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 BUT TC, veuillez visiter :
buttc.fr/annales-sujets-et-corriges

BUT TECHNIQUES DE COMMERCIALISATION • CORRIGÉ DÉTAILLÉ

Manager la relation client

Session 2026 • Code sujet : **26-BUT-TC-EP1** • Durée : **2 heures** • Coefficient : **3,0**
indicatif

Sommaire

Cliquez sur une partie pour y accéder directement

1. **Analyse juridique d'une situation contractuelle** (4 questions) — **Page 3**
2. **Analyse managériale et stratégique** (4 questions) — **Page 6**
3. **Analyse économique et commerciale** (4 questions) — **Page 9**
4. **Ce qu'il faut retenir & Questions fréquentes (FAQ)** (Synthèse & Q&A Examen) — **Page 13**

Sujet officiel (PDF) : https://buttc.fr/assets/annales/but-tc/C13 - Manager la relation client/2026/BUT Techniques de Commercialisation - C13 - Manager la relation client - Session 2026 - 1-Sujet.pdf

1. Analyse juridique d’une situation contractuelle

Fnac Darty SA a souscrit auprès de RelationPlus SAS un service logiciel CRM en mode SaaS, avec une disponibilité minimale contractuelle de 99,5 % et un avoir prévu en cas de non-respect. Après une panne imputable au prestataire, il faut examiner l’avoir et la demande complémentaire d’indemnisation de ventes prétendument perdues à partir des faits et des documents juridiques.

Question 1.1. Qualifiez juridiquement les parties, le contrat, l’incident et les demandes formulées par Fnac Darty SA. Distinguez l’obligation contractuelle méconnue de la demande de réparation du préjudice allégué.

Qualification : Fnac Darty SA est la cliente et RelationPlus SAS, le prestataire d’un logiciel CRM fourni en mode SaaS. Leur contrat prévoit une disponibilité mensuelle minimale. La panne imputable au prestataire constitue une inexécution de cette obligation.

L’avoir correspond à la conséquence contractuelle du seuil non atteint. Les 36 000 € réclamés constituent une demande distincte de dommages et intérêts pour ventes prétendument perdues : leur réalité et leur lien avec la panne ne sont pas établis par le seul tableau de contacts non finalisés.

DR1 - Qualification juridique

Étape du raisonnement juridique	Éléments à compléter
Qualification juridique des faits	Parties, contrat, panne, demandes

✓ RÉPONSE À RETENIR

Inexécution de l’obligation de disponibilité établie; avoir contractuel prévu; préjudice commercial allégué restant à prouver.

Question 1.2. Formulez le problème de droit auquel doit répondre le règlement du différend entre Fnac Darty SA et RelationPlus SAS.

Le litige oppose la cliente Fnac Darty SA au prestataire RelationPlus SAS après une indisponibilité du CRM contraire au seuil contractuel. Fnac Darty peut-elle obtenir, en plus de l’avoir prévu au contrat, des dommages et intérêts pour les ventes qu’elle estime perdues ?

Il faut déterminer si elle établit un préjudice distinct, son lien avec la panne et les conditions permettant son indemnisation.

DR1 - Problème de droit

Qualification juridique des faits	Problème de droit

✓ RÉPONSE À RETENIR

Fnac Darty peut-elle obtenir une indemnisation en plus de l’avoir, et quelles preuves doit-elle apporter ?

Question 1.3. **Présentez les règles de droit applicables à l'aide du DT 1. Précisez les conditions de mise en jeu de la responsabilité contractuelle, les limites relatives au préjudice indemnisable et la portée de l'exécution de bonne foi.**

Règle	Portée
Articles 1103 et 1217	Le contrat s'impose aux parties. En cas d'inexécution, les sanctions compatibles peuvent se cumuler, notamment la réparation.
Articles 1231-1 et 1353	La responsabilité suppose une inexécution et un préjudice indemnisable. Celui qui réclame doit prouver sa demande; le débiteur peut s'exonérer en établissant la force majeure.
Article 1231-3	Le préjudice doit avoir été prévu ou avoir pu l'être lors de la conclusion du contrat, sauf faute lourde ou dolosive.
Article 1104 et arrêt Huard	Les parties doivent exécuter le contrat loyalement.

