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 :
formav.co/explorer

Conseil et commercialisation de solutions techniques

Session 2026 • Code sujet : **26-BTS-CCST-E7** • Durée : **30 minutes** • Coefficient : **3**

Sommaire

Cliquez sur une partie pour y accéder directement

1. Analyse et préparation de l’action de prospection (3 questions) **Page 3**

2. Valorisation de l’offre et des actions commerciales (3 questions) **Page 6**

3. Développement de la relation client durable (3 questions) **Page 8**

4. Ce qu’il faut retenir & Questions fréquentes (FAQ) (Synthèse & Q&A Examen) **Page 11**

Sujet officiel (PDF) : https://coursbtsccst.fr/assets/annales/bts-ccst/E6.1 - Développement de la clientèle et de la relation client et mise en œuvre de l'expertise technico-commerciale/2026/BTS CCST - E6.1 - Développement de la clientèle et de la relation client et mise en œuvre de l'expertise technico-commerciale - Session 2026 - 1-Sujet.pdf

1. Analyse et préparation de l’action de prospection

À partir de la fiche descriptive et des annexes de son projet technico-commercial, le candidat présente le contexte commercial, la problématique et les objectifs de son action de prospection. Il justifie ses choix de cibles et de moyens, puis analyse les résultats au regard des objectifs et identifie les ajustements possibles.

Partie 1

Question 1.1. Présentez le contexte commercial et formulez la problématique à laquelle répond votre action de prospection. Distinguez les faits établis, les besoins repérés et les objectifs fixés.

Présentez le projet à partir de faits vérifiables issus de votre fiche et de ses annexes. Distinguez le constat commercial, le besoin de la cible et l’objectif mesurable, assorti d’une échéance. Appuyez chaque élément sur une donnée vérifiable.

Élément	À préciser
Faits établis	[activité, marché, portefeuille, données disponibles]
Besoins repérés	[besoin de la cible ou potentiel identifié]
Objectifs fixés	[résultat mesurable et échéance]

Formulez la problématique comme une question commerciale reliant le besoin identifié à l’action de prospection menée.

Contexte, problématique et objectifs

Éléments	Synthèse
Organisation et contexte commercial	Contexte .....
Problématique et objectifs	Problématique / objectifs .....
Cibles et démarche de prospection	.....
Offre et arguments mobilisés	.....
Action promotionnelle ou événementielle	.....
Indicateurs et résultats	.....
Suivi de la relation client	.....
Bilan et pistes d’amélioration	.....

✓ RÉPONSE À RETENIR

Problématique : [question commerciale]. Objectif : [résultat mesurable et échéance] auprès de [cible].

Question 1.2. Décrivez et justifiez le choix des cibles, des critères de qualification et des moyens de prospection mobilisés. Expliquez en quoi la démarche est adaptée au marché, à l'offre et aux ressources disponibles.

Justifiez une démarche cohérente avec le potentiel du marché, les caractéristiques de l'offre et les ressources réellement mobilisées. Présentez les choix dans cet ordre :

1. **Cible :** décrivez les profils retenus et le besoin auquel l'offre répond.
2. **Qualification :** précisez les critères de priorisation, comme le secteur, le besoin, le potentiel ou l'échéance.
3. **Prospection :** nommez les canaux utilisés et reliez-les aux habitudes de la cible, au budget et au temps disponibles.

Étayer les justifications par des éléments concrets de votre projet et de ses annexes.

Cibles, qualification et prospection

Éléments	Synthèse
Organisation et contexte commercial	.....
Problématique et objectifs	.....
Cibles et démarche de prospection	Cibles / critères / moyens
Offre et arguments mobilisés	.....
Action promotionnelle ou événementielle	.....
Indicateurs et résultats	.....
Suivi de la relation client	.....
Bilan et pistes d'amélioration	.....

✓ RÉPONSE À RETENIR

Cible : [profil prioritaire]. Critères : [critères de qualification]. Moyens : [canaux retenus], adaptés au marché, à l'offre et aux ressources.

