

**CORRIGÉ –
SITE FRANÇAIS DE CONTACTS**

Proposition de barème sur 70 points

Questions à traiter – Travaux demandés	Barème
<p>Dossier 1 – L’analyse d’indicateurs de la gestion des ressources humaines</p> <p>1.1 Formuler et calculer le taux d’absentéisme et le taux de rotation du personnel.</p> <p>1.2 Indiquer l’intérêt pour le directeur des ressources humaines de mettre en évidence ces deux indicateurs.</p> <p>1.3 Dans un paragraphe structuré (d’une vingtaine de lignes environ), identifier les dysfonctionnements traduits par les indicateurs du tableau de bord que vous avez calculés. Rechercher les conséquences possibles sur la performance de l’organisation sur le plan interne d’une part, sur le plan externe d’autre part.</p>	<p>18 points</p> <p>4 points</p> <p>4 points</p> <p>10 points</p>
<p>Dossier 2 – Les enjeux de l’obtention du label de responsabilité sociale</p> <p>2.1 Repérer et classer les arguments développés dans ce document selon différents types.</p> <p>2.2 Expliquer comment les aspects visuels de l’annexe 2 renforcent les arguments développés dans le texte.</p> <p>2.3 Identifier les acteurs qui seront concernés par une présentation du label de responsabilité sociale en indiquant un moyen de communication pour chacun d’eux.</p>	<p>17 points</p> <p>6 points</p> <p>3 points</p> <p>8 points</p>
<p>Dossier 3 – L’évaluation des chargés de clientèle</p> <p>3.1 Relever les qualifications et les compétences professionnelles nécessaires pour occuper le poste de chargé de clientèle.</p> <p>3.2 Préciser l’utilité de la fiche de fonctions ainsi que l’étape de la procédure de recrutement au cours de laquelle elle est créée.</p> <p>3.3 Classer selon les différents types les conditions de travail des chargés de clientèle.</p> <p>3.4 Quel est l’impact des conditions de travail sur le salarié et sur son efficacité professionnelle ?</p> <p>3.5 Proposer quatre actions correctives en les justifiant.</p>	<p>21 points</p> <p>5 points</p> <p>3 points</p> <p>4 points</p> <p>4 points</p> <p>5 points</p>
<p>Dossier 4 – La formation des chargés de clientèle</p> <p>4.1 Préciser quelles doivent être les qualités de l’attribut matricule pour pouvoir être la clé primaire de la table « SALARIE ».</p> <p>4.2 Rédiger la requête permettant d’obtenir les noms, prénoms, et emplois occupés par des salariés inscrits à la formation sur la gestion clientèle qui débutera le 28 juin 2010.</p> <p>4.3 A quel besoin d’information correspond la requête suivante : ...</p> <p>4.4 Préciser le rôle de la relation « OCCUPER » et dans quelle mesure cette relation améliore le suivi des chargés de clientèle.</p> <p>4.5 Quelles modifications faudrait-il apporter sur le fichier XML pour : - remplacer la formation prévue entre le 23 et le 27 août par la période comprise entre le 6 au 10 septembre ? - ajouter le nom de l’animateur « Antoine DUBOURG » ?</p> <p>4.6 Analyser la deuxième ligne de la page XML et indiquer son utilité par rapport au document final présenté en annexe 7.</p>	<p>14 points</p> <p>2 points</p> <p>2 points</p> <p>2 points</p> <p>3 points</p> <p>3 points</p> <p>2 points</p>
TOTAL	70 points

**DOSSIER 1. L'ANALYSE D'INDICATEURS DE LA GESTION
DES RESSOURCES HUMAINES (18 points)**

1.1 Formuler et calculer le taux d'absentéisme et le taux de rotation du personnel. (4 points)

On attend la mobilisation des connaissances.

À partir de ces données, il s'agit de calculer le taux d'absentéisme et le taux de rotation :

- le taux d'absentéisme : (heures d'absence pendant une période P/heures théoriques de travail pendant la période P) * 100 = (65 000/ 1 237 546) * 100 = 5,25 %.
- le taux de rotation : (nombre de collaborateurs partis durant l'année N/nombre de collaborateurs au 1^{er} janvier de l'année N) * 100 = (130/650) * 100 = 23 %.