La réparation d'un préjudice distinct exige d'en établir la réalité et le lien avec l'inexécution. La bonne foi impose la loyauté, mais ne prouve pas le dommage et ne fixe pas l'indemnité.

DR1 - Règles de droit



✓ RÉPONSE À RETENIR

La réparation exige un préjudice prouvé et indemnisable; la bonne foi impose la loyauté sans remplacer cette preuve.

Question 1.4. **Résolvez le litige en appliquant les règles aux faits. Indiquez les conséquences du manquement relatif à la disponibilité, le montant de l'avoir contractuel et les éléments que Fnac Darty SA devrait établir pour obtenir tout ou partie des 36 000 € réclamés. Distinguez ce qui est établi dans le dossier de ce qui reste à prouver et respectez les quatre étapes du syllogisme juridique.**

1. **Qualification :** RelationPlus a manqué à l'obligation contractuelle de disponibilité : le taux constaté est inférieur au seuil prévu.
2. **Règle :** Le contrat prévoit un avoir de 10 % de la redevance, sans exclure la réparation d'un préjudice distinct prouvé.
3. **Application :** L'avoir dû est de 8 000 × 10 / 100 = 800 €. La panne et son imputabilité sont reconnues. Pour obtenir tout ou partie des 36 000 €, Fnac Darty doit établir la réalité et le montant des ventes perdues, le lien avec la panne et leur prévisibilité lors de la conclusion du contrat, sauf faute lourde ou dolosive. Le tableau de contacts non finalisés ne suffit pas à prouver ces éléments.

DR1 - Application et solution



✓ RÉPONSE À RETENIR

Avoir dû : 800 €. L’indemnisation des 36 000 € dépend de la preuve d’un préjudice distinct, chiffré et indemnisable.

2. Analyse managériale et stratégique

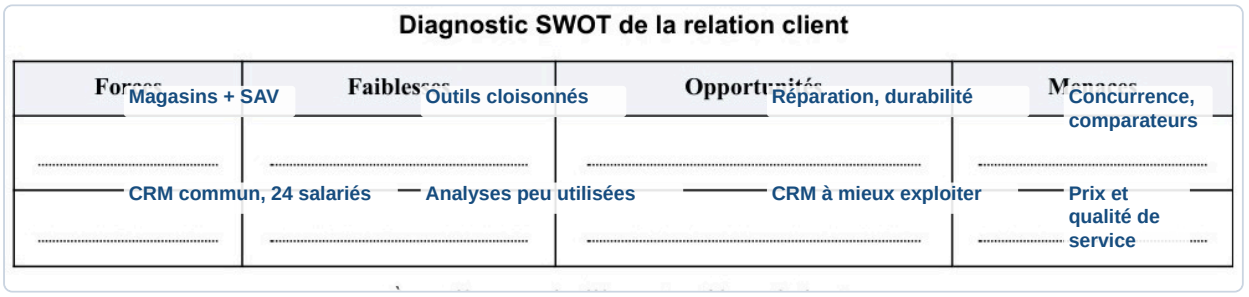
La direction régionale de Fnac Darty cherche à améliorer le parcours client, alors que les demandes issues du site, des magasins et du centre d'appels sont parfois traitées dans des outils distincts. Le dossier présente les ressources de l'entreprise, les attentes du marché, les contraintes réglementaires et les enjeux de durabilité pour établir un diagnostic et proposer des actions de management mesurables.

Question 2.1. Réalisez un diagnostic SWOT de la relation client étudiée en identifiant au moins deux forces, deux faiblesses, deux opportunités et deux menaces. Justifiez chaque élément par une donnée ou un fait du dossier.

Forces	Faiblesses	Opportunités	Menaces
Réseau de magasins et équipes SAV : présence sur plusieurs étapes du parcours.	Outils parfois cloisonnés : le client répète sa situation en changeant de canal.	Développer la réparation et la prolongation d'usage, axes stratégiques de l'entreprise.	Forte concurrence : les comparateurs facilitent le changement d'enseigne.
CRM commun et équipe régionale de 24 collaborateurs.	Fonctions d'analyse du CRM peu exploitées; hausse des réclamations et interruption de l'outil.	Exploiter les données du CRM pour mieux personnaliser et coordonner le service.	Pouvoir d'achat contraint : forte attention au prix et à la qualité du service.

