

**Angéline G.**

**Baccalauréat Professionnel Vente**  
**Prospection-Négociation-Suivi de Clientèle**



**EPREUVE E2. Négociation-Vente**

**Dossier Produits-Entreprise-Marchés**

**Session 2012**

**Etablissement : Lycée Jean Caillaud**

**Académie de Poitiers**

# SOMMAIRE

Identification de l'entreprise	p 2
Caractéristiques juridiques et économiques	p 2
Etude de la clientèle	p 1
Etude de la concurrence	p 2/3
Analyse de la stratégie commerciale de l'entreprise	p 3
Situation de négociation n°1	p 4
« Vente d'une carte bancaire »	
Situation de négociation n°2	p 5
« Ouverture d'un compte »	
Situation de négociation n°3	p 6
« Ouverture d'un livret A »	
<u>Annexes</u> 1 : Organigramme	p 7
2 : Zone de chalandise	p 8
3 : Gamme de produits	p 9

# PRESENTATION DE LA BANQUE POPULAIRE

## • IDENTIFICATION DE L'ENTREPRISE

Banque Populaire  
La Chapelle de Prade  
16400 La Couronne  
• Tél: 0820 079 211  
• Fax: 05 45 61 90 59

Notre agence est ouverte:  
Du Mardi au Vendredi: 8h30 à 12h15 / 13h30 à 17h30  
Le Samedi: 8h30 à 12h15

Le Capital de la Banque Populaire est de 104 631 038 € (capital du 31/12/2010)  
755 501 590 RCS Niort

En 2006, les groupes Banque Populaire et Caisse d'Epargne engagent leur rapprochement. Le 31 juillet 2009, ils fusionnent pour donner naissance au groupe BPCE.

## • CARACTERISTIQUES JURIDIQUES ET ECONOMIQUES

La forme juridique de la Banque Populaire est une société anonyme à capital variable.  
Au niveau du secteur d'activité, la Banque populaire fait partie du secteur tertiaire. Il s'agit du secteur qui produit des services.  
La Banque Populaire a une activité banque mais aussi assurance. Proche de ses clients à la fois par la densité de son réseau et sa capacité d'écoute des différents marchés, la Banque Populaire détient une place de leader dans de nombreux domaines.

## • ETUDE DE LA CLIENTELE

Pour la typologie, La banque populaire a des clients de tout âge. En effet la banque offre une ouverture de compte dès la naissance des enfants. Mais les clients avec potentiel sont âgés de 20 ans à 45 ans. Car il y a de plus en plus de jeunes qui s'installent sur La Couronne.

La banque populaire accueille une clientèle mixte : hommes, femmes, enfants, du particulier au professionnel, en passant par les associations et les commerçants, et de toute profession. La clientèle est divisée entre particuliers, professionnels ou agriculteurs. La clientèle vient le plus souvent de La Couronne mais aussi du milieu rural car La Couronne est une ville mixte. En effet, elle est située dans une zone artisanale et industrielle. (Voir page 6)

Professionnels: 16% soit 330 clients, Particuliers: 80% soit 1630 clients, Agriculteurs: 4% soit 80 clients.

L'agence compte 2 035 clients (au 26 novembre 2011)

## • ETUDE DE LA CONCURRENCE

Les concurrents directs de l'agence Banque Populaire de la Couronne sont au nombre de 5, ils sont tous situés au centre-ville même de la Couronne.

Les concurrents sont : La Société Générale Le Crédit Agricole Le Crédit Mutuel La Caisse D'épargne La Banque Postale.

Elle a aussi des concurrents indirects qui sont les sociétés d'assurances ou agents généraux. Ils sont au nombre de 3 sur la ville.

Il faut savoir que la BPCE c'est :

- ↳ 20 Banques Populaires
- ↳ 17 Caisse d'Epargne
- ↳ 8 200 agences
- ↳ 7 700 000 de sociétaires
- ↳ 37millions de clients
- ↳ Et 127 000 collaborateurs

La Banque populaire de la Couronne est leader car elle est 4ème sur le marché de la Charente.

## FORCES

- Conseillers masculins à l'agence (il y en a de moins en moins)
- Les binômes fonctionnent: 2 hommes pour les PRO, et 2 femmes pour les PARTS
- Présence de l'animateur AGRI
- Le secteur est porteur et a un fort potentiel à tous les niveaux (part/pro/agri), bon emplacement
- Bonne entente avec le groupe Charente Vienne
- Bonne écoute au niveau clients
- Le canal est direct, il n'y a pas d'intermédiaires entre le producteur de services/produit (La BP) et le consommateur (Client X)

## FAIBLESSES

- Stabilisation de l'équipe à réaliser (Le plus ancien n'est présent que depuis 3 ans)
- Le fond de commerce est à faire progresser
- L'évolution des ressources monétaires

### • ANALYSE DE LA STRATEGIE COMMERCIALE DE L'ENTREPRISE

**La politique de produit :** Son choix stratégique est d'étendre sa gamme de produits et de services (comme la carte Facélia depuis mai).

