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

BACHELOR UNIVERSITAIRE DE TECHNOLOGIE

TECHNIQUES DE COMMERCIALISATION

ÉVALUATION : RELATION CLIENT - MANAGER LA RELATION CLIENT

SESSION 2026

Durée : 2 heures

SPÉCIALITÉ / UNITÉ	COEFF
TECHNIQUES DE COMMERCIALISATION	3,0 INDICATIF

Moyens de calculs et matériel autorisés :

L'usage de calculatrice avec mode examen actif est autorisé. L'usage de calculatrice sans mémoire, « type collège », est autorisé.

Aucun document ou matériel autorisé en dehors de ceux fournis avec le sujet.

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

Ce sujet comporte 9 pages numérotées de 1/9 à 9/9.

Les documents réponses en fin de sujet sont à rendre avec la copie.

DOSSIER SUJET

MISE EN SITUATION PROFESSIONNELLE ET CONSIGNES GÉNÉRALES : FNAC DARTY SA, SIÈGE SOCIAL À IVRY-SUR-SEINE, VAL-DE-MARNE

Fnac Darty SA est une société anonyme du secteur de la distribution spécialisée de produits culturels, électroniques et d'équipements pour la maison. Le groupe développe une stratégie omnicanale associant magasins, commerce en ligne, services après-vente, réparation et accompagnement à l'usage. Dans le cas étudié, l'équipe régionale de la relation client compte 24 collaborateurs et pilote un portefeuille de clients particuliers ainsi que des comptes professionnels.

À la suite d'une hausse des réclamations et d'une interruption de son outil de gestion de la relation client, la direction régionale examine la qualité de service, le contrat conclu avec son prestataire logiciel et la rentabilité d'un programme de fidélisation. Les données chiffrées, échanges contractuels et résultats d'enquête qui suivent sont les données du cas à traiter.

Le code C13 est l'intitulé retenu pour cette évaluation de la compétence « Relation client : Manager la relation client ». Le BUT est organisé selon le cadre national du contrôle continu intégral; les modalités applicables à une évaluation donnée relèvent de l'établissement.

Le sujet comporte trois parties indépendantes. Toute réponse doit être justifiée à partir du contexte et des documents techniques. Pour l'analyse juridique, présenter successivement la qualification juridique des faits, le problème de droit, la règle applicable et la solution motivée.

PARTIE 1 : Analyse juridique d'une situation contractuelle (7 points)

Qualifier les faits, mobiliser les règles applicables et proposer une solution motivée

Fnac Darty SA a conclu avec RelationPlus SAS un contrat de fourniture d'un logiciel de gestion de la relation client accessible en mode SaaS. La redevance mensuelle est de 8 000 € HT. Le contrat prévoit une disponibilité mensuelle minimale de 99,5 %. En cas de non-respect de ce seuil, le client bénéficie d'un avoir égal à 10 % de la redevance mensuelle. Le contrat précise que cet avoir ne prive pas le client de la possibilité de demander réparation d'un préjudice distinct, sous réserve d'en établir les conditions.

Au cours du mois de mai, une panne imputable au prestataire a rendu l'outil indisponible pendant 22 heures. La disponibilité constatée a été de 99,1 %. RelationPlus SAS a reconnu l'incident et proposé l'avoir contractuel de 800 €. Fnac Darty SA réclame en outre 36 000 € au titre de ventes qu'elle estime perdues. À l'appui de sa demande, elle fournit un tableau interne recensant des contacts commerciaux non finalisés, sans document établissant à lui seul que ces ventes auraient été conclues ni que leur perte résulte directement de la panne.

À l'aide des documents DT 1 et DT 2, répondez aux questions en respectant les quatre étapes du syllogisme juridique.

1.1 (1,5 point) 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.

1.2 (1 point) Formulez le problème de droit auquel doit répondre le règlement du différend entre Fnac Darty SA et RelationPlus SAS.

1.3 (2 points) 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.

1.4 (2,5 points) 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. Votre réponse doit distinguer ce qui est établi dans le dossier de ce qui reste à prouver.

PARTIE 2 : Analyse managériale et stratégique (7 points)

Diagnostiquer l'environnement, évaluer les choix de management et proposer des actions

La direction régionale souhaite améliorer la relation client sur l'ensemble du parcours, depuis la prise de contact jusqu'au service après-vente. Elle constate que les demandes provenant du site, des magasins et du centre d'appels sont parfois enregistrées dans des outils différents. Les clients doivent alors répéter leur situation lorsqu'ils changent de canal. L'entreprise dispose toutefois d'un réseau de magasins, d'équipes de service après-vente et d'un outil CRM commun dont les fonctions d'analyse sont encore peu exploitées.

Pour votre diagnostic, utilisez les éléments du contexte, le DT 3 et les faits suivants : les clients attendent une réponse rapide et cohérente sur tous les canaux; le marché est concurrentiel et les comparateurs facilitent le changement d'enseigne; la réparation et la prolongation de la durée d'usage des produits constituent des axes stratégiques de l'entreprise; les données clients doivent être traitées conformément au RGPD; les contraintes de pouvoir d'achat renforcent l'attention portée au prix et à la qualité du service. Les recommandations doivent être opérationnelles, hiérarchisées et assorties d'indicateurs de suivi.

