Aucun document autorisé.

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

Le sujet comporte 16 pages numérotées de 1 à 16
et comprend 13 annexes numérotées de 1 à 13

Base Nationale des Sujets d'Examens de l'enseignement professionnel
Réseau CANOPE

Composition du sujet
PICKUP

Cette étude part de données réelles qui ont été modifiées pour des raisons de confidentialité.

Dossier 1 : Analyser le marché du colis en France

Ce dossier vise à apprécier vos compétences à :
- Analyser des informations quantitatives et qualitatives disponibles
- Repérer l'entreprise dans son environnement commercial
- Opérer un choix en matière de réseau commercial

Pour le dossier 1 : annexes n°1 à n°3

Dossier 2 : Développer l'équipe commerciale

Ce dossier vise à apprécier vos compétences à :
- Construire et utiliser un système d'indicateurs de suivi et d'évaluation
- Évaluer les moyens humains nécessaires à l'action
- Coordonner l'action collective
- Concevoir un outil pertinent d'évaluation

Pour le dossier 2 : annexes n°4 à n°8

Dossier 3 : Choisir un nouveau point relais

Ce dossier vise à apprécier vos compétences à :
- Justifier et rendre compte des décisions
- Évaluer de façon pertinente les actions entreprises
- Opérer un choix et le justifier

Pour le dossier 3 : annexes n°9 à n°13

Base Nationale des Sujets d'Examens de l'enseignement professionnel
Réseau CANOPE

RECOMMANDATIONS IMPORTANTES

Le candidat peut traiter chaque dossier de manière indépendante.

Il est rappelé au candidat qu'en aucun cas il ne doit faire figurer ou apparaître son nom propre dans la copie.

Liste des annexes

Annexes n°	Intitulé	Page n°
1	Développement de la vente à distance (VAD) aux particuliers	8
2	Évolution du marché du colis et des modes de livraison	8
3	Avantages d'une livraison en point relais	9
4	Performances de l'équipe d'animateurs réseau de la région Est	10
5	Organisation du travail des animateurs réseau	10
6	Interview du directeur réseau Pickup	10 & 11
7	Profil de poste animateur réseau	11
8	CV anonymes des 3 candidats	12 & 13
9	Logiciel de géomarketing MMG3	13 & 14
10	Données d'exploitation du point relais « L'Aroma Flor »	14
11	Profils des 2 commerces candidats A et B	15
12	Critères qualitatifs d'éligibilité pour devenir point relais Pickup	15 & 16
13	Analyse géomarketing du quartier de Neudorf à Strasbourg	16

Base Nationale des Sujets d'Examens de l'enseignement professionnel
Réseau CANOPE

Pickup est le premier réseau de points relais pour la livraison de colis en France, avec plus de 6 000 points relais. L'entreprise couvre la quasi-totalité du territoire, 95 % des foyers français étant à moins de 15 minutes en voiture d'un relais colis Pickup.

Pickup a deux métiers :

- le développement de logiciels pour la gestion de points relais,
- le développement d'un réseau de point relais pour le retrait de colis.

Un point relais est un commerce de proximité qui complète son activité en assurant un service de dépôt et de collecte de colis.

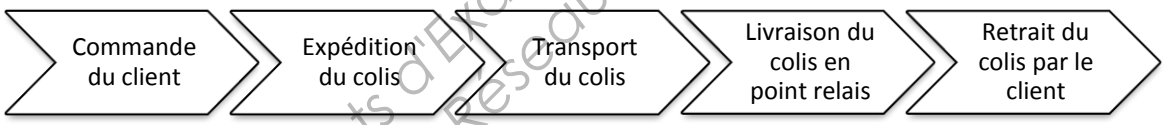
Historique

Créée en 2000, Pickup a d'abord développé un logiciel destiné à la gestion des points relais en France.

En 2009, Pickup est racheté par le groupe La Poste. La société développe alors son propre réseau en créant 3 000 points relais Pickup en 9 mois (d'avril à décembre 2009). Moins connu du grand public que ses concurrents directs (Kiala, Mondial Relay ou Relais Colis), Pickup est, à la fin 2013, le réseau le plus important en termes de nombre de points de livraison de colis sur le territoire français.

