



**BTS Banque session 2002 EP 4 : Gestion de clientèle et communication
professionnelle Corrigé indicatif**

AGENCE DUTOT

PREMIERE PARTIE: 5 points

1.1 (3,5 points)

Points Forts de l'agence	Points Faibles de l'agence
<p>1. Situation géographique</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bonne implantation : centre-ville, situé sur une artère, proximité immédiate de nombreux commerces (rues piétonnes, grands magasins ...) • Quartier habité par des jeunes (40 % des habitants du secteur à moins de 25 ans) • Quartier fréquenté par des jeunes ne résidant pas sur le secteur de l'agence (agence face au lycée, animation de rues ...) • Agence de taille importante, implantée depuis 25 ans • Présence de GAS, offrant de meilleurs services que les DAB de la concurrence. <p>2. Clientèle</p> <ul style="list-style-type: none"> • La clientèle de l'agence rassemble 23 % de cadres, contre 19 % pour le secteur. 	<p>1. Situation géographique</p> <ul style="list-style-type: none"> • Jours d'ouverture non adaptés au quartier (fermeture le samedi) et horaires difficiles à retenir • Ouverture récente d'une agence en face (Banque Diamant) • Présence de cinq agences bancaires sur un 1 secteur restreint <p>2. Clientèle</p> <ul style="list-style-type: none"> • La part de la clientèle des professionnels ne semble pas correspondre à celle du secteur. Il manque cependant des informations sur le nombre de professionnels installés sur le secteur. • Malgré la proximité du lycée, la part de marché sur la clientèle des jeunes est faible.

Cf. récapitulatif par âge et par PCS des clients de l'agence et de la population du secteur en annexe à la fin du corrigé.

DEUXIEME PARTIE: 17 points

1. Caractéristiques portefeuille

(10 pts)

Structure du portefeuille :

- La moitié de la clientèle se situe dans la tranche d'âge de 25 à 44 ans, période où les besoins de produits bancaires sont réels.
- Près d'un tiers du portefeuille est constitué de cadres, soit une proportion supérieure à celle de l'agence et du secteur. Avec également 50 % d'employés, le portefeuille rassemble une clientèle essentiellement active.
- On peut estimer que 44 clients âgés de 18 à 25 ans, détenteurs de livrets jeunes, n'ont pas de comptes de chèques.

L'analyse des stocks de produits permet de mettre en évidence (cf. annexe à la fin du corrigé) :

- Une progression sur la période étudiée de l'ensemble des produits **d'épargne**, avec notamment une forte progression de l'épargne logement et des PEA. Les taux de détention de ces produits sont très nettement supérieurs à ceux de l'agence.
- Une baisse des nombres de **crédits**, qu'ils soient personnels ou immobiliers, sur la période. Les taux de détention sont sur le portefeuille, inférieurs à ceux de l'agence.



- Concernant les **services**, une progression sensible des stocks du portefeuille, et des taux de détention proches de ceux de l'agence. Il faut remarquer la contreperformance des assurances de moyens de paiement, produit qui n'est semble-t-il pas connu du chargé de clientèle. En effet, le stock de ce produit est en baisse alors que les clôtures de ce type de produit sont généralement très limitées. Le taux de détention du portefeuille est en très fort décalage avec celui de l'agence (7 % pour le portefeuille contre 57% pour l'agence).

2. Difficultés qui peuvent être mises en avant : (7 pts)

- Peu de clients jeunes titulaires de compte chèque : au sein du portefeuille N°3, seuls 8 clients 18/25 ans sont titulaires de comptes de chèques, alors que 46 clients de 18/25 ans sont titulaires de livrets jeunes !
Action possible : approche des titulaires de livrets jeunes pour leur proposer un compte de chèque, intervention auprès des clients de 40/50 ans, mariés, susceptibles d'avoir des enfants
- Crédits immobiliers et personnels : baisse du stock
Action possible : évoquer le thème des crédits lors des entretiens avec les clients, proposition d'un revolving aux clients présentant des petits dépassements de découvert
...

