

ANNEXE VI-1

Caractéristiques des sujets de l'épreuve E5 - Relation client à distance et digitalisation -

Première partie - Épreuve ponctuelle écrite - Session 2025

Durée 3 heures – Coefficient 2

L'épreuve revêt la forme d'une étude de cas reposant sur un contexte réel d'organisation.

Consignes pour la rédaction d'un sujet d'épreuve écrite RCDD E5 - BTS NDRC 2025

CARACTÉRISTIQUES DU SUJET	
LE SUJET :	
<ul style="list-style-type: none">- prend appui sur un contexte réel d'organisation développant des activités de relation client à distance (pas d'utilisation d'entreprise fictive) et des <u>documents authentiques adaptés</u>. Le sujet privilégie une entreprise mobilisant des outils digitaux, engagée dans une stratégie de communication unifiée et ce, dans le cadre d'un contact omnicanal.- traite de <u>problématique(s) professionnelle(s) réelle(s)</u>,- est totalement <u>inédit</u> (il n'a fait l'objet d'aucune publication - sujets précédents, manuels, ressources publiées, etc.),- ne comporte <u>aucune question de strict contrôle de connaissances</u>. Toutes les questions sont contextualisées.	
COMPÉTENCES ÉVALUÉES (cf. Référentiel)	
Maîtriser la relation client omnicanale : Créer et entretenir la relation client à distance, Apprécier la performance commerciale à partir d'indicateurs d'activité, Encadrer et animer une équipe de télémédiateurs.	
Animer la relation client digitale : Produire, publier et assurer la visibilité des contenus digitaux, Impulser, entretenir et réguler une dynamique e-relationnelle.	
Développer la relation client en e-commerce : Dynamiser un site de e-commerce, Faciliter et sécuriser la relation commerciale, Diagnostiquer l'activité de e-commerce.	
SAVOIRS ASSOCIÉS MOBILISÉS (cf référentiel Bloc 2)	
Savoirs technologiques/web, Communication/négociation, Marketing, Pilotage des activités commerciales digitales, Management d'équipe, Savoirs rédactionnels, Statistiques/représentations graphiques, Gestion commerciale, Savoirs juridiques	
STRUCTURE DU SUJET	
Le sujet est structuré autour d'activités professionnelles visant le développement d'une relation client omnicanale et nécessitant la mobilisation d'outils digitaux. Selon les activités à réaliser, il pourra être exigé du candidat de mobiliser des éléments de culture économique, juridique et managériale appliquée ainsi que de développer une réflexion commerciale structurée.	
Sur le fond	
⇒ Le sujet respecte les principes habituels d'élaboration :	
<ul style="list-style-type: none">- unicité (un problème, une question),- indépendance (les questions ne doivent pas, dans la mesure du possible, être liées).	
⇒ Le niveau de questionnement est :	
<ul style="list-style-type: none">- suffisamment général pour ne pas réduire le cas à un ensemble de tâches d'exécution,- suffisamment précis pour faire apparaître une démarche décisionnelle- centré sur la problématique commerciale et digitale (ex: analyse des performances d'un site web, d'une équipe de télémédiateurs, etc.).	
⇒ Le questionnement doit amener le candidat à apporter des réponses pouvant faire appel à :	
<ul style="list-style-type: none">- une production rédactionnelle,- une analyse qualitative et/ou quantitative,- la mobilisation d'outils de gestion et de communication commerciale à distance et/ou digitale,- opérer des choix argumentés.	

⇒ La réflexion commerciale devra :

- être structurée (tout type de structure est accepté),
- ne pas excéder une trentaine de lignes,
- l'évaluation prendra en compte la capacité des candidats à
 - ➔ organiser un nombre suffisant d'idées avec une logique d'ensemble
 - ➔ mobiliser des savoirs
 - ➔ réinvestir le sujet dans la construction des idées
 - ➔ prendre de la distance par rapport au sujet
 - ➔ exprimer, justifier, illustrer les idées

Sur la forme

Le sujet est structuré en dossiers. Chaque dossier vise à résoudre une problématique commerciale et comprend :

- un court descriptif du thème et de la mise en situation,
- les questions apparaissent clairement dans le sujet et ne sont pas incluses dans la mise en situation ou dans les données nécessaires pour les traiter ; elles sont formulées à l'aide de verbes à l'infinitif,
- les informations utiles au traitement des questions sont présentées sous forme d'annexes (documents, tableaux, explications littérales, extraits de textes légaux, etc.). Ces annexes sont regroupées par dossier.

Le sujet comprend également une question de réflexion commerciale qui sera courte et formulée simplement. Partant du contexte du sujet, elle vise à élargir le champ de réflexion et engager le candidat à développer des raisonnements structurés.

Exemples :

- « *À partir du cas de l'entreprise XXX, montrer en quoi les TPE et PME ont intérêt à développer une stratégie multicanale* »
- « *Le choix de l'entreprise XXX du tout digital, peut-il présenter des inconvénients en termes de fidélisation de clientèle ?* »
- « *Peut-on reproduire les choix digitaux faits par l'entreprise XXX à une administration ou une association ?* »

PRÉSENTATION

Temps de lecture

La lecture de l'ensemble du sujet, annexes comprises, ne doit pas excéder 20 minutes.

Annexes

Aucune annexe n'est « à rendre avec la copie ».

Chaque annexe est impérativement :

- référencée (date et source),
- de source récente (≥ 2020),
- d'un format et d'une qualité permettant sa reproduction.

Tous les textes issus de sources externes sont intégralement saisis avec mention précise de la source (date, auteur, publication). Les textes issus de la presse professionnelle seront en nombre limité, relus, corrigés et coupés si nécessaire.

ÉVALUATION

L'épreuve écrite RCDD E5 est notée sur 40 points.

La réflexion commerciale peut représenter jusqu'à un quart des points.

La forme (orthographe, syntaxe, présentation, etc.) est évaluée au sein de chaque question. Il n'existe pas de barème à part.

Un bonus de 2 points permet de valoriser les copies conformes aux exigences professionnelles.