Pickup dispose d'une confiance accrue de ses clients, de synergies fortes avec ses partenaires transporteurs du groupe La Poste (Chronopost, ColiPoste et Exapaq) et d'un fort potentiel de développement grâce à un marché en pleine expansion.

Circuit d'un colis livré en point relais



Pickup intervient dans ce circuit au niveau des points relais, l'expédition et le transport des colis étant assurés par ses partenaires du groupe La Poste.

Évolution de Pickup

Années	**2009**	**2010**	**2011**	**2012**	**2013**
CA *(en millions d'euros)*	2,1	3,8	10,2	16,3	26
Nombre de relais	3 000	3 200	3 700	5 500	6 800

Source : www.verif.com

Contexte

Titulaire d'un BTS Négociation et Relation Client, vous êtes depuis 2 ans responsable régional(e) du réseau Est (moitié Est de la France, hors Île de France).

Le directeur du réseau France, Christian A., vous demande de l'aider sur trois dossiers :

- l'analyse du marché du colis en France,
- le développement de l'équipe commerciale dans la région Est,
- le choix d'un nouveau point relais dans la région Est.

Base Nationale des Sujets d'Examens de l'enseignement professionnel
Réseau CANOPE

DOSSIER 1- Analyser le marché du colis en France

Le marché du colis est très fortement lié au marché de la vente à distance, et notamment au marché de la vente en ligne (Internet).
Pickup a fait un effort important sur le développement de son réseau puisque depuis sa création en 2009, le nombre de points relais a plus que doublé. La direction commerciale du réseau souhaite analyser le marché du colis en France afin de décider si cet effort de développement et d'extension doit se poursuivre.

Annexe 1 : Développement de la vente à distance (VAD) aux particuliers
Annexe 2 : Évolution du marché du colis et des modes de livraison
Annexe 3 : Avantages d'une livraison en point relais

Travail à faire

1.1 Analyser l'attractivité du marché du colis et de la livraison en point relais.

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

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

DOSSIER 2 - Développer l'équipe commerciale

Partie 1 : Restructuration des équipes commerciales

L'équipe commerciale d'animateurs réseau de Pickup est composée de 28 personnes réparties sur trois régions :
- région Ouest (9 animateurs réseau),
- région Est (9 animateurs réseau),
- région Île de France (10 animateurs réseau).

Ces animateurs réseau ont pour missions de :
- prospecter en vue du recrutement de points relais (on estime avoir recruté un point relais lorsque l'on a signé un partenariat avec un commerçant qui s'engage à devenir point relais pour Pickup) ;
- former les gérants des points relais ;
- suivre, animer et fidéliser le réseau.

Le développement rapide du réseau implique d'évaluer chaque année l'organisation commerciale des régions et de faire des propositions pour optimiser la couverture du territoire par les animateurs réseau.

Base Nationale des Sujets d'Examens de l'enseignement professionnel
Réseau CANOPE

Annexe 4 : Performances de l'équipe d'animateurs réseau de la région Est
Annexe 5 : Organisation du travail des animateurs réseau

Travail à faire

2.1.1 Analyser les performances de l'équipe d'animateurs réseau pour la région Est. Conclure.

2.1.2 Estimer la taille nécessaire de l'équipe d'animateurs réseau sur la région Est pour répondre aux objectifs 2014 de recrutement de points relais fixés par Pickup. Les objectifs 2014 sont identiques à ceux de 2013.

2.1.3 Proposer une nouvelle organisation des secteurs pour optimiser votre structure commerciale sur la région Est.

Partie 2 : Recrutement d'un animateur réseau

Dans le cadre de la réorganisation de la région Est, il est envisagé que Pickup recrute un nouvel animateur réseau.
Le processus de recrutement est en cours : le profil de poste d'animateur réseau a été élaboré, l'annonce diffusée et 3 Curriculums Vitae (CV) ont retenu votre attention.
Le directeur du réseau vous charge de présélectionner le candidat à recevoir à l'entretien.