De nombreux autres constats pourront bien entendu être relevés. Leur identification et la cohérence des solutions proposées serviront de base dans l'appréciation des réponses. (1 pt par difficulté / 3 pts - 1 pt solution - 1 pt cible - 2 pts moyens)

TROISIEME PARTIE : 8 points

1. Écarts de votre production (8 pts)

Sur l'ensemble des rubriques, seules 4 enregistrent des résultats en avance sur le point de passage. Parmi les retards les plus significatifs, on peut citer les assurances de moyens de paiement (0%), les cartes, les packages (15% du point de passage), ainsi que des comptes d'épargne (CODEVI, livrets jeunes). Certaines rubriques, probablement moins stratégiques comme les PEP, sont également en décalage.

Les retards touchent principalement les rubriques de services et de crédit. Si la marge de manœuvre est plus limitée sur les crédits, il n'en est pas moins des services qui peuvent être proposés à l'intégralité de la clientèle, et qui sont, eux, sources de PNB récurrent.

Les rubriques d'épargne sont, elles, globalement en avance, et ce tant pour l'épargne de bilan (comptes d'épargne) que pour l'épargne financière (OPCVM, assurance vie).

On pourrait en déduire que le chargé de clientèle de ce portefeuille est plus tourné vers l'épargne que les crédits, et hésite peut être même à proposer des financements à ses clients qui sont globalement plus épargnants que la moyenne de l'agence (cf. taux de détention). Une réflexion sur les crédits devra être initiée afin de développer cette activité. La prospection, le suivi des dépassements des autorisations de découvert, ou encore la connaissance du client et de ses projets sont autant de moyens de développer l'activité « crédit ».

Un travail devra également être effectué sur « la » rubrique en fort décalage : les assurances de moyens de paiement, dont le niveau de production est tel que le stock a diminué en deux ans, phénomène plutôt rare pour les services. Un potentiel considérable est identifié, à la vue du taux de détention de l'agence (57 %) rapporté à celui du portefeuille (7%).

2. Objectifs (2 pts)

Les entretiens d'un chargé de clientèle avec ses clients nécessitent que celui-ci connaisse ses clients, ou qu'il en fasse la découverte. Il identifie alors des besoins, des projets de ses clients, et propose alors en réponse une solution adaptée grâce à l'offre commerciale de la banque. Répondre aux besoins des clients aboutit à la vente de produits, et par là même à la réalisation d'objectifs individuels déclinés en nombre de produits.



Annexe

Récapitulatif par âge et pcs des clients de l'agence et de la population du secteur

Récapitulatif pour analyse

Age	Portefeuille	agence	secteur
0-17 ans	5%	13%	19%
18-24 ans	10%	24%	21%
24-44 ans	51%	32%	31%
45-59 ans	28%	18%	14%
60 ans et +	6%	13%	15%
Total	100%	100%	100%

PCS	Portefeuille	agence	secteur
Professionnels	1%	5%	13%
Cadres	30%	23%	19%
Employés, ouvriers	50%	38%	24%
Retraités	5%	10%	13%
Elèves > 15 ans, étudiants	11%	14%	16%
Inactifs	3%	10%	15%
Total	100%	100%	100%

Stock

	Stock		Taux de détention Portefeuille N°3	Taux de détention agence
	au 31/12/99	au 31/12/01	au 31/12/01	au 31/12/01
Comptes chèque (*)	697	749		
CODEVI	365	380	51%	43%
Livrets Jeune (**)	61	67	9%	7%
CEL	34	61	8%	4%
PEL	115	213	28%	21%
PEP	67	53	7%	5%
PEA	89	170	23%	15%
Prêts étudiants	17	13	2%	4%
Prêts personnels	123	104	14%	17%
Crédits revolving	82	67	9%	11%
Prêts immobiliers	23	17	2%	6%
Packages	234	306	41%	45%
Cartes Visa	417	478	63%	65%
Cartes Premier	34	45	6%	9%
Assurances Moyens de paiement	67	55	7%	57%
Services internet	23	343	46%	47%
IARD	14	38	5%	4%

(*) dont comptes chèque de clients 18/25 ans : 8

(**) dont livret jeune de clients de 12/17 ans : 15