Repères pour le diagnostic stratégique

Dimension	Éléments du cas à examiner
Ressources internes	Réseau de magasins, équipes de service après-vente, CRM commun, outils encore cloisonnés dans certaines étapes
Marché et clients	Forte concurrence, comparaison facilitée, attentes de rapidité et de continuité omnicanale
Environnement réglementaire	Traitement des données personnelles soumis au RGPD; règles à intégrer dans les pratiques de l'équipe
Évolutions sociétales et environnementales	Attentes de réparation, de durabilité et de prolongation de la durée d'usage des produits
Contexte économique	Attention renforcée au prix et à la qualité de service dans un contexte de pouvoir d'achat contraint

Éléments fournis dans le contexte et les documents du sujet

2.1 (2 points) Réalisez un diagnostic SWOT de la relation client étudiée en identifiant au moins deux forces, deux faiblesses, deux opportunités et deux menaces. Chaque élément doit être justifié par une donnée ou un fait du dossier.

2.2 (2,5 points) 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.

2.3 (1 point) 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.

2.4 (1,5 point) 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.

PARTIE 3 : Analyse économique et commerciale (6 points)

Calculer et interpréter des indicateurs de satisfaction, de fidélisation et de rentabilité

Les données de l'enquête et du portefeuille figurent dans le DT 3. Pour les calculs, arrondissez les taux au dixième de point de pourcentage et indiquez les formules utilisées. Le NPS se calcule par différence entre le pourcentage de promoteurs et le pourcentage de détracteurs. Le taux de résolution des réclamations dans les 48 heures se calcule en rapportant les réclamations résolues dans ce délai au nombre total de réclamations reçues.

Pour évaluer le programme de fidélisation, la direction estime qu'une action pourrait réduire le taux d'attrition annuel de 12 % à 9 % sur une base de 10 000 clients actifs. La contribution commerciale moyenne est de 40 € par client et par mois, avec un taux de marge sur contribution de 25 %. Le coût annuel de l'action est de 18 000 €. Pour l'exercice, supposez que chaque client conservé grâce à l'action reste actif pendant 12 mois et que sa contribution est constante sur la période.

Données nécessaires aux calculs commerciaux

Indicateur	Valeur
Répondants à l'enquête de satisfaction	500
Promoteurs	260
Détracteurs	100
Réclamations reçues	1 600
Réclamations résolues en 48 heures	1 120
Clients actifs au début de la période	10 000
Taux d'attrition annuel observé	12 %

Les données détaillées et leurs définitions figurent dans le DT 3

3.1 (1,5 point) 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.

3.2 (1 point) Calculez le taux de résolution des réclamations dans les 48 heures. Interprétez ce résultat au regard du pilotage de la relation client.

3.3 (1 point) 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.

3.4 (2,5 points) 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.

DOSSIER TECHNIQUE ET RESSOURCES

Documents ressources nécessaires à la résolution du sujet

DT 1 : EXTRAITS DU CODE CIVIL ET DONNÉES CONTRACTUELLES

Code civil, article 1103 : « Les contrats légalement formés tiennent lieu de loi à ceux qui les ont faits. »

Code civil, article 1104 : « Les contrats doivent être négociés, formés et exécutés de bonne foi. Cette disposition est d'ordre public. »

Code civil, article 1217 : la partie envers laquelle l'engagement n'a pas été exécuté, ou l'a été imparfaitement, peut notamment refuser d'exécuter ou suspendre l'exécution de sa propre obligation, poursuivre l'exécution forcée, obtenir une réduction du prix, provoquer la résolution du contrat ou demander réparation des conséquences de l'inexécution. Les sanctions compatibles peuvent être cumulées; des dommages et intérêts peuvent s'y ajouter.

Code civil, article 1231-1 : le débiteur est condamné, s'il y a lieu, au paiement de dommages et intérêts en raison de l'inexécution de l'obligation ou du retard dans l'exécution, sauf s'il justifie que l'exécution a été empêchée par la force majeure.

Code civil, article 1231-3 : le débiteur n'est tenu que des dommages et intérêts qui ont été prévus ou qui pouvaient être prévus lors de la conclusion du contrat, sauf lorsque l'inexécution est due à une faute lourde ou dolosive.

Code civil, article 1353 : celui qui réclame l'exécution d'une obligation doit la prouver; réciproquement, celui qui se prétend libéré doit justifier le paiement ou le fait qui a produit l'extinction de son obligation.

Données du contrat du cas : RelationPlus SAS est le prestataire du service SaaS; Fnac Darty SA est le client. La disponibilité mensuelle minimale prévue est de 99,5 %. En cas de non-respect, l'avoir prévu est égal à 10 % de la redevance mensuelle de 8 000 € HT. Le contrat précise que cet avoir n'exclut pas une demande de réparation d'un préjudice distinct, sous réserve de son établissement.