Annexe 6 : Interview du directeur réseau Pickup
Annexe 7 : Profil de poste animateur réseau
Annexe 8 : CV anonymes des 3 candidats

Travail à faire

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

DOSSIER 3 - Choisir un nouveau point relais

Le développement des livraisons implique le recrutement de nouveaux points relais. Cela permettra à Pickup d'exploiter totalement le potentiel du territoire tout en garantissant un service de qualité. Les cas où il faut recruter de nouveaux points relais sont nombreux.
D'une part, il faut développer le réseau et soulager les points relais qui gèrent un volume trop important de colis. Pour Pickup, le volume maximum par point relais est de 20 colis par jour.
D'autre part, il faut anticiper les fermetures de points relais (départs à la retraite, cessation d'activité, changements de gérants, abandon de l'activité relais).

Base Nationale des Sujets d'Examens de l'enseignement professionnel
Réseau CANOPE

Pour ce faire, Pickup utilise un logiciel de géomarketing baptisé MMG3 qui lui permet de visualiser les zones géographiques où recruter prioritairement de nouveaux points relais.
Pickup s'assure ensuite que les commerces identifiés dans la zone à recruter répondent aux critères d'éligibilité qualitatifs définis pour devenir un relais Pickup.
Enfin, les commerces qui feront partie du réseau Pickup doivent être suffisamment rentables pour l'entreprise. Chaque colis livré génère du chiffre d'affaires pour Pickup. En effet, ce dernier reçoit une rémunération de la part de son client (par exemple, le site internet où l'achat a été fait et qui lui confie la livraison). Néanmoins, le partenariat de Pickup avec le point relais entraîne aussi des coûts.

En qualité de responsable régional du réseau Est, vous avez été averti(e) que l'un des points relais de la région de Strasbourg fermera prochainement pour cause de départ à la retraite de son propriétaire. Monsieur Berqual, fleuriste, gérait « L'Aroma Flor », l'un des relais les plus actifs dans le quartier de Neudorf de Strasbourg. Il faut donc recruter un nouveau point relais qui soit au moins aussi rentable. Deux commerces, « L'Apparemment » (commerce A) et « Bureau informatique » (commerce B), semblent présenter les caractéristiques permettant de les sélectionner pour remplacer «L'Aroma Flor ». Vous devez déterminer lequel choisir pour intégrer le réseau.

Annexe 9 : Logiciel de géomarketing MMG3
Annexe 10 : Données d'exploitation du point relais « L'Aroma Flor »
Annexe 11 : Profils des 2 commerces candidats A et B
Annexe 12 : Critères qualitatifs d'éligibilité pour devenir point relais Pickup
Annexe 13 : Analyse géomarketing du quartier de Neudorf à Strasbourg

Travail à faire

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

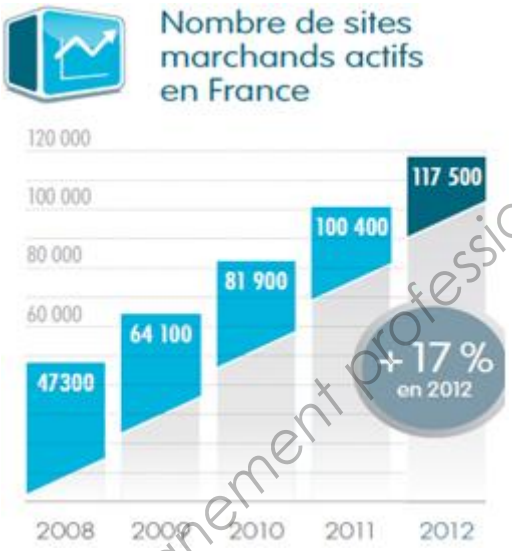
3.2 Évaluer le chiffre d'affaires à partir duquel le relais « L'Aroma Flor » était rentable pour Pickup. En déduire le potentiel minimum attendu pour le nouveau point relais, en nombre de colis par jour (le nombre de jours d'ouverture étant identique).