Question 1.3. Présentez les indicateurs retenus pour suivre l'action et analysez les résultats observés au regard des objectifs. Identifiez les écarts et les ajustements réalisés ou à réaliser.

Choisissez des indicateurs liés aux objectifs et précisez la période observée. Comparez les résultats du suivi aux objectifs fixés, en distinguant les actions réalisées des résultats commerciaux.

- **Activité :** contacts sollicités et relances effectuées.
- **Résultats :** réponses, rendez-vous, devis ou ventes.
- **Analyse :** écarts, causes établies et ajustements réalisés ou envisagés.

Utilisez les données de votre projet. En cas d'écart, proposez une action corrective précise sur le ciblage, le message, le canal ou le rythme des relances.

Indicateurs et résultats

Éléments	Synthèse
Organisation et contexte commercial	.....
Problématique et objectifs	.....
Cibles et démarche de prospection	.....
Offre et arguments mobilisés	.....
Action promotionnelle ou événementielle	.....
Indicateurs et résultats	Indicateurs / résultats .....
Suivi de la relation client	.....
Bilan et pistes d'amélioration	.....

✓ RÉPONSE À RETENIR

Indicateurs et résultats : [valeurs observées comparées aux objectifs]. Écart : [constat]. Ajustement : [action corrective].

2. Valorisation de l’offre et des actions commerciales

Le candidat s’appuie sur son projet pour expliquer comment l’offre a été définie ou adaptée aux besoins de la cible et quels arguments techniques et commerciaux ont été mobilisés. Il présente une action promotionnelle, événementielle ou de valorisation de l’offre, puis analyse la cohérence des supports et des messages employés.

Partie 2

Question 2.1. Expliquez comment l’offre a été définie ou adaptée aux besoins de la cible. Présentez les arguments techniques et commerciaux mobilisés et justifiez leur adéquation avec les attentes du client.

Partez des besoins effectivement repérés, puis reliez chacun à une caractéristique vérifiable de l’offre. Présentez les adaptations réalisées et les arguments techniques et commerciaux qui les justifient, sans attribuer au client des attentes non exprimées. Appuyez-vous sur un exemple concret de votre projet.

Besoin repéré	Adaptation de l’offre	Argument mobilisé	Bénéfice client
[Besoin confirmé]	[Caractéristique, option ou service]	Technique : [performance ou compatibilité] Commercial : [coût global, délai ou accompagnement]	[Résultat attendu]
[Contrainte ou priorité]	[Réponse apportée]	[Preuve ou avantage pertinent]	[Valeur créée]

Retenez des caractéristiques maîtrisées et des bénéfices directement liés aux priorités de la cible.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Une offre ajustée aux besoins établis, étayée par des preuves techniques et des bénéfices commerciaux pertinents pour le client.

Question 2.2. Présentez une action promotionnelle, événementielle ou de valorisation de l’offre menée dans le cadre du projet. Précisez les objectifs, les moyens, le calendrier et les critères d’évaluation.

Présentez une action réellement menée et reliez son objectif aux moyens mobilisés et aux résultats observables. Précisez les dates ou la période, les supports et les ressources utilisés, en vous appuyant sur les éléments de votre projet.

1. **Préparation :** objectif, cible, message et supports retenus.
2. **Réalisation :** date ou période, canal ou événement, moyens humains et matériels.
3. **Suivi :** relance des contacts et traitement des demandes générées.
4. **Évaluation :** comparer les indicateurs prévus, comme la participation, les contacts qualifiés ou les demandes de devis, aux résultats obtenus.

Concluez par un ajustement concret si les résultats s’écartent de l’objectif.

✓ RÉPONSE À RETENIR

Une action menée selon un calendrier défini, avec des moyens adaptés et des indicateurs liés à l'objectif commercial.

Question 2.3. Analysez la cohérence des supports et des messages utilisés avec le positionnement de l'offre et les caractéristiques de la clientèle visée.

Évaluez la cohérence entre le positionnement de l'offre, le profil de la clientèle et la forme des supports utilisés. Appuyez votre analyse sur un support réel et un exemple de message. Le contenu doit être compréhensible, crédible et utile à la décision du client.

