

BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR
NÉGOCIATION ET DIGITALISATION DE LA RELATION CLIENT
ÉPREUVE E5 : RELATION CLIENT À DISTANCE ET DIGITALISATION
Première partie – Épreuve ponctuelle écrite

SUJET D'ENTRAÎNEMENT N° 1

Durée : 3 heures

Coefficient : 2

Matériel autorisé :

L'usage de la calculatrice avec mode examen actif est autorisé.

L'usage de la calculatrice sans mémoire, « type collègue », est autorisé.

Aucun document autorisé.

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

Le sujet comporte le cas CYCLO'LOC (deux dossiers, 9 annexes) et une réflexion commerciale structurée. La candidate ou le candidat peut traiter chaque dossier de manière indépendante.

Sujet d'entraînement auto-corrigé rédigé par espacecommercial.fr. Entreprise, personnes et données fictives. Les résultats clés de chaque question peuvent être vérifiés en ligne.

CYCLO'LOC

CYCLO'LOC est une SARL créée en 2017 à Bordeaux, dans le quartier des Chartrons, par Claire Fontanel et Mehdi Bouaziz. L'entreprise loue et vend des vélos à assistance électrique : location à la journée, au week-end ou à la semaine d'une flotte de 120 vélos (vélos de ville, VTC, vélos cargos) destinée aux touristes et aux habitants de la métropole, et vente de vélos neufs ou reconditionnés avec entretien en atelier. L'équipe compte 7 salariés : les deux gérants, trois conseillers-loueurs, un mécanicien et une chargée de communication à mi-temps. Le chiffre d'affaires hors taxes de 2025 s'élève à 1 240 000 €, dont 55 % pour la location et 45 % pour la vente.

CYCLO'LOC dispose d'un site marchand avec réservation en ligne des locations et vente de vélos, d'un compte Instagram de 4 800 abonnés et d'un fichier de 2 400 clients. Au printemps 2026, l'entreprise a lancé sa première campagne Google Ads pour la saison touristique. Mme Fontanel, qui pilote le digital, s'interroge : le site et la campagne sont-ils performants ? Faut-il référencer les locations sur une marketplace de loisirs ? Comment réactiver les clients qui ne reviennent pas et mieux gérer les avis en ligne ?

Assistant(e) commercial(e) en alternance, vous êtes amené(e) à traiter deux dossiers indépendants : **dossier 1**, mesurer et améliorer la performance digitale de CYCLO'LOC (site, campagne, marketplace) ; **dossier 2**, animer la relation client digitale (scoring RFM, e-mail de relance, avis Google, cadre juridique). Vous terminerez par une réflexion commerciale structurée.

Les taux seront arrondis à deux décimales. Les calculs seront posés et justifiés. TVA au taux normal de 20 % ; sauf mention contraire, les montants des annexes sont indiqués TTC lorsqu'ils concernent les clients et HT lorsqu'ils concernent les coûts.

Vous êtes amené(e) à traiter les dossiers suivants :

- **Dossier 1** : Mesurer et améliorer la performance digitale
- **Dossier 2** : Animer la relation client digitale

Le sujet se termine par une réflexion commerciale structurée.

NB : Bien qu'inspirées de situations réelles, pour des raisons de confidentialité et de simplification, les données chiffrées et les mises en situation sont fictives.

Dossier 1 – Mesurer et améliorer la performance digitale – Partie 1 : le site marchand et la campagne Google Ads (10 points) (Annexes 2 à 4)

Mme Fontanel vous remet les statistiques du site marchand pour 2025 et le bilan de la campagne Google Ads du printemps 2026, ainsi que les repères du secteur (annexes 2 à 4).

1.1 Analyser les performances du site marchand à l'aide des indicateurs pertinents et conclure sur son efficacité commerciale.