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

Base Nationale des Sujets d'Examens de l'enseignement professionnel
Réseau CANOPE

Annexe 1 : Développement de la vente à distance (VAD) aux particuliers







Source : www.fevad.com - Janvier 2013

Annexe 2 : Évolution du marché du colis et des modes de livraison

- Marché du colis *(en millions de colis)*

Années	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Nombres de colis livrés	287	301	315	331	344	358

- Répartition des modes de livraison en %

(1)Prévision PickUp

Années	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014 (1)	2015(1)
Domicile	86	85	83	82	80	78	75	72
Points relais	14	15	17	18	20	22	25	28

Source interne

Base Nationale des Sujets d'Examens de l'enseignement professionnel Réseau CANOPE

Annexe 3 : Avantages d'une livraison en point relais

Simple, facile, pratique : les VADistes[1] ne tarissent pas d'éloges sur les relais (…). Et pour cause : ces points de livraison permettent aux clients de venir retirer leurs colis, de régler leurs marchandises et, le cas échéant, d'effectuer des échanges ou des retours. Le tout chez un commerçant de leur quartier, ouvert le samedi et parfois même le dimanche, sur des plages horaires bien plus importantes que celles de La Poste. (…) Côté client, donc, le confort apporté par une telle prestation est bien réel. Ce dont attestent de nombreuses enquêtes menées par les VADistes eux-mêmes. Chez Fnac Éveil & Jeux, par exemple, un client sur deux choisit la livraison en Relais Colis. *« Les différentes études que nous avons réalisées montrent que les clients sont avant tout sensibles à deux arguments, analyse Guillaume Motte, directeur général de Fnac Éveil & Jeux. Primo, la proximité (ils peuvent choisir le Relais Colis le plus proche de leur domicile ou de leur bureau) ; secundo, l'étendue des heures d'ouverture. »* (…)

Les acteurs de la VAD, (…) s'efforcent d'encourager les clients à se faire livrer en relais plutôt qu'à domicile. D'autant qu'en plus du confort qu'elle procure au client, la formule est très avantageuse pour le VADiste lui-même. Pourquoi ? Tout d'abord parce qu'elle le protège dans l'éventualité d'une grève ou d'un débrayage postal. C'est d'ailleurs à la suite des gigantesques mouvements sociaux de 1995 que les vépécistes français ont planché sur une formule alternative de livraison. (…) Ensuite, parce *« le VADiste livre un seul relais là où il doit autrement livrer quinze ou vingt particuliers »*, souligne Éric Divry, directeur du développement et des relations clients chez Mondial Relay, filiale du groupe Trois Suisses International. En termes de logistique, cette formule de livraison simplifie considérablement la vie des enseignes. (…) Elle offre une traçabilité optimale au client, qui reçoit un appel téléphonique, un courrier, un e-mail ou encore un SMS dès l'arrivée de sa commande. En cas d'échange, le client n'a qu'à se rendre chez son commerçant relais pour retourner son colis gratuitement. (…)

Source : www.e-marketing.fr

Base Nationale des Sujets d'Examens de l'enseignement professionnel
Réseau CANOPE

[1] VADistes : acteurs sur le marché de la vente à distance (exemple les sites marchands en ligne).

Annexe 4 : Performances de l'équipe d'animateurs réseau de la région Est

Zone	Taille du fichier fin 2012[1]	Objectifs 2013		Résultats 2013	
		Nombre de point relais à recruter	Taille du fichier fin 2013[2]	Nombre de point relais recrutés	Taille du fichier fin 2013
Zone Centre Est	746	136	807	140	814
Zone Nord Est	490	84	725	86	534
Zone Sud Est	1 016	259	1 174	201	1 164
Total	**2 252**	**479**	**2 506**	**427**	**2 512**

[1] Nombre de points relais dans le portefeuille du commercial
[2] = Taille du fichier 2012 + points relais recrutés – points relais perdus (taux d'attrition normal = 10 %)

Source interne

Annexe 5 : Organisation du travail des animateurs réseau

Les commerciaux ont 5 semaines de congés payés et 2 semaines de RTT[2].
Temps de formation : 1 semaine par an.
Les commerciaux travaillent du lundi au vendredi.
Temps consacré au travail administratif : une demi-journée par semaine.
On estime à 12 jours par an le temps consacré aux réunions d'équipe.
L'organisation commerciale recommandée par la direction est la suivante :

- 25 % du temps passé au recrutement des points relais,
- 75 % du temps passé à l'animation, la formation et la fidélisation des points relais.

Il faut en moyenne une journée pour recruter un point relais.