Les forces et opportunités sont des ressources ou évolutions que l'entreprise peut mobiliser pour améliorer le parcours client. À l'inverse, les faiblesses relèvent de son fonctionnement actuel, tandis que les menaces proviennent de son environnement. Le diagnostic montre que l'efficacité du réseau et du CRM dépend de la continuité entre les canaux, de la fiabilité de l'outil et de pratiques de service cohérentes.

SWOT complétée



✓ RÉPONSE À RETENIR

Forces : réseau, SAV et CRM commun. Faiblesses : silos et outil interrompu. Opportunités : réparation et analyse client. Menaces : concurrence et pression sur les prix.

Question 2.2. Construisez une analyse PESTEL de la situation. Présentez au moins un facteur pertinent pour chacune des six dimensions et expliquez brièvement son incidence sur le management de la relation client.

Politique : les orientations publiques susceptibles de soutenir la réparation et la durabilité sont à surveiller; elles pourraient renforcer ces axes de service.

Économique : le pouvoir d'achat contraint accroît la sensibilité au prix et à la qualité du service.

Socioculturel : les clients attendent rapidité, continuité omnicanale et prolongation d'usage; les équipes doivent assurer un parcours fluide.

Technologique : le CRM commun offre un potentiel d'analyse, mais les outils cloisonnés et l'interruption de l'outil fragilisent le service.

Environnemental : les attentes de réparation et de durabilité invitent à développer le SAV et à prolonger la durée d'usage des produits.

Légal : le RGPD encadre les données clients; les pratiques de collecte et d'exploitation doivent lui être conformes.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Coordonner les canaux, exploiter le CRM de façon responsable, suivre les évolutions publiques et développer la réparation dans le respect du RGPD.

Question 2.3. Analysez les choix de management déjà engagés ou envisagés dans le cas, notamment l'utilisation d'un CRM commun, la gestion des réclamations et la continuité entre les canaux. Identifiez un enjeu de cohérence entre les outils, les processus et les pratiques des équipes.

Le CRM commun est un choix pertinent pour partager l'historique client et soutenir une relation omnicanale. Toutefois, ses fonctions d'analyse sont peu exploitées et certaines demandes restent dans des outils distincts : le client doit répéter sa situation. L'interruption de l'outil souligne aussi la nécessité de prévoir une continuité de service.

La hausse des réclamations appelle un traitement structuré, avec suivi de leur avancement et réponse cohérente quel que soit le canal. L'enjeu est d'aligner le CRM, les procédures de transmission et les pratiques des équipes, afin que chacun dispose des mêmes informations et applique les mêmes engagements de service.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Le CRM commun est utile, mais les silos, son analyse insuffisante et l'interruption de l'outil limitent la continuité. Il faut aligner outils, processus et pratiques.

Question 2.4. Formulez deux préconisations hiérarchisées pour améliorer durablement l'expérience client et diffuser une culture partagée du service. Pour chacune, indiquez un responsable ou une équipe pilote et un indicateur de suivi mesurable.

1. **Priorité 1 : unifier le parcours et le suivi des réclamations.** Définir un dossier client partagé et des règles de transmission entre site, magasins, centre d'appels et SAV. Pilote : responsable régional de la relation client avec le référent CRM. Indicateurs : part des demandes enregistrées dans le CRM commun et taux de résolution sous 48 heures.
2. **Priorité 2 : ancrer une culture commune du service et de la réparation.** Former les équipes à la continuité omnicanale, à la gestion des réclamations et à l'orientation vers la réparation. Pilotes : managers d'équipe et responsable SAV. Indicateurs : part des équipes formées et satisfaction client.

✓ RÉPONSE À RETENIR

Priorité 1 : unifier le parcours et le suivi des réclamations. Priorité 2 : former les équipes à une culture commune du service et de la réparation.

3. Analyse économique et commerciale

Les données du tableau de bord régional portent sur une enquête de satisfaction, le traitement des réclamations et l'attrition d'un portefeuille de 10 000 clients. Une simulation de fidélisation fournit la contribution mensuelle moyenne, le taux de marge et le coût annuel de l'action pour en calculer la rentabilité selon les hypothèses données.