- **Positionnement :** le vocabulaire, la promesse et les preuves reflètent la valeur de l'offre.
- **Clientèle :** le canal, le ton et le niveau de détail correspondent à ses usages et à ses connaissances techniques.
- **Lisibilité :** le bénéfice principal, les caractéristiques utiles et le moyen de contact sont faciles à repérer.
- **Amélioration :** adaptez les supports aux retours et aux réactions observés.

✓ RÉPONSE À RETENIR

Des supports cohérents avec le positionnement, adaptés aux usages de la clientèle et crédibles grâce à des preuves utiles.

3. Développement de la relation client durable

Le candidat montre comment son projet contribue à la satisfaction, à la fidélisation et au développement de la relation avec les clients ou prospects concernés. Il présente les modalités de suivi, les retours disponibles et des prolongements réalistes justifiés par les résultats et les moyens disponibles.

Partie 3

Question 3.1. Décrivez les modalités de suivi et de personnalisation de la relation client mises en œuvre. Justifiez le choix des informations collectées et des outils de suivi utilisés.

Présentez le suivi réellement effectué dans votre projet, du premier contact aux suites convenues. Expliquez comment vous adaptez la fréquence et le contenu des échanges au besoin et à l'étape de décision du client. Un CRM ou un tableau de suivi permet de garder une trace utile et d'organiser les relances.

- Informations pertinentes : coordonnées professionnelles, besoin, contraintes, historique des échanges et prochaine échéance.
- Justification : ces éléments personnalisent le conseil et évitent les relances inadaptées. Limitez la collecte aux données nécessaires et actualisez-les après chaque échange.

Suivi de la relation client

Éléments	Synthèse
Organisation et contexte commercial	.....
Problématique et objectifs	.....
Cibles et démarche de prospection	.....
Offre et arguments mobilisés	.....
Action promotionnelle ou événementielle	.....
Indicateurs et résultats	.....
Suivi de la relation client	Historique + prochaine action .....
Bilan et pistes d'amélioration	.....

✓ RÉPONSE À RETENIR

Suivi adapté à chaque client, informations utiles consignées et prochaine action planifiée.

Question 3.2. Présentez les résultats ou retours clients disponibles. Expliquez comment ils ont été analysés et pris en compte dans la poursuite de la relation commerciale.

Appuyez-vous sur les retours effectivement recueillis dans le projet et distinguez les résultats chiffrés des commentaires. Présentez leur analyse et la suite commerciale associée, sans attribuer de résultats non observés.

Élément à présenter	Analyse et prise en compte
Résultat ou retour client réel	Comparer aux objectifs et repérer les tendances ou motifs récurrents
Objection, besoin ou insatisfaction	Adapter le conseil, l'offre ou le suivi selon le cas

Concluez par une action concrète mise en œuvre ou prévue pour poursuivre la relation.

Résultats et retours clients

Éléments	Synthèse
Organisation et contexte commercial	.....
Problématique et objectifs	.....
Cibles et démarche de prospection	.....
Offre et arguments mobilisés	.....
Action promotionnelle ou événementielle	.....
Indicateurs et résultats	Retours + analyse .....
Suivi de la relation client	.....
Bilan et pistes d'amélioration	.....

✓ RÉPONSE À RETENIR

Retours réels analysés au regard des objectifs et traduits en suites commerciales adaptées.

Question 3.3. Proposez des prolongements réalistes au projet afin de renforcer la fidélisation ou de développer la valeur de la relation client. Justifiez vos propositions au regard des résultats et des moyens disponibles.

Choisissez des prolongements cohérents avec les résultats observés et le temps ou les outils disponibles. Vous pouvez proposer :

1. Un point après l'achat ou la mise en service pour vérifier la satisfaction et traiter les difficultés.
2. Un conseil, un service complémentaire ou une proposition de renouvellement si le besoin est confirmé.
3. Une information utile ou une demande de recommandation auprès des clients satisfaits, avec leur accord.

Précisez qui réalise ces actions et à quel moment. Suivez les réponses, la satisfaction et les réachats pour vérifier leur intérêt et ajuster les moyens mobilisés.