Source interne

Annexe 6 : Interview du directeur réseau Pickup

***Journaliste** : Pour optimiser le développement commercial d'un secteur, quelles sont les actions de l'équipe d'animateurs réseau ?*
Christian A. : Au niveau d'un secteur, il y a plusieurs actions possibles. Tout d'abord, s'il y a une action de recrutement coup de poing à faire sur un secteur, nous pouvons, de manière temporaire, demander aux animateurs réseau des autres secteurs d'intervenir afin de prêter « main forte » à l'animateur réseau présent sur ce secteur. Si le déséquilibre persiste sur un secteur, nous pouvons ensuite restructurer les secteurs afin d'équilibrer les secteurs entre eux. Enfin, si la demande est trop importante, nous pouvons envisager la création d'un nouveau secteur et donc le recrutement d'un nouvel animateur réseau.

[2] RTT : Réduction du Temps de Travail

Base Nationale des Sujets d'Examens de l'enseignement professionnel
Réseau CANOPE

***Journaliste** : Pratiquez-vous le recrutement interne au sein de Pickup ?*
Christian A. : Oui, il est possible de pratiquer la promotion interne. En effet, nous avons une équipe de télémarketing qui est située au siège de l'entreprise. Cette équipe vient en support de l'équipe d'animateurs réseau. Son rôle est d'identifier par téléphone des points relais qui peuvent être recrutés par l'entreprise. Cette équipe s'occupe aussi de la résiliation. Une des évolutions possibles pour un chargé de télémarketing est de devenir animateur réseau.
***Journaliste** : Quels sont les critères de recrutement pour un animateur réseau ?*
Christian A. : Les principaux critères à prendre en compte, sont notamment la capacité d'adaptation à la région et au secteur proposé et l'intégration au sein de l'équipe d'animateurs réseau.
Un autre critère est l'urgence. Si le recrutement est urgent (s'il n'a pas été prévu dans les plans de réorganisation annuels), on privilégie souvent le recrutement interne. Sinon, nous privilégions le recrutement externe.

Source interne

Annexe 7 : Profil de poste animateur réseau

CATÉGORIES	DESCRIPTION
Désignation du poste et place dans l'organisation	Animateur réseau région Est CDI Sous la supervision du directeur régional Est
Contexte du poste	Secteur géographique : 1 à 2 départements Type de clientèle : BtoB, recrutement de commerçants pour devenir des points relais
Missions et tâches confiées	- Organiser et mener les actions de recrutement de nouveaux points relais - Les équiper, les former sur les méthodes et procédures préconisées par Pickup et les accompagner durant toute leur période d'intégration - Assurer le suivi des points relais Pickup par des visites régulières - Réaliser un reporting quantitatif et qualitatif, en veillant à faire remonter toutes les informations susceptibles d'améliorer encore la prestation de nos services
Qualités et compétences requises	Formation commerciale supérieure 3 ans d'expérience commerciale, idéalement dans l'animation de réseaux Gestion d'un secteur Méthodique, rigoureux Disponible et curieux
Conditions d'embauche	Fixe + variable Voiture de fonction Formations internes Disponibilité immédiate

Source interne

Base Nationale des Sujets d'Examens de l'enseignement professionnel
Réseau CANOPE

Annexe 8 : CV anonymes des 3 candidats

Extrait Curriculum Vitae candidat n°1 (candidature interne)

Date de naissance : 04/03/1986
Mobile sur toute la France
Situation de famille : vie maritale
Disponibilité : immédiate

Formation

2002	BEP vente action marchande

Expériences professionnelles

Depuis mars 2011	Pickup – Conseillère réseau (équipe télémarketing)
2009	Vie Aye Pye – Vendeuse
2008	Tandem – Vendeuse
2007/2008	Le Lézard – Vendeuse
2003/2006	Téléperformance – Chargée de relation client

Extrait Curriculum Vitae candidat n°2 (réponse à une annonce)

Date de naissance : 20/11/72
Mobile sur toute la France
Situation de famille : célibataire
Disponibilité : sous deux mois

Formation

1994	BTS Force de vente (actuel BTS NRC)
1992	Baccalauréat B (actuel ES)

Expériences professionnelles

Depuis Août 2007	Société Relais Colis – animateur réseau
2006/2007	Société Le Delas – Commercial vente de produits alimentaires auprès des CHR
2004/2006	Société Aldis – Commercial vente de produits alimentaires auprès des CHR
2002/2004	Société Davige – Commercial vente de produits alimentaires auprès des CHR
1999/2002	Société RAJA – Conseiller sédentaire solutions d'emballages

