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. Préparer et évaluer une action de prospection (4 questions) **Page 3**

2. Participer à la définition et à la valorisation de l'offre (4 questions) **Page 5**

3. Contribuer à une action promotionnelle et événementielle (4 questions) **Page 7**

4. Créer et développer une relation client durable (4 questions) **Page 9**

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

Sujet officiel (PDF) : https://coursbtsccst.fr/assets/annales/bts-ccst/E6.2 - Développement de la clientèle et de la relation-client/2026/BTS CCST - E6.2 - Développement de la clientèle et de la relation-client - Session 2026 - 1-Sujet.pdf

1. Préparer et évaluer une action de prospection

AquaPilot Solutions prospecte des maraîchers professionnels situés dans un rayon de 60 km autour d'Angers, en ciblant les exploitations disposant de cultures irriguées. La campagne associe un courriel personnalisé et un appel de relance pour obtenir au moins 30 rendez-vous qualifiés en quatre semaines, dans le respect des règles de protection des données.

Compétence C3.1

Question 1.1. Présentez le segment retenu, la cible de la campagne et les critères ayant permis de qualifier le fichier. Justifiez en quoi ces critères sont cohérents avec la solution commercialisée.

Le segment retenu est celui des maraîchers professionnels situés dans un rayon de 60 km autour d'Angers. La cible regroupe les exploitations disposant de cultures irriguées et ayant des coordonnées professionnelles exploitables.

Critère	Qualification	Cohérence avec l'offre
Activité et localisation	Maraîchers dans la zone définie	Concentration de la prospection sur le secteur visé
Irrigation	Cultures irriguées	Besoin pertinent pour suivre l'humidité du sol
Coordonnées	Fiches exploitables	Permettre le contact et la relance

Les sondes et l'interface permettent de consulter les mesures et de recevoir des alertes sur les seuils paramétrés.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Cible : maraîchers professionnels avec cultures irriguées, dans un rayon de 60 km autour d'Angers, disposant de coordonnées professionnelles exploitables.

Question 1.2. Calculez le nombre de contacts exploitables après qualification et le taux d'atteinte de l'objectif de rendez-vous en utilisant les relations fournies. Présentez le résultat en pourcentage et formulez un diagnostic.

Le nombre de contacts exploitables est : **240 - 24 - 36 = 180**. Le taux d'atteinte de l'objectif est : **27 / 30 × 100 = 90 %**. La campagne n'atteint pas l'objectif fixé pour quatre semaines : il manque trois rendez-vous qualifiés. Les 180 contacts constituent la base retenue pour analyser la prospection.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> 180 contacts exploitables ; taux d'atteinte : 90 %. Objectif non atteint : il manque 3 rendez-vous qualifiés.

Question 1.3. Décrivez un enchaînement pertinent entre le courriel et l'appel de relance. Indiquez au moins deux informations à personnaliser et une précaution à prendre concernant les données de contact.

1. Envoyer un courriel professionnel présentant AquaPilot Solutions, l'objet du contact et un moyen simple de s'opposer à de nouvelles sollicitations.

2. Personnaliser le message avec le nom de l'exploitation et son activité ou ses cultures irriguées.
3. En l'absence de réponse, appeler si cela est pertinent pour vérifier l'intérêt et proposer un rendez-vous qualifié.

Limiter les données aux coordonnées utiles, informer le destinataire de leur finalité et enregistrer toute opposition pour ne plus le relancer.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Courriel personnalisé, puis appel pertinent en l'absence de réponse ; informer sur l'usage des données et respecter toute opposition.

Question 1.4. Proposez un indicateur complémentaire permettant d'évaluer la qualité de la prospection et expliquez comment les résultats conduiraient à ajuster la campagne.

Le taux de transformation des contacts exploitables en rendez-vous qualifiés est de **27 / 180 × 100 = 15 %**. Il complète le taux d'atteinte en mesurant les rendez-vous obtenus parmi les contacts qualifiés.