1.2 Analyser les résultats de la campagne Google Ads et conclure sur sa rentabilité.

1.3 Proposer, en les justifiant, trois axes d'amélioration pour le site et la campagne.

Dossier 1 – Mesurer et améliorer la performance digitale – Partie 2 : référencer les locations sur une marketplace de loisirs (5 points) (Annexe 5)

La marketplace « Évasion Loisirs », qui regroupe des activités de loisirs réservables en ligne (vélos, kayaks, visites guidées), propose à CYCLO'LOC de référencer ses locations. Mme Fontanel hésite devant le coût de l'abonnement (annexe 5).

1.4 Évaluer le nombre de locations à réaliser par mois, puis sur la première année, pour rentabiliser la présence sur la marketplace, et donner un avis sur l'opportunité de ce référencement.

Dossier 2 – Animer la relation client digitale – Partie 1 : réactiver les clients inactifs (9 points) (Annexes 6 à 7)

Mme Fontanel constate que de nombreux clients ne reviennent pas après une première location. Elle vous confie l'analyse d'un extrait du fichier clients et la préparation d'un e-mail de relance (annexes 6 et 7).

2.1 Déterminer, à l'aide de la méthode de scoring RFM, les clients à réactiver parmi l'extrait et estimer le nombre de clients concernés dans l'ensemble du fichier.

2.2 Analyser les résultats de la dernière campagne e-mail, puis rédiger l'e-mail de relance destiné aux clients à réactiver (objet, corps du message, appel à l'action) dans le respect de la charte.

Dossier 2 – Animer la relation client digitale – Partie 2 : l'e-réputation et le cadre juridique (6 points)

(Annexes 8 à 9)

Un client a publié un avis très négatif sur la fiche Google de CYCLO'LOC ; M. Bouaziz y a répondu rapidement. Mme Fontanel souhaite aussi s'assurer que la relance par e-mail respecte la réglementation (annexes 8 et 9).

2.3 Analyser la réponse de CYCLO'LOC à l'avis Google et rédiger une nouvelle proposition de réponse.

2.4 Rappeler le cadre juridique de la prospection par e-mail et de la conservation des données des clients.

Réflexion commerciale structurée (10 points)

En s'inspirant du cas traité et en mobilisant vos connaissances, proposer, en une trentaine de lignes maximum, une réflexion commerciale structurée qui répondra à la question suivante :

En quoi la mesure de la performance digitale permet-elle à une PME de piloter sa relation client ?

Liste des annexes

N°	Titre
1	fiche d'identité de CYCLO'LOC et extrait d'un entretien avec Claire Fontanel, cogérante
2	statistiques du site marchand de CYCLO'LOC en 2025 (outil de mesure d'audience)
3	bilan de la campagne Google Ads « Louez un vélo électrique à Bordeaux » (mars à mai 2026)
4	repères du secteur de la location et de la vente de loisirs en ligne (d'après un observatoire du commerce en ligne, données 2025)
5	proposition de la marketplace « Évasion Loisirs » et données de coût de CYCLO'LOC
6	extrait du fichier clients de CYCLO'LOC (échantillon représentatif) et barème de scoring
7	résultats de la dernière campagne e-mail (offre de printemps, avril 2026) et charte des e-mails de CYCLO'LOC
8	avis publié sur la fiche Google de CYCLO'LOC et réponse de l'entreprise
9	extrait d'une note interne sur la prospection par e-mail et les données clients (d'après le code des postes et des communications électroniques, le RGPD et les recommandations de la CNIL)

Annexe 1 : fiche d'identité de CYCLO'LOC et extrait d'un entretien avec Claire Fontanel, cogérante

Élément	Information
Forme juridique	SARL CYCLO'LOC, Bordeaux (quartier des Chartrons), créée en 2017
Activité	location de vélos à assistance électrique (flotte de 120 vélos) et vente de vélos neufs et reconditionnés, atelier d'entretien
Effectif	7 salariés
Chiffre d'affaires HT 2025	1 240 000 € (location 55 %, vente 45 %)
Canaux digitaux	site marchand avec réservation en ligne, compte Instagram (4 800 abonnés), campagne Google Ads depuis mars 2026, e-mailing vers le fichier clients
Fichier clients	2 400 clients ayant loué ou acheté au moins une fois depuis 2024 (coordonnées et historique des transactions)