1.2 Indiquer l'intérêt pour le directeur des ressources humaines de mettre en évidence ces deux indicateurs. (4 points)

On attend la mobilisation des connaissances.

Il s'agit de deux indicateurs précieux, car leur augmentation est souvent le signe de conditions de travail difficiles et de conflits latents.

Le taux de rotation est souvent lié au taux d'absentéisme, et permet d'indiquer le **bien-être** (ou le mal-être) des salariés de l'entreprise.

1.3 Dans un paragraphe structuré (d'une vingtaine de lignes environ), identifier les dysfonctionnements traduits par les indicateurs du tableau de bord que vous avez calculés. Rechercher les conséquences possibles sur la performance de l'organisation, sur le plan interne d'une part, sur le plan externe d'autre part. (10 points)

On attend du candidat une réponse structurée, introduite et conclue (1 point pour la forme + 3 points pour la 1^{ère} partie + 4 points pour la 2^{ème} partie) : (style rédactionnel 2 points)

1/ On peut recenser plusieurs dysfonctionnements :

- le nombre de départs est important ;
- la part des démissions dans le total des départs s'élève à 86,7 % ;
- le nombre d'heures d'absences pour l'année 2009 est relativement élevé.

2/ Les conséquences de ces dysfonctionnements peuvent être multiples et classées en deux catégories :

- **concernant la performance de l'organisation sur le plan interne**, le taux d'absentéisme génèrera probablement **des coûts dus à l'absence de la personne** (pertes de production, de clients ...); ainsi que **des coûts imputables au remplacement des heures perdues** (intérim, formation, heures supplémentaires ...). Le taux de rotation peut déclencher une **baisse de cadence, des coûts suscités par le mécontentement des clients ainsi que le versement d'indemnités légales ou conventionnelles**. Tout cela entraînera des **coûts de recrutement et de formation** et une précarisation des conditions de travail.
- **concernant la performance de l'organisation sur le plan externe**, l'image de la société se dégrade auprès des différents acteurs : un défaut d'attractivité auprès de la population des jeunes. Cet élément est susceptible de limiter gravement les possibilités de recrutement, plaçant le service des ressources humaines de SFC dans une situation difficile. A cela s'ajoutent un risque de défiance voire de désengagement de certains clients, une baisse du chiffre d'affaires et des parts de marché.

**DOSSIER 2. LES ENJEUX DE L'OBTENTION DU LABEL DE
RESPONSABILITÉ SOCIALE (17 points)**

2.1 Repérer et classer selon différents types les arguments développés dans ce document. (6 points)

On attend au moins un argument par catégorie :

- **les arguments d'autorité** : on peut se baser sur le premier paragraphe relatif à la légitimité des créateurs du label (Ministère du travail et le syndicat professionnel des centres de contact).

Un second argument d'autorité peut être extrait du second paragraphe (« ...alors même que les acteurs du marché et les pouvoirs publics s'accordent à reconnaître que nous disposons d'un fort potentiel de croissance et de création d'emplois en France »).

- **les arguments de cadrage** : on peut en relever un en tête du second paragraphe (« Ce label est un formidable outil pour aider le secteur des centres de Relation Client à se structurer, à modifier son image souvent dévalorisée auprès des médias ou du grand public »). Un autre argument de cadrage figure au début de la seconde partie : « reconnaissance vis-à-vis de leurs salariés, mobilisation des personnels sur des objectifs communs et valorisation de leur expertise auprès des clients ».

- **les arguments de communauté** : l'utilisation du « nous » (« nous disposons d'un fort potentiel de croissance et de création d'emplois en France », « améliorer notre image et notre capacité à délivrer des services de qualité ») ; ils apparaissent aussi à la fin de la page à travers les possibilités du label « d'accroître l'intérêt des filières métiers et de renforcer la qualité des services proposés par les entreprises du secteur ».

2.2 Expliquer comment les aspects visuels de l'annexe 2 renforcent les arguments développés dans le texte. (3 points)

On attend le repérage de 3 éléments du logo.

La communication visuelle se traduit essentiellement par le logo du label.

Le mot « label » permet de renvoyer au premier argument d'autorité évoqué en tête de page.

