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 en savoir plus sur nos formations disponibles, veuillez visiter :
www.formav.co/explorer

Proposition de Correction - BTS Assistant de Gestion PME-PMI

Session 2016 - Épreuve ponctuelle

Analyse du sujet

Le cas ImmoClass France présente une agence immobilière située à Aubenas, leader sur le marché local, mais confrontée à des défis économiques et technologiques. M. Morel, le dirigeant, doit faire face à un marché en mutation, notamment à cause de la crise économique de 2008 et des nouvelles attentes des clients, notamment en matière de digitalisation.

Les grands thèmes CEJM mobilisés dans ce cas incluent :

- **Économie :** Analyse de l'impact de la crise sur le chiffre d'affaires et les prévisions du marché immobilier.
- **Droit :** Impact de la loi ALUR sur le fonctionnement de l'agence.
- **Management :** Style de direction de M. Morel et mécanismes de coordination.
- **Gestion :** Stratégies de développement et d'adaptation aux nouvelles technologies.

Correction question par question

1) Caractériser le style de direction de M. MOREL.

M. Morel adopte un style de direction à la fois autocratique et participatif. Il prend des décisions finales seul, mais organise des réunions régulières pour écouter les avis de ses salariés. Cela montre une volonté d'impliquer ses équipes tout en gardant le contrôle sur les décisions stratégiques.

2) Présenter les principaux éléments d’un diagnostic externe de l’entreprise ImmoClass France.

Le diagnostic externe peut être structuré autour des éléments suivants :

- **Environnement économique :** Instabilité du chiffre d'affaires due à la crise économique.
- **Concurrence :** Forte concurrence avec 19 agences immobilières à Aubenas.
- **Technologie :** Montée en puissance des plateformes numériques et des réseaux sociaux.
- **Réglementation :** Impact de la loi ALUR sur les pratiques immobilières.
- **Comportement des consommateurs :** Sensibilité accrue au développement durable et à l'e-consommation.

3) Identifier la stratégie globale de l’entreprise ImmoClass France.

La stratégie globale d'ImmoClass France est axée sur la différenciation par l'amélioration des services offerts et l'intégration des nouvelles technologies. M. Morel souhaite moderniser l'agence pour répondre aux attentes des clients et faire face à la concurrence croissante.

4) Repérer les mécanismes de coordination mis en place dans l’entreprise ImmoClass France.

Les mécanismes de coordination incluent :

- Réunions sectorielles pour recueillir les avis des salariés.
- Communication verticale entre la direction et les équipes, mais insuffisante entre les services.
- Proposition d'une plateforme collaborative pour améliorer les échanges internes.

5) Analyser les facteurs déterminant la décision de M. MOREL d’investir dans les nouvelles technologies.

Les facteurs déterminants incluent :

- La nécessité d'améliorer la visibilité de l'agence sur Internet.
- Les attentes des clients pour des services modernes et accessibles.
- La pression concurrentielle croissante des agences exclusivement en ligne.
- Le besoin d'améliorer l'efficacité opérationnelle et la satisfaction client.

6) Identifier et justifier l’influence des nouvelles technologies sur la structure de l’entreprise.

Les nouvelles technologies influenceront la structure de l'entreprise de plusieurs manières :

- **Flexibilité :** Adoption d'une structure plus agile permettant de s'adapter rapidement aux changements du marché.
- **Collaboration :** Mise en place d'équipes interfonctionnelles pour favoriser le partage d'informations et de compétences.
- **Digitalisation :** Transformation des processus de vente et de gestion des biens, améliorant la réactivité et la satisfaction client.

7) Proposer des solutions opérationnelles qui permettront la réussite de ces changements.

Les solutions proposées incluent :

- Formation des salariés aux nouvelles technologies et à la collaboration interservices.
- Développement d'une stratégie marketing digital pour améliorer la visibilité en ligne.
- Création d'une culture d'entreprise favorisant l'innovation et la prise d'initiative.
- Mise en place d'un système de feedback régulier pour ajuster les pratiques en fonction des retours des clients et des employés.

Synthèse / Conclusion

Le cas d'ImmoClass France met en lumière les défis auxquels sont confrontées les entreprises traditionnelles dans un environnement en mutation rapide. Les étudiants doivent être vigilants sur l'importance de la digitalisation et de l'adaptation aux attentes des clients. Les erreurs fréquentes incluent une analyse superficielle des mécanismes de coordination et une absence de lien entre les décisions stratégiques et les pratiques opérationnelles.

Conseils méthodologiques

- **Gestion du temps :** Allouez un temps défini pour chaque question afin de ne pas vous laisser déborder.

- **Lecture des documents :** Prenez le temps de bien comprendre les ressources fournies avant de répondre.
- **Structuration des réponses :** Utilisez des sous-titres et des listes pour organiser vos idées clairement.
- **Mobilisation du cours :** N'hésitez pas à citer des théories ou des auteurs en lien avec vos réponses.
- **Clarté et concision :** Soyez clair et précis dans vos formulations pour éviter les ambiguïtés.

© FormaV EI. Tous droits réservés.
Propriété exclusive de FormaV. Toute reproduction ou diffusion interdite sans autorisation.

Copyright © 2026 FormaV. Tous droits réservés.

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.

Copyright © 2026 FormaV. Tous droits réservés.

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.