Extrait de l'entretien : « Le site nous apporte de plus en plus de réservations, mais j'ai l'impression que beaucoup de visiteurs repartent sans rien faire, surtout sur téléphone. La campagne Google Ads nous a coûté cher : je veux savoir si elle a rapporté. Une marketplace de loisirs nous propose de référencer nos locations : son abonnement est élevé pour une petite structure. Enfin, trop de clients ne louent qu'une fois ; et nous avons reçu un avis Google très dur auquel mon associé a répondu un peu vite. »

Annexe 2 : statistiques du site marchand de CYCLO'LOC en 2025 (outil de mesure d'audience)

Indicateur	Donnée 2025
Sessions (visites)	52 000
Visiteurs uniques	41 600
Sessions n'ayant consulté qu'une seule page	23 920
Paniers ou réservations commencés	2 600
Commandes finalisées (réservations payées et ventes)	1 040
Chiffre d'affaires TTC réalisé sur le site	187 200 €
Part des sessions sur mobile	64 %
Score de performance mobile (outil gratuit de mesure de vitesse, sur 100)	61/100

Le chiffre d'affaires du site est encaissé TTC (TVA 20 %). Les autres ventes et locations sont réalisées à l'agence.

Annexe 3 : bilan de la campagne Google Ads « Louez un vélo électrique à Bordeaux » (mars à mai 2026)

Indicateur	Donnée
Impressions (affichages de l'annonce)	240 000
Clics vers le site	6 000
Coût total de la campagne (HT)	7 800 €
Conversions (réservations et ventes attribuées à la campagne)	150
Chiffre d'affaires TTC généré	32 400 €
Marge brute de CYCLO'LOC	40 % du chiffre d'affaires HT (location et vente confondues)

Le retour sur investissement (ROI) se calcule à partir de la marge brute HT dégagée par la campagne : $\text{ROI} = (\text{marge brute} - \text{coût de la campagne}) \div \text{coût de la campagne} \times 100$.

Annexe 4 : repères du secteur de la location et de la vente de loisirs en ligne (d'après un observatoire du commerce en ligne, données 2025)

Indicateur	Repère
Taux de rebond d'un site marchand	40 %
Taux de conversion (commandes ÷ sessions)	2,5 %
Taux d'abandon de panier	70 %
Score de performance mobile jugé satisfaisant	75/100 et plus
Taux de clic (CTR) d'une annonce Google Ads	2 %
Coût par clic (CPC) moyen	1,50 €
Taux de conversion des clics d'une campagne	2 %
Coût par acquisition (CPA) moyen	60 €

Un ROI positif signifie que la marge dégagée par la campagne dépasse son coût.

Annexe 5 : proposition de la marketplace « Évasion Loisirs » et données de coût de CYCLO'LOC

Élément	Donnée
Abonnement mensuel à la marketplace	290 € HT par mois
Frais d'ouverture du compte vendeur (une seule fois)	350 € HT
Commission de la marketplace	15 % du prix HT de chaque location
Location moyenne réservée sur ce type de plateforme	96 € TTC (week-end, deux jours)
Coût variable d'une location pour CYCLO'LOC (préparation, recharge, entretien, assurance)	20 € HT
Audience annoncée par la marketplace	1,2 million de visiteurs par an, dont 35 % en Nouvelle-Aquitaine

Hors marketplace, CYCLO'LOC réalise aujourd'hui en moyenne 55 locations par mois en haute saison et 15 en basse saison.