Base Nationale des Sujets d'Examens de l'enseignement professionnel
Réseau CANOPE

Extrait Curriculum Vitae candidat n°3 (réponse à une annonce)

Date de naissance : 2/07/1983
Zone géographique : Est et Sud de la France
Situation de famille : célibataire
Disponibilité : sous trois mois

Formation

2003	BTS Assurance
1999	Baccalauréat Sciences Médico-Sociales (actuel ST2S)

Expériences professionnelles

2008/2013	Allianz Prévoyance Santé – Commerciale sur le département 13 (Marseille)
2005/2007	Keops Info Centre – Téléprospectrice
2003/2004	Go Sport – Hôtesse d'accueil

Source interne

Annexe 9 : Logiciel de géomarketing MMG3

1. Un outil indispensable pour recruter un nouveau point relais

L'activité de Pickup a une très forte dimension géographique. De nombreuses décisions commerciales sont dictées par la géographie et par la question du « Où ? » : Où dois-je implanter mon nouveau point relais ? Où sont mes concurrents ? Où habite ma clientèle cible ? Grâce à un outil de géomarketing unique baptisé MMG3, le réseau des relais peut être visualisé sur des cartes qui représentent ses performances actuelles et son potentiel de développement.

Avec MMG3, Pickup réalise des cartes de la région choisie qui mettent en avant les meilleures zones où recruter de nouveaux points relais : zone où la population représente une demande suffisante en livraison de colis et située à une distance raisonnable des points relais Pickup existants et de la concurrence.

2. Quels types de cartes MMG3 sont utilisées par Pickup ?

Dans ce logiciel de géomarketing, la carte de France est divisée en carrés de 80 mètres de côté. Chacun de ces carrés de 80 mètres est classifié selon de nombreux critères : des données sociodémographiques sur la population (nombre d'habitants, taux d'employabilité, etc.), le nombre de commerces, les transports en commun, les nœuds routiers mais aussi les points relais Pickup et le volume de colis qu'ils traitent ainsi que les points relais concurrents.

Grâce à ces informations, le logiciel calcule, pour chaque carré de 80 mètres, le potentiel en nombre de colis pour un point relais. Il élabore ensuite des cartes qui représentent le potentiel par carré. Les zones qui regroupent plusieurs carrés à fort potentiel deviennent des « grappes » où il faut recruter de nouveaux points relais.

Base Nationale des Sujets d'Examens de l'enseignement professionnel
Réseau CANOPE

3. Avis de Marine, chargée du développement du réseau chez Pickup et spécialiste de MMG3.

« La solution MMG3 permet de cumuler l'affichage de données sur un fond de carte. Les données affichées peuvent être de deux types : internes comme nos points relais… et externes, ce sont toutes les données que l'on peut récupérer de différentes sources : Insee pour toutes les données démographiques, les sites concurrents pour les points relais de la concurrence, pages jaunes pour les commerces… Cette accumulation de données permet de faciliter l'analyse et la prise de décision », explique Marine. *« En effet, lorsque nous souhaitons recruter un nouveau point relais, il suffit de le géolocaliser avec l'outil MMG3 en y inscrivant l'adresse choisie. Je peux ainsi visualiser cartographiquement le lieu d'implantation du futur point relais et étudier l'environnement. Pour cela, j'analyse nos points relais actifs aux alentours et leur volume en nombre de colis par jour, la présence de nos concurrents dans la ville, les caractéristiques de la population et j'en déduis les zones à fort potentiel à recruter. Ces données sont ensuite utilisées par nos équipes commerciales pour mettre en place le recrutement d'un commerce sur le terrain ».*

Source interne

Annexe 10 : Données d'exploitation du point relais « L'Aroma Flor »

Pickup facture en moyenne, à ses clients[(1)], 0,70 euros par colis pris en charge par le réseau des points relais Pickup.

Jusqu'à aujourd'hui, « L'Aroma Flor » traite en moyenne 20 colis par jour.

Pour les congés annuels, il ferme 5 semaines par an.