L'expression « responsabilité sociale » évoque les arguments de communauté présents en fin de page, à travers les possibilités d'accroître l'intérêt des filières métiers et de renforcer la qualité des services proposés par les entreprises du secteur.

Les arguments de communauté sont également symbolisés par les points placés au cœur du logo : une dizaine de points situés dans des ronds illustre la cohésion, le sentiment d'appartenance, et la communauté.

2.3 Identifier les acteurs qui seront concernés par une présentation du label de responsabilité sociale en indiquant un moyen de communication pour chacun d'eux. (8 points)

On attend au moins quatre acteurs sur les six proposés dans le tableau ci-dessous ainsi qu'un moyen de communication parmi ceux proposés (toute autre réponse pertinente du candidat sera admise) :

Acteurs	Moyens de communication
Les syndicats	Réunion de travail ; comité d'entreprise.
Le personnel	Journal interne de SFC ; réunion d'information
Les clients	Presse régionale et nationale ; message de mise en attente au téléphone
Les prestataires	Un dépliant adressé aux clients ; faire apparaître le logo sur chaque courrier
Les établissements financiers	Presse nationale
Les demandeurs d'emplois	Offres d'emploi à l'ANPE et sur annonces parues sur le réseau Intranet de SFC

DOSSIER 3. L'ÉVALUATION DES CHARGÉS DE CLIENTÈLE (21 points)

3.1 Relever les qualifications et les compétences professionnelles nécessaires pour occuper le poste de chargé de clientèle. (5 points)

On attend la mobilisation des connaissances.

Qualification demandée : (1 point)

Un baccalauréat professionnel complété d'une mention complémentaire « Assistance conseil, vente à distance ».

Compétences professionnelles : (4 points)

Maîtrise de la communication orale : « conseille, oriente, écoute attentivement, gère les plaintes »

Techniques de l'argumentation : « convaincre le consommateur »

Maîtrise de l'outil informatique (logiciel de bases de données) et des TICE (Technologies de l'Information et de la Communication).

Connaissance du produit, compétences commerciales (avant-vente, après-vente)

Empathie

Capacité à gérer le stress

Esprit d'équipe

Voix agréable

Bonne élocution

3.2 Préciser l'utilité de la fiche de fonctions ainsi que l'étape de la procédure de recrutement au cours de laquelle elle est créée. (3 points)

On attend la mobilisation des connaissances

La **fiche de fonctions** présente l'utilité de spécifier le niveau de qualification, l'objet de la fonction, le service spécifié, la relation hiérarchique et les missions essentielles pour en dégager les compétences attendues et fixer les objectifs à atteindre.

Elle devra être consultée dès la première étape de la procédure de recrutement pour rédiger les annonces et guider les entretiens de recrutement.

3.3 Classer, selon leurs différents types, les conditions de travail des chargés de clientèle. (4 points)

On attend le repérage des éléments pertinents, la connaissance des types de conditions de travail.

On peut recenser les conditions de travail selon la classification suivante :

- physiques et environnementales : un espace de travail très bruyant, la fatigue visuelle, une lumière éblouissante, la température de la pièce trop élevée, un espace personnel trop petit, un plateau de 300 personnes.

- organisationnelles : travailler sur un plateau de plus de 300 personnes, des horaires irréguliers, des rendements très élevés.

- sociales : le manque de suivi de l'entreprise ; une formation continue, une intégration et des possibilités de promotion insuffisantes.

- psychologiques : le stress exprimé par les troubles de sommeil (cas de dépression).

3.4 Quel est l'impact des conditions de travail sur le salarié et sur son efficacité professionnelle ? (4 points)

On attend une réponse en deux parties : l'impact sur le salarié d'une part, sur son efficacité professionnelle d'autre part (1,5 point * 2 = 3 points).

L'impact sur le salarié : l'ensemble de ces conditions de travail peut générer des troubles visuels et auditifs (100 % des salariés estiment travailler dans un espace trop bruyant et 95 % d'entre eux ressentent une fatigue visuelle importante). Par ailleurs, un salarié sur trois est victime de TMS. Enfin, presque un salarié sur 2 ressent du stress, des troubles du sommeil pouvant conduire dans certains cas à la dépression.

L'impact sur son efficacité professionnelle : cela risque de démotiver le salarié surtout si la Direction ne répond pas dans un délai raisonnable aux besoins exprimés par les salariés.