DT 2 : COUR DE CASSATION, CHAMBRE COMMERCIALE : BONNE FOI DANS L'EXÉCUTION DU CONTRAT

Référence : Cour de cassation, chambre commerciale, 3 novembre 1992, pourvoi n° 90-18.547, arrêt dit « Huard ».

Visa : article 1134, alinéa 3, du Code civil dans sa rédaction applicable à la date des faits; cet alinéa correspond au principe aujourd'hui énoncé à l'article 1104 du Code civil.

Extrait de motivation, synthèse fidèle de la décision : la Cour rappelle que les conventions doivent être exécutées de bonne foi. Elle censure la décision qui n'a pas tiré les conséquences des constatations relatives au comportement du cocontractant, lequel avait rendu difficile la poursuite de relations commerciales dans des conditions concurrentielles. La bonne foi commande un comportement loyal dans la mise en œuvre des engagements contractuels.

Portée pour le cas : cet arrêt illustre l'exigence de loyauté dans l'exécution du contrat. Il ne fixe pas à lui seul le montant d'une indemnisation et ne dispense pas la partie qui réclame des dommages et intérêts de prouver le préjudice invoqué et son lien avec l'inexécution.

DT 3 : TABLEAU DE BORD DE LA RELATION CLIENT ET HYPOTHÈSES ÉCONOMIQUES

Les données ci-dessous concernent le périmètre régional du cas étudié. Elles sont fournies pour calculer les indicateurs demandés; elles ne constituent pas des résultats publiés par l'entreprise.

Définitions de l'enquête : 500 clients ont répondu. Parmi eux, 260 sont promoteurs, 140 sont passifs et 100 sont détracteurs. Pour le taux de satisfaction, une réponse est considérée comme positive lorsque le client déclare être satisfait; 380 répondants sur 500 ont donné une réponse positive.

Données de réclamations : 1 600 réclamations ont été reçues pendant la période; 1 120 ont été résolues dans les 48 heures suivant leur réception.

Données de portefeuille : le portefeuille comptait 10 000 clients actifs au début de la période. Le taux d'attrition annuel observé est de 12 %. Pour la simulation de fidélisation, le taux visé est de 9 % sur la même base. La contribution commerciale moyenne est de 40 € par client et par mois; le taux de marge sur contribution retenu est de 25 %. Le coût annuel de l'action est de 18 000 €. Pour cette simulation, chaque client conservé en plus génère 12 mois de contribution constante.

Tableau de bord régional de la relation client

Indicateur ou donnée	Valeur	Périmètre ou définition
Répondants à l'enquête	500	Clients ayant répondu
Promoteurs	260	Répondants
Passifs	140	Répondants
Détracteurs	100	Répondants
Clients satisfaits	380	Réponse positive à la question de satisfaction
Réclamations reçues	1 600	Période étudiée
Réclamations résolues en 48 heures	1 120	À compter de la réception
Clients actifs au début de la période	10 000	Base de calcul de l'attrition
Taux d'attrition observé	12 %	Annuel
Taux d'attrition cible	9 %	Simulation de l'action de fidélisation
Contribution moyenne par client	40 € par mois	Avant application du taux de marge sur contribution
Taux de marge sur contribution	25 %	Hypothèse de la simulation
Coût annuel de l'action	18 000 €	Périmètre régional

Données du cas communiquées par la direction régionale

NE RIEN ÉCRIRE DANS CETTE PARTIE

DR 1 : Document réponse à rendre avec la copie : questions 1.1 à 1.4 et 2.1 — **À RENDRE AVEC LA COPIE**

Complétez les tableaux ci-dessous. Pour la question 1.4, rédigez votre conclusion juridique sur la copie en respectant les quatre étapes du syllogisme. Les tableaux peuvent être reproduits sur la copie si nécessaire.

Grille d'analyse de la situation juridique

Étape du raisonnement juridique	Éléments à compléter
Qualification juridique des faits	.....
Problème de droit	.....
Règles de droit applicables	.....
Application aux faits et solution motivée	.....

À compléter par le candidat pour organiser le syllogisme juridique

Diagnostic SWOT de la relation client

Forces	Faiblesses	Opportunités	Menaces
.....	.....	.....	.....
.....	.....	.....	.....

À compléter avec des éléments justifiés par le dossier

Cadre réservé aux justifications, calculs complémentaires ou schémas du candidat :

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

NE RIEN ÉCRIRE DANS CETTE PARTIE

DR 2 : Document réponse à rendre avec la copie : questions 3.1 à 3.4 **À RENDRE AVEC LA COPIE**

Complétez les calculs en indiquant les opérations, les résultats arrondis conformément aux consignes du sujet et une interprétation lorsque cela est demandé.

Calculs des indicateurs commerciaux et de rentabilité

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	.....
Résultat net de l'action après coût	.....

À compléter à partir des données du DT 3

Cadre réservé aux justifications, calculs complémentaires ou schémas du candidat :

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

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.