**La politique de Prix :** Le choix du groupe est de placer ses prix par rapport au marché, sans rogner les marges. La BP utilise un package : La convention équipage. Les prix sont centralisés et décidés par le groupe, il y a donc une homogénéité de prix.

**La politique de distribution :** Le canal est direct, il n'y a pas d'intermédiaires entre le producteur de service/produit (BP) et le consommateur (Client X).

**La politique de communication :** Le groupe fait de la communication média TV. Des campagnes marketing sont réalisées par un service spécifique qui réalise les PLV. Au niveau local, l'agence fait du sponsoring avec la chambre des métiers, les artisans et les associations sportives.

### Contexte de la situation :

Un couple souhaite que leur fille de 15 ans dispose d'une carte bancaire.

### Objectif commercial de l'action :

- ✓ Rechercher les besoins
- ✓ Mettre à jour le CRM
- ✓ Réussir l'entretien pour vendre une carte

### Contexte de la situation :

Un couple souhaite que leur fille de 15 ans ait une carte bancaire, ils décident donc de prendre rendez-vous avec leur conseiller. Pendant l'entretien, je découvre les besoins de leur fille, et je leur propose donc deux cartes.

### Type de client concerné :

- ✓ Client âgé de 15 ans
- ✓ Client particulier, parents déjà clients de la Banque populaire

### Gamme de produit :

- ✓ Ouverture compte chèque
- ✓ Une carte bancaire
  - Client âgé de 12 à 17 ans: Bud'j
  - Client âgé de moins de 18 ans: carte NRJ'
- ✓ Un livret d'épargne
- ✓ Cyberplus gratuit



### Contexte de la situation:

Une mère souhaite ouvrir un compte à son fils âgé de 16 ans. C'est une cliente de la banque populaire.

### Objectif commercial de l'action :

- ✓ Rechercher les besoins du client
- ✓ Proposer un moyen de paiement
- ✓ Proposer un moyen d'épargner

### Contexte de la situation :

Madame Gilard veut ouvrir un compte à son fils car il entre dans la vie active. Ce garçon va rentrer en CAP et a besoin d'avoir un compte. Pendant l'entretien, je lui propose d'ouvrir un livret et lui propose également une carte bancaire. Le rendez-vous a lieu au domicile de la cliente que je connais bien.

### Type de client concerné :

- ✓ Client âgé de 16 ans
- ✓ Client particulier, parents déjà client de la Banque populaire

### Gamme de produit :

- ✓ Ouverture d'un compte
- ✓ Ouverture d'un livret d'épargne
- ✓ Une carte bancaire
- ✓ Cyberplus gratuit

### Contexte de la situation :

Le couple souhaite ouvrir un Livret A pour leur petite fille qui vient tout juste de naître. Ils avaient déjà pris rendez-vous.

### Objectif commercial de l'action:

- ✓ Ouverture d'un livret A

### Contexte de la situation:

Mr et Madame Sanchez viennent à l'agence afin d'ouvrir un Livret A pour leur petite fille qui vient juste de naître. Le rendez-vous était déjà fixé, je les reçois dans mon bureau

### Type de client concerné:

- ✓ Client particulier, déjà client de la Banque Populaire

### Gamme de produit:

- ✓ Ouverture d'un livret A
- ✓ Versement de départ 15 € puis versement programmé de 50 € par mois