La démotivation ressentie pourrait se solder par une baisse de la productivité, des pertes de clients et, donc, une diminution du chiffre d'affaires. Enfin, les arrêts maladie, et la dégradation de l'ambiance de travail pourraient se manifester de manière significative sur le site de La Rochelle.

3.5 Proposer quatre actions correctives en les justifiant. (5 points)

On attend des solutions pertinentes, adaptées à la situation (cette liste n'est pas exhaustive)

1. en matière de durée du travail et d'aménagement du temps de travail (revoir les horaires de travail pour enlever certaines pénibilités).

2. en matière d'organisation du travail

Le chef d'entreprise fixe les cadences et les rendements. Ceux-ci doivent être compatibles avec la santé et la sécurité des travailleurs.

3. Recruter un ergonome qui va faire l'état des lieux et va pouvoir proposer des améliorations :

- par rapport aux facteurs d'ambiance (bruit, éclairage, lumière et poste de travail)
- par rapport à l'environnement de travail (créer des espaces plus cloisonnés, introduire un espace plus convivial et renforcer l'esprit d'équipe).

4. rôle important du CHSCT

- prévoir des visites médicales régulières pour déceler toute déficience.

DOSSIER 4. LA FORMATION DES CHARGÉS DE CLIENTÈLE (14 points)

On attend la mobilisation des connaissances

4.1 Préciser quelles doivent être les qualités de l'attribut matricule pour pouvoir être la clé primaire de la table « SALARIE ». (2 points)

La clé primaire est le champ d'une table qui permet d'identifier de manière certaine une occurrence (un enregistrement). Elle est **unique et non nulle**.

4.2 Rédiger la requête permettant d'obtenir les noms, prénoms, et emplois occupés par des salariés inscrits à la formation sur la gestion clientèle qui débutera le 28 juin 2010. (2 points)

```
SELECT nom, prenom
FROM salarie, suivre, planformation
WHERE matricule = salarieForme
AND code = codeFormation
AND libelle = "gestion clientèle"
AND dateDebut = 28/06/2010
```

Accepter la date sous la forme #28/06/2010# ou 2010-06-28 ou tout autre format valide.

4.3 A quel besoin d'information correspond la requête suivante : (2 points)

```
SELECT nom, prenom
FROM SALARIE, OCCUPER, EMPLOI
WHERE matricule = salarieOccupe
AND code = emploiOccupe
AND OCCUPER.DateSortie IS NOT NULL
AND code = 'chargé de clientèle'
ORDER BY SALARIE.dateEntree
```

Réponse : On récupérera les nom et prénom des salariés occupant aujourd'hui un emploi de chargé de clientèle dans l'ordre chronologique de leur entrée dans l'entreprise.

4.4 Préciser le rôle de la relation « OCCUPER » et dans quelle mesure cette relation améliore le suivi des chargés de clientèle. (3 points)

Son rôle est de faire le lien entre les tables « EMPLOI » et « SALARIE » afin de stocker des caractéristiques temporelles.

Elle améliore le suivi des chargés de clientèle car elle permet de reconstituer l'historique de la carrière de chacun d'eux dans l'entreprise.

4.5 Quelles modifications faudrait-il apporter sur le fichier XML pour : (3 points)

- remplacer la formation prévue entre le 23 et le 27 août par la période comprise entre le 6 et le 10 septembre ?

Il suffit de remplacer les valeurs initiales par les nouvelles dans le fichier XML.

- ajouter le nom de l'animateur « Antoine DUBOURG » ?

Il faut créer une nouvelle balise permettant de saisir le nom de l'animateur : exemple :
<nomAnimateur>Antoine DUBOURG</nomAnimateur>

On acceptera tout nom de balise. Il faudra que celle-ci soit correctement fermée.

On acceptera également <action libelle ="Gestionnaire des relations clientèle via l'outil intégré téléphone et le PC" nomAnimateur="Antoine DUBOURG" >

4.6 Analyser la deuxième ligne de la page XML et indiquer son utilité par rapport au document final présenté en annexe 7. (2 points)

La deuxième ligne appelle la feuille de style correspondant au document XML.

Celle-ci permet de mettre en forme le document XML pour son affichage.