Il est ouvert 6 jours par semaine.

Coûts engagés par Pickup pour « L'Aroma Flor » à Strasbourg	*en euros*
Redevance versée par Pickup au point relais par colis	0,50
Coût du suivi Pickup par colis	0,09
Coût d'une visite de l'animateur Pickup au point relais	70
Coût annuel de formation du point relais	110

L'animateur Pickup visite ce point relais 4 fois par an.

(1) par exemple un site Internet marchand qui fait appel à Pickup pour livrer ses marchandises en point relais.

Source interne

Base Nationale des Sujets d'Examens de l'enseignement professionnel
Réseau CANOPE

Annexe 11 : Profils des 2 commerces candidats A et B

Deux commerces sont pressentis pour remplacer « L'Aroma Flor ». Sur place, les informations suivantes ont été collectées.

COMMERCE A : « L'Apparemment »

« L'Apparemment » est proche de l'avenue Jean Jaurès, dans l'Est du quartier de Neudorf. Tenu par Arthur Allan, son épouse et leurs 2 employés, ce tabac-presse est ouvert du mardi au dimanche de 7 h à 20 h. Lancée en 1996, l'activité de tabac est en baisse mais l'activité presse fonctionne bien car « L'Apparemment » bénéficie d'une clientèle d'habitués.
En plus de la presse et du tabac, ce commerce propose une gamme de confiseries que les clients achètent souvent par impulsion. M. Allan souhaite développer ces achats, d'une part, et d'autre part, l'activité point relais Pickup permettrait, selon lui, de mieux satisfaire sa clientèle en offrant un nouveau service.
Un local qui ferme à clé, situé au fond de la cour de l'immeuble, propre et sec, doté de nombreuses étagères pourra servir de zone de stockage.

COMMERCE B : « Bureau informatique »

« Bureau informatique » propose des services de réparation et des fournitures informatiques aux particuliers. La boutique a ouvert en 2012, c'est la troisième boutique du nom, propriété de Bernard Burdin et elle est située rue de Thann, dans l'Ouest de Neudorf. Elle est tenue par un jeune employé – titulaire d'un BTS électronique. La boutique est ouverte du lundi au samedi de 10 h à 19 h. M. Burdin fixe ses dates de congés plusieurs mois à l'avance. Elles changent chaque année.
Pour lui, devenir point relais Pickup serait l'occasion d'améliorer son chiffre d'affaires.
La réserve de « Bureau Informatique » est ouverte sur la boutique, elle est encombrée d'ordinateurs en cours de réparation. Le propriétaire assure qu'il suffira de faire quelques travaux rapides dans cette pièce pour qu'elle soit isolée de la boutique.

Source interne

Annexe 12 : Critères qualitatifs d'éligibilité pour devenir point relais Pickup

Pickup sélectionne de façon très rigoureuse les commerces susceptibles de devenir des points relais Pickup. Pour être éligible, le commerce doit respecter plusieurs critères.
Les commerces proposant des plages d'ouverture très étendues et une large palette de services comme les débitants de tabac, les marchands de journaux, les stations-services ou les superettes sont les plus adaptés. Cette activité leur permet de générer un trafic additionnel dans leur boutique, des achats d'impulsion et de percevoir un complément de revenu sous la forme d'une redevance par colis.
Par ailleurs, il existe aussi des critères concernant l'ouverture du point de vente et la zone de stockage prévue pour les colis.

Secteurs prioritaires

- Tabac
- Presse
- Librairie / papeterie
- Alimentation
- Fleuristes
- Stations-service
- Pressing / retouches
- Cavistes
- Quincailleries /drogueries / merceries
- Jeux / Loisirs créatifs

Base Nationale des Sujets d'Examens de l'enseignement professionnel
Réseau CANOPE