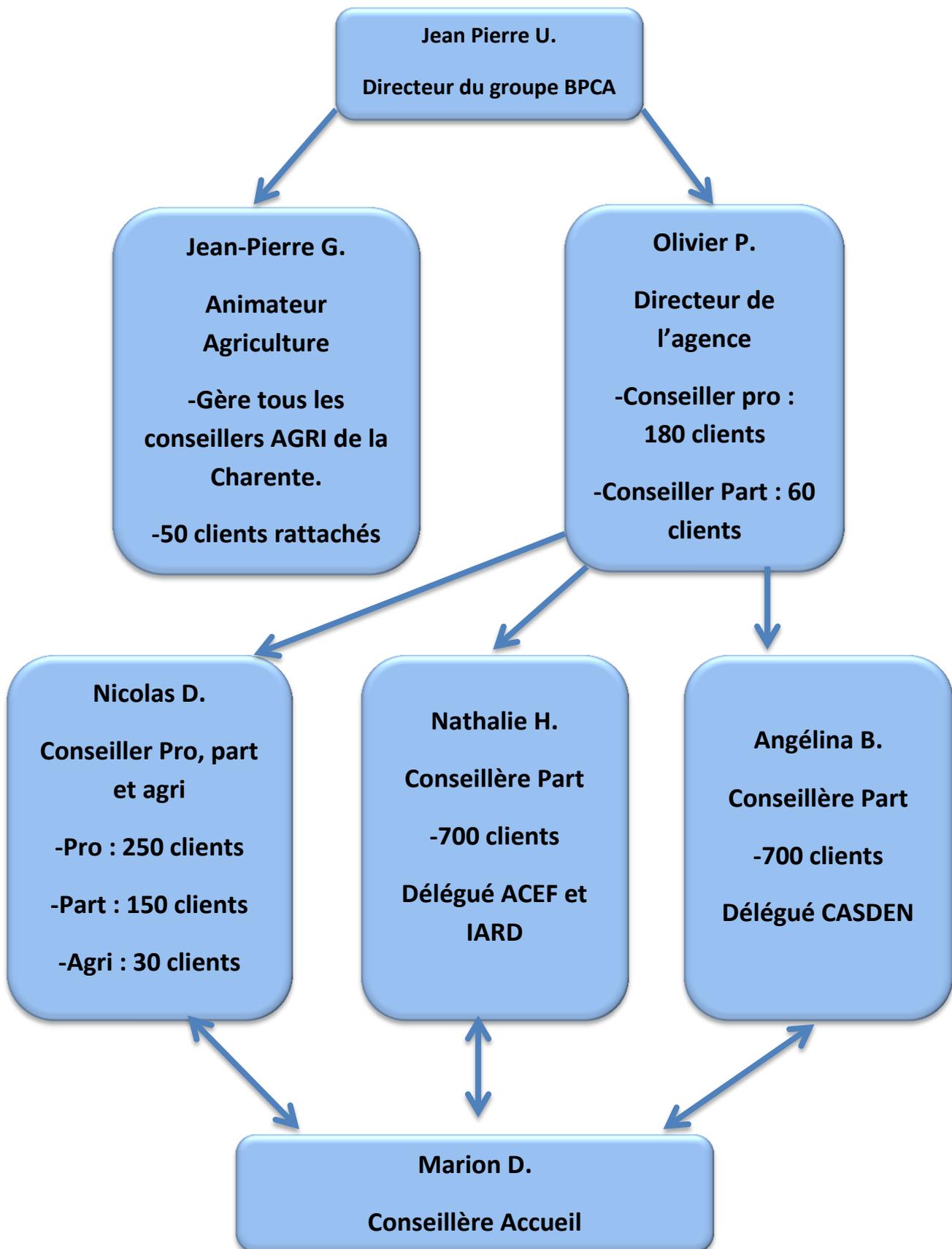
**Le taux : 2,25 %**

**Plafond : 15 300 €**

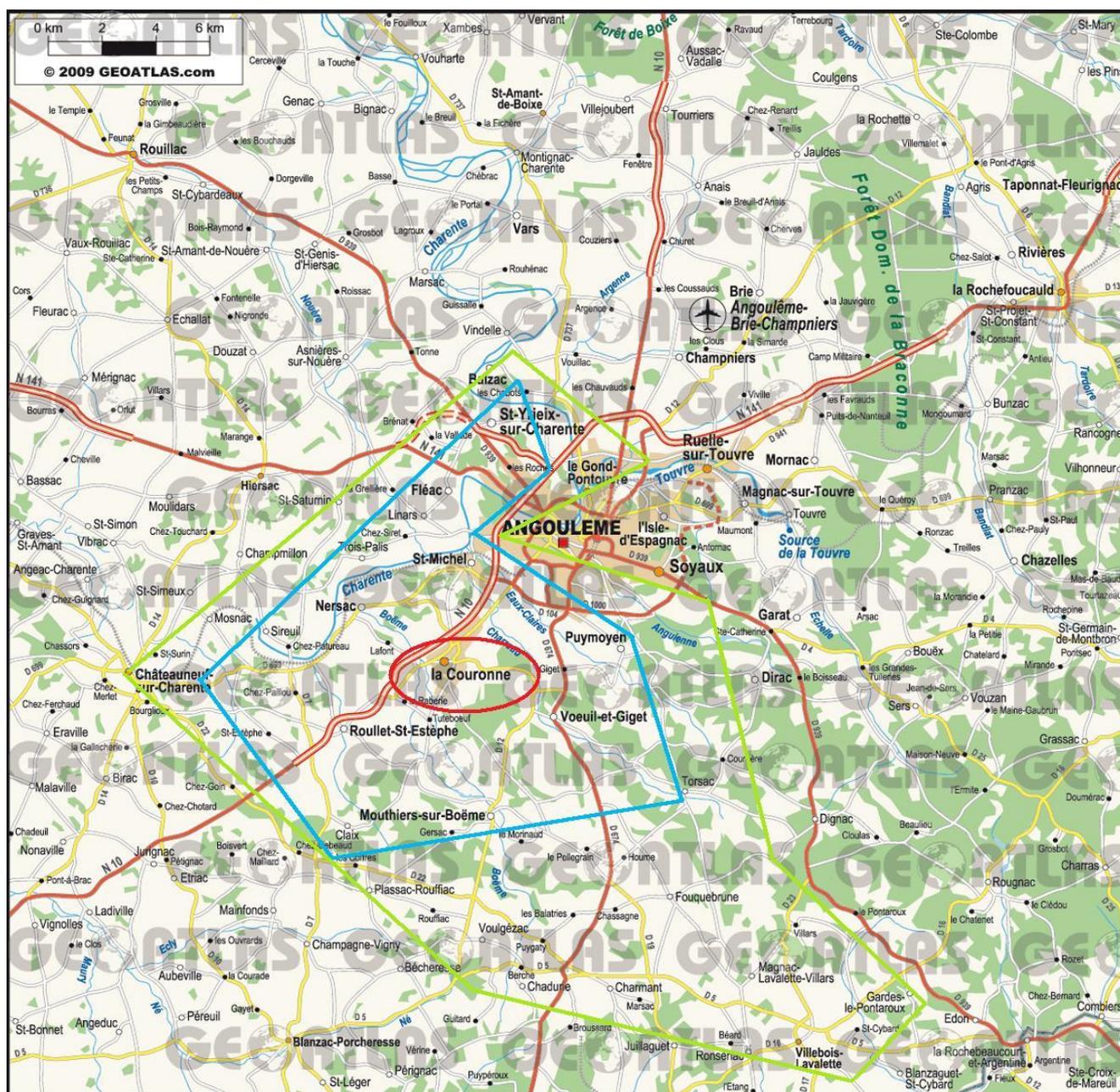
**Minimum : 10 €**



## ANNEXE .1 ORGANIGRAMME



## ANNEXE . 2 ZONE DE CHALANDISE



- **Zone Primaire** : La Couronne, environ 7300 habitants
- **Zone secondaire** : St Yrieix, Roulet, Claix, Voueil, Pumoyen. Environ 30 000 habitants
- **Zone tertiaire** : Fortement agricole sur le secteur de Châteauneuf et de Villebois-Lavalette. Environ 5 000habitants.

## ANNEXE . 3 GAMME DE PRODUITS

Produits / Services	Epargne	Crédits	Prévoyance
<p><u>Cyberplus</u> Banque à distance Consultation des comptes Effectuer opération comme un virement</p>	<p><u>Produits D'épargne monétaire:</u> Contrat ( PEL ) Livret ( CEL, Livret A, Livret jeune etc ... ) Ressource a terme ( Bon de caisse, rythmic )</p>	<p>Crédit Bail Immobilier ou Mobilier Autorisation de découverte Autorisation temporaire Avances sur bourses d'etudes</p>	<p><u>Protection des biens</u> BP auto BP moto BP véhicule divers Assurance immeuble Assurance nautique BP horizon BP habitat</p>
<p><u>Moyens de paiements:</u> Carte Retrait Carte Eurocard Carte foot mastercard Carte Visa Electron Carte Visa Classic Carte Visa Premier Carte Visa Infinite Carte visa Facelia Carte Visa business Carte Visa Gold Chèque</p>	<p><u>Produits D'épargne financière:</u> Compte titre ordinaire Compte titres PEA Plan epargne enfant Fructi Néo Fructi pulse Fructi Privilège</p>	<p><u>Prêts personnels</u> Avance de rentrée Permis a 1€ Prêts étudiant Prêt BPCA ou CASDEN Avance premier salaires <u>Cartes de crédits:</u> Créodis ou Facélia</p> <p><u>Prêt immobilier:</u> prêt IN FINE prêt à taux zero prêt eco prêt logement prêt Ldd</p>	<p><u>Protections des personnes</u> Contrat multirisques BP enfant Assurance association Responsabilité civile Fructi budget Fructi Famille Fructi Obsèques Fructi Santé</p>