Bilan et pistes d’amélioration

Éléments	Synthèse
Organisation et contexte commercial	.....
Problématique et objectifs	.....
Cibles et démarche de prospection	.....
Offre et arguments mobilisés	.....
Action promotionnelle ou événementielle	.....
Indicateurs et résultats	.....
Suivi de la relation client	.....
Bilan et pistes d’amélioration	Fidélisation + réachat .....

✓ RÉPONSE À RETENIR

Suivi après-vente et propositions adaptées, évalués par la satisfaction, les réponses et les réachats.

Ce qu'il faut retenir de ce sujet (Session 2026)

Bilan de l'épreuve : L'épreuve E7 du BTS Conseil et commercialisation de solutions techniques, session 2026, porte le code 26-BTS-CCST-E7. Cet oral de 30 minutes, coefficient 3, comprend jusqu'à 15 minutes de présentation puis 15 minutes d'entretien. À partir du projet technico-commercial et de ses annexes, le jury évalue la prospection, la valorisation de l'offre, les actions promotionnelles et le développement d'une relation client durable.

Notions-clés, formules & règles à maîtriser

- Une action de prospection se construit à partir d'un besoin commercial, d'objectifs, de cibles qualifiées et de moyens adaptés.
- Les indicateurs permettent de comparer les résultats de prospection aux objectifs, de repérer les écarts et de proposer des ajustements.
- La valorisation de l'offre repose sur son adéquation aux besoins de la cible et sur des arguments techniques et commerciaux cohérents.
- Un suivi personnalisé, nourri par les retours clients, peut soutenir la satisfaction, la fidélisation et le développement de la relation.

Points de vigilance & attentes du jury

- Distinguez les faits établis, les besoins repérés, la problématique et les objectifs de l'action.
- Justifiez les cibles, critères de qualification et moyens au regard du marché, de l'offre et des ressources disponibles.
- Présentez des indicateurs et résultats réels, puis analysez les écarts au lieu de simplement les énumérer.
- Appuyez vos propos sur la fiche et les annexes du projet, en anonymisant les données confidentielles.

Questions fréquentes sur cette épreuve (Q&A Examen)

Q : Comment présenter efficacement mon action de prospection ?

Commencez par situer l'organisation et le besoin commercial, puis formulez la problématique et les objectifs. Expliquez ensuite le choix des cibles, des critères de qualification et des moyens, avant de comparer les résultats aux objectifs.

Q : Comment analyser les résultats si les objectifs n'ont pas été atteints ?

Présentez les indicateurs disponibles, comparez les résultats aux objectifs et décrivez les écarts sans les masquer. Expliquez les causes possibles à partir du projet, puis proposez des ajustements réalistes et adaptés aux moyens disponibles.

Q : Comment se déroule l'épreuve et faut-il respecter un barème fixe par partie ?

L'oral dure 30 minutes : jusqu'à 15 minutes de présentation par le candidat, puis 15 minutes d'entretien avec le jury. Les points répartis entre les trois parties sont indicatifs, et le règlement n'impose pas cette répartition.

Q : Quels éléments le jury attend-il dans la présentation du projet ?

Le jury apprécie les compétences C3.1 à C3.4 à partir du projet présenté et des réponses à l'entretien. Il examine notamment la prospection et ses résultats, l'adéquation de l'offre, la pertinence des actions promotionnelles et la personnalisation du suivi client.

Sujet officiel associé (PDF) : https://coursbtsccst.fr/assets/annales/bts-ccst/E6.1 - Développement de la clientèle et de la relation client et mise en œuvre de l'expertise technico-commerciale/2026/BTS CCST - E6.1 - Développement de la clientèle et de la relation client et mise en œuvre de l'expertise technico-commerciale - Session 2026 - 1-Sujet.pdf
Ressources BTS Conseil et Commercialisation de Solutions Techniques : Toutes les annales & corrigés • Fiches de révision complètes • Simulateur de notes d'examen

Copyright © 2027 FormaV®. Tous droits réservés.

FormaV® est une marque déposée auprès de l'INPI sous le numéro 5227897.

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.