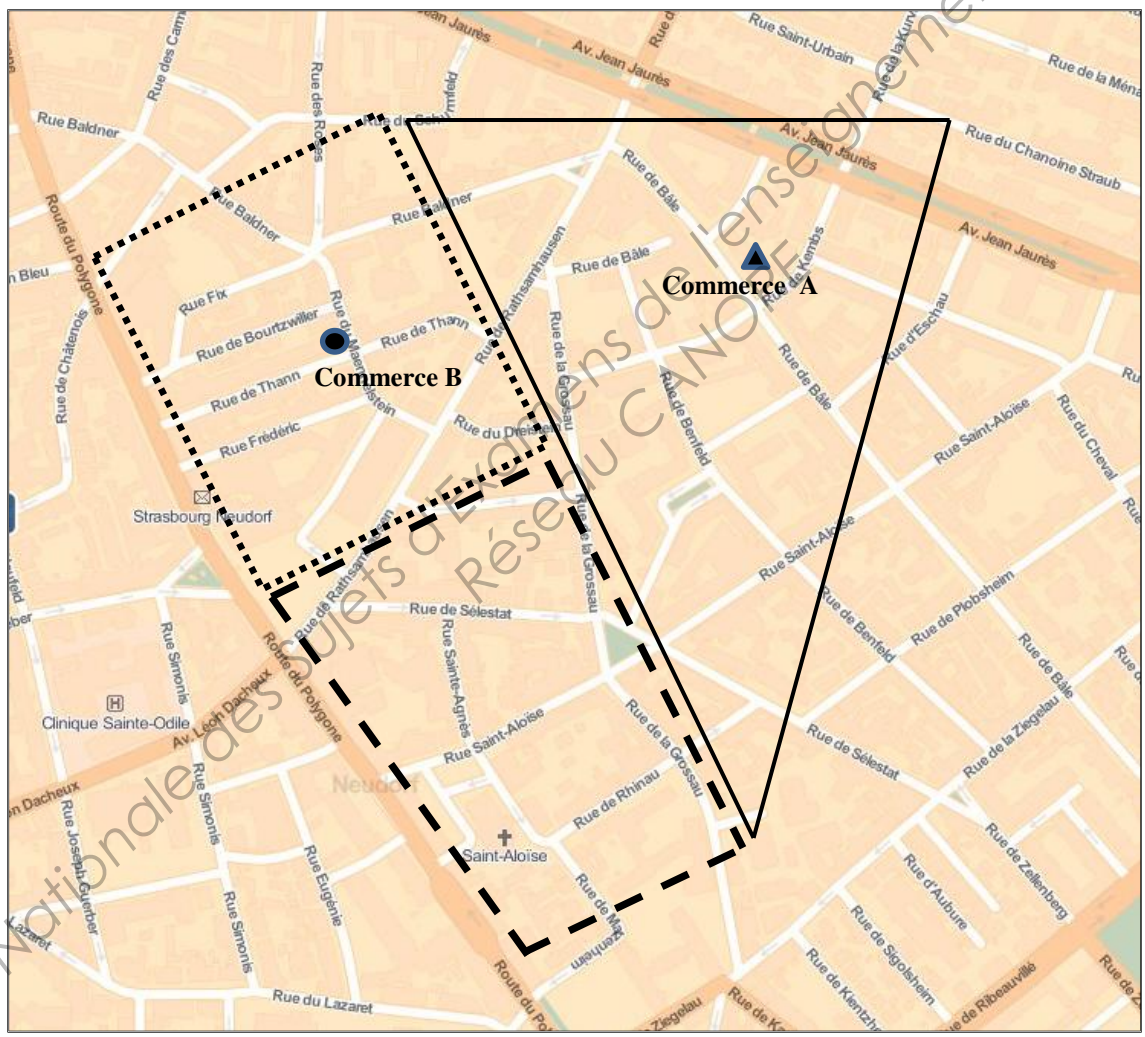
- ***Secteurs interdits***
- Métiers de bouche (restaurants, boulangeries, boucheries,…)
- Bars (seuls)
- Agences immobilières

- **Zone de stockage**
- Une surface isolée du point de vente dans 100 % des points relais

- **Horaires**
- Des points relais ouverts minimum 5 jours / 7
- Des points relais ouverts à 100 % le samedi
- Des congés planifiés 4 semaines à l'avance

Source interne

Annexe 13 : Analyse géomarketing du quartier de Neudorf à Strasbourg



Potentiel en nombre de colis par jour		
14 colis et plus	11 à 13 colis	4 à 10 colis

Source interne

Base Nationale des Sujets d'Examens de l'enseignement professionnel
Réseau CANOPE

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.