Annexe 6 : extrait du fichier clients de CYCLO'LOC (échantillon représentatif) et barème de scoring

N° client	Ville	Mois écoulés depuis la dernière transaction	Nombre de transactions sur 24 mois	Montant cumulé TTC (€)	Accepte les e-mails commerciaux
1	Bordeaux	2	6	1 450	oui
2	Mérignac	15	1	96	oui
3	Pessac	8	2	240	oui
4	Talence	20	2	190	oui
5	Bègles	4	1	1 890	non
6	Bordeaux	14	1	48	oui
7	Arcachon	11	3	520	oui
8	Libourne	18	1	144	non
9	Bordeaux	1	4	384	oui
10	Gradignan	24	1	2 100	oui

Barème de scoring : récence (mois écoulés) : 6 mois ou moins = 5 points ; de 7 à 12 mois = 3 points ; plus de 12 mois = 1 point. Fréquence (transactions) : 1 = 1 point ; 2 ou 3 = 3 points ; 4 et plus = 5 points. Montant cumulé : moins de 150 € = 1 point ; de 150 € à 500 € = 3 points ; plus de 500 € = 5 points. Segments : score de 13 à 15 = très bon client ; de 9 à 12 = bon client ; de 6 à 8 = client à fidéliser ; 5 et moins = client à réactiver. Le fichier complet compte 2 400 clients.

Annexe 7 : résultats de la dernière campagne e-mail (offre de printemps, avril 2026) et charte des e-mails de CYCLO'LOC

Indicateur	Donnée
E-mails envoyés	2 400
E-mails délivrés (non rejetés)	2 300
Ouvertures uniques	506
Clics uniques vers le site	92
Désinscriptions	23
Repères du secteur	taux d'ouverture 20 %, taux de clic 3 %

Charte : ton chaleureux et tutoiement proscrit (vouvoiement) ; phrases courtes ; un seul appel à l'action ; mention de l'expéditeur et lien de désinscription obligatoires. Offre retenue pour la relance : 15 % de remise sur la prochaine location, code RETOUR15, valable jusqu'au 30 novembre 2026.

Annexe 8 : avis publié sur la fiche Google de CYCLO'LOC et réponse de l'entreprise**Julien R. – 2 étoiles sur 5 – il y a 3 jours**

« J'avais réservé et payé en ligne deux vélos pour samedi 10 h. À l'arrivée, un seul était prêt, j'ai attendu 40 minutes qu'on en prépare un autre, et sa batterie était à moitié chargée. Le vendeur m'a dit que ce n'était pas sa faute, que c'était le site. Les vélos sont bien, mais l'organisation ne suit pas. Dommage, je ne reviendrai pas. »

Réponse de CYCLO'LOC – il y a 2 jours

« Bonjour, nous ne comprenons pas votre commentaire, notre système de réservation fonctionne très bien et nos vélos sont vérifiés chaque jour. Il faut lire les conditions de location, les batteries sont fournies en l'état. Cordialement. »

La fiche Google de CYCLO'LOC compte 214 avis, note moyenne 4,6 sur 5.

Annexe 9 : extrait d'une note interne sur la prospection par e-mail et les données clients (d'après le code des postes et des communications électroniques, le RGPD et les recommandations de la CNIL)

La prospection par courrier électronique auprès des particuliers suppose le consentement préalable, libre, spécifique et éclairé de la personne (opt-in) : une case à cocher non précochée, par exemple. Exception : une personne déjà cliente peut être prospectée sans consentement préalable pour des produits ou services analogues à ceux qu'elle a achetés, à condition d'avoir été informée et de pouvoir s'y opposer gratuitement, à la collecte puis dans chaque message. Pour les professionnels, la prospection sur l'adresse professionnelle est possible sans consentement (opt-out) si l'objet est en rapport avec la fonction.

Chaque message doit identifier l'annonceur et offrir un moyen simple de se désinscrire. Les données des prospects ne sont conservées que trois ans après le dernier contact de leur part ; celles des clients, pendant la relation commerciale puis trois ans après la fin de celle-ci (hors obligations comptables). L'entreprise tient un registre des traitements, informe les personnes (finalité, base légale, durée, droits d'accès, de rectification, d'effacement, d'opposition, de portabilité) et répond aux demandes d'exercice des droits dans un délai d'un mois. La CNIL peut sanctionner les manquements.