Question 3.1. Calculez le NPS à partir des effectifs de promoteurs et de détracteurs du DT 3. Calculez également le taux de satisfaction correspondant aux répondants ayant attribué une note positive selon la définition du document. Présentez les calculs et interprétez brièvement les résultats.

Le NPS est la différence entre la part des promoteurs et celle des détracteurs parmi les 500 répondants. Le taux de satisfaction se calcule séparément à partir des 380 réponses positives, conformément à la définition du DT 3.

Indicateur	Calcul	Résultat
Promoteurs	260 ÷ 500 × 100	52,0 %
Détracteurs	100 ÷ 500 × 100	20,0 %
NPS	52,0 % − 20,0 %	+32 points
Satisfaction	380 ÷ 500 × 100	76,0 %

Le NPS positif traduit un avantage des promoteurs sur les détracteurs. La satisfaction est de 76,0 % : 24,0 % des répondants n'ont pas donné de réponse positive.

DR 2 : indicateurs de satisfaction complétés

Indicateur ou calcul	Opération et résultat
NPS	NPS : +32 points .....
Taux de satisfaction	Satisfaction : 76,0 % .....
Taux de résolution des réclamations en 48 heures	.....
Nombre de clients conservés en plus	.....
Contribution annuelle générée par les clients conservés en plus	.....
Résultat net de l'action après coût	.....

✓ RÉPONSE À RETENIR

NPS : +32 points. Taux de satisfaction : 76,0 %.

Question 3.2. Calculez le taux de résolution des réclamations dans les 48 heures. Interprétez ce résultat au regard du pilotage de la relation client.

Le taux rapporte les réclamations résolues dans les 48 heures aux réclamations reçues, puis le résultat est exprimé en pourcentage. Il mesure la rapidité de traitement, mais ne suffit pas à évaluer la qualité des solutions ni la satisfaction des clients.

Indicateur	Calcul	Résultat
Résolution en 48 heures	1 120 ÷ 1 600 × 100	70,0 %
Réclamations hors délai	1 600 − 1 120	480

- Suivre l'évolution du taux et les délais de traitement.
- Analyser aussi la qualité des réponses et la satisfaction après réclamation.

DR 2 : résolution des réclamations complétée

Indicateur ou calcul	Opération et résultat
NPS	.....
Taux de satisfaction	.....
Taux de résolution des réclamations en 48 heures	70,0 % .....
Nombre de clients conservés en plus	.....
Contribution annuelle générée par les clients conservés en plus	.....
Résultat net de l'action après coût	.....

✓ RÉPONSE À RETENIR

70,0 % sont résolues en 48 heures; 480 réclamations ne le sont pas dans ce délai.

Question 3.3. Calculez le nombre de clients conservés en plus si le taux d'attrition passe de 12 % à 9 % sur une base de 10 000 clients actifs.

Le taux d'attrition baisse de 3 points, de 12 % à 9 %. Sur 10 000 clients actifs, on compare le nombre de départs correspondant à chaque taux afin d'obtenir directement le nombre de clients conservés en plus.

Situation	Calcul des départs	Départs
Attrition à 12 %	10 000 × 12 %	1 200
Attrition à 9 %	10 000 × 9 %	900
Clients conservés en plus	1 200 − 900	300

La simulation estime donc que 300 clients supplémentaires restent dans le portefeuille sur l'année.

DR 2 : nombre de clients conservés complété

Indicateur ou calcul	Opération et résultat
NPS	.....
Taux de satisfaction	.....
Taux de résolution des réclamations en 48 heures	.....
Nombre de clients conservés en plus	300 clients .....
Contribution annuelle générée par les clients conservés en plus	.....
Résultat net de l'action après coût	.....

✓ RÉPONSE À RETENIR

300 clients conservés en plus.

Question 3.4. Calculez la contribution annuelle générée par les clients conservés en plus, puis le résultat net de l'action après déduction de son coût annuel. Concluez sur l'intérêt économique de l'action au regard des hypothèses fournies et indiquez une limite de cette estimation.

Les 300 clients conservés en plus génèrent 40 € de contribution commerciale par mois chacun pendant 12 mois. Cette contribution brute doit être corrigée par le taux de marge de 25 % avant de déduire le coût annuel de l'action, fixé à 18 000 €.

Étape	Formule et calcul	Résultat
Contribution commerciale annuelle brute	300 × 40 € × 12 mois	144 000 €
Contribution après marge	144 000 € × 25 %	36 000 €
Résultat net après coût	36 000 € − 18 000 €	18 000 €

L'action est rentable selon les hypothèses retenues. L'estimation peut toutefois surestimer le gain si les clients ne restent pas tous actifs pendant 12 mois ou si leur contribution varie.

DR 2 : rentabilité de l'action complétée

Indicateur ou calcul	Opération et résultat
NPS	.....
Taux de satisfaction	.....
Taux de résolution des réclamations en 48 heures	.....
Nombre de clients conservés en plus	.....
Contribution annuelle générée par les clients conservés en plus	144 000 € brut .....
Résultat net de l'action après coût	Net : +18 000 € .....

✓ RÉPONSE À RETENIR

Contribution annuelle brute : 144 000 €. Après marge : 36 000 €. Résultat net de l'action : +18 000 €.

Ce qu'il faut retenir de ce sujet (Session 2026)

Bilan de l'épreuve : L'évaluation 2026 « Manager la relation client », code 26-BUT-TC-EP1, dure 2 heures et comporte un coefficient indicatif de 3,0. À partir du cas Fnac Darty, elle examine un litige SaaS, le management omnicanal et la rentabilité d'une action de fidélisation. Les compétences évaluées couvrent le raisonnement juridique, le diagnostic stratégique, les recommandations opérationnelles et le calcul d'indicateurs commerciaux.

Notions-clés, formules & règles à maîtriser

- Le NPS correspond au pourcentage de promoteurs moins le pourcentage de détracteurs parmi les répondants.
- Le taux de résolution sous 48 heures est égal aux réclamations résolues dans ce délai divisées par les réclamations reçues, multiplié par 100.
- Le taux de satisfaction se calcule en rapportant les réponses positives au nombre total de répondants.
- Pour la simulation de fidélisation, appliquer le taux de marge à la contribution, annualiser sur 12 mois, puis déduire le coût de l'action.

Points de vigilance & attentes du jury

- En droit, distinguer le manquement contractuel établi du préjudice distinct allégué et justifier le lien de causalité.
- Présenter l'analyse juridique dans l'ordre demandé : qualification des faits, problème de droit, règle applicable et solution motivée.
- Justifier chaque élément du SWOT par un fait du dossier et traiter séparément les six dimensions du PESTEL.
- Écrire les formules et les opérations, arrondir les taux au dixième de point et interpréter les résultats demandés.

Questions fréquentes sur cette épreuve (Q&A Examen)

Q : Comment calculer le NPS et le taux de satisfaction dans ce sujet ?

Divisez les promoteurs et les détracteurs par le total des répondants, puis soustrayez le pourcentage de détracteurs à celui des promoteurs. Pour la satisfaction, divisez les réponses positives par le nombre de répondants et exprimez le résultat en pourcentage.

Q : Que faut-il démontrer pour obtenir une indemnisation des ventes perdues ?

Il faut établir un préjudice certain et indemnisable ainsi qu'un lien direct avec l'inexécution. Le dossier doit étayer les ventes qui auraient été conclues et leur perte imputable à la panne, au-delà du tableau de contacts non finalisés.

Q : Comment organiser les deux heures et les points de l'épreuve ?

Le sujet répartit les 20 points entre trois parties : 7 points en droit, 7 en management et 6 en analyse économique et commerciale. Aucun temps n'est attribué officiellement par partie : adaptez votre rythme aux points et gardez du temps pour relire.

Q : Quels critères de notation doivent guider mes réponses ?

Le sujet indique les points par question et demande des réponses justifiées à partir du contexte et des documents. Aucun barème détaillé n'est fourni : soignez la méthode, la précision des calculs, les justifications et les interprétations demandées.

Sujet officiel associé (PDF) : https://buttc.fr/assets/annales/but-tc/C13 - Manager la relation client/2026/BUT Techniques de Commercialisation - C13 - Manager la relation client - Session 2026 - 1-Sujet.pdf
Ressources BUT Techniques de Commercialisation : 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.