- Si le taux est faible, revoir la qualification, le contenu du courriel ou le moment de l'appel.
- S'il progresse, conserver les pratiques efficaces et les appliquer aux contacts comparables.

Le suivi par canal ou par période permet de repérer les ajustements les plus utiles.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Taux de transformation : 15 %. Ajuster le ciblage et la séquence de contact selon son évolution.

2. Participer à la définition et à la valorisation de l’offre

AquaPilot Solutions commercialise un kit de suivi de l’irrigation composé d’une passerelle, de quatre sondes et d’un accès à une interface de suivi, avec installation et abonnement annuel. Le candidat doit relier les besoins du client aux fonctionnalités documentées, calculer la marge sur coût direct et présenter les limites de la solution sans promettre de pilotage des vannes.

Compétence C3.2

Question 2.1. À partir des besoins du client, formulez une proposition de valeur en distinguant le besoin, la réponse apportée par le kit et un bénéfice concret pour l’exploitation. N’attribuez pas à la solution une fonction absente des documents.

La proposition de valeur relie le besoin de suivre l’humidité du sol à des mesures consultables et à des alertes paramétrées. Elle constitue une aide à la décision : les données concernent les points équipés et n’entraînent pas d’action automatique sur l’installation d’irrigation.

Élément	Proposition
Besoin	Mieux suivre l’humidité des sols et repérer les écarts aux seuils choisis.
Réponse du kit	Quatre sondes transmettent leurs mesures à la passerelle ; l’interface les affiche et signale le franchissement d’un seuil paramétré.
Bénéfice pour l’exploitation	Disposer d’informations aux points de mesure pour éclairer les décisions d’irrigation.

Le kit n’assure ni une mesure uniforme de toute la parcelle ni le pilotage des vannes.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Le kit facilite le suivi de l’humidité et le repérage des seuils atteints afin d’éclairer les décisions d’irrigation, sans piloter les vannes.

Question 2.2. Calculez la marge sur coût direct de la première année pour une vente comprenant le kit, l’installation et l’abonnement annuel. Utilisez la formule fournie et détaillez les montants ainsi que le résultat en euros.

La vente de première année comprend le kit, l’installation et l’abonnement annuel. Prix de vente total : 1 680 + 360 + 240 = 2 280 € HT. Coûts directs totaux : 1 020 + 210 + 72 = 1 302 € HT. La marge sur coût direct est donc de 2 280 - 1 302 = 978 € HT. Elle ne tient pas compte des frais fixes, commerciaux, financiers ni des impôts.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Marge sur coût direct de première année : 978 € HT.

Question 2.3. Présentez deux arguments de valorisation de l'offre, chacun relié à une caractéristique vérifiable et à un bénéfice client. Distinguez un argument technique d'un argument lié au service.

Deux arguments valorisent des caractéristiques vérifiables de l'offre :

- **Argument technique :** le kit comprend quatre sondes et une interface qui affiche les mesures et signale le franchissement d'un seuil paramétré. Le client peut suivre plusieurs points et repérer les écarts aux seuils définis.
- **Argument de service :** le paramétrage initial et la prise en main sont inclus dans la prestation. Le client est accompagné pour démarrer avec l'interface et ses réglages.

Ces éléments ne signifient ni pilotage automatique des vannes ni économie d'eau garantie.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Quatre sondes et des alertes paramétrées facilitent le suivi ; le paramétrage initial et la prise en main accompagnent le démarrage.

Question 2.4. Indiquez une limite ou une condition de mise en œuvre à clarifier avec le client avant la vente. Expliquez comment la présenter sans créer d'attente injustifiée.

Avant la vente, vérifier la disponibilité de la liaison sur le site du client, car elle dépend de la couverture locale. Valider les caractéristiques de connectivité à partir de la documentation produit applicable avant de confirmer l'adéquation de l'installation.

Présenter aussi les limites des mesures : elles concernent les points où les sondes sont installées et leur qualité dépend notamment de la pose et des réglages. Enfin, préciser que l'interface affiche les données et les alertes, mais ne commande pas les vannes d'irrigation. Cela distingue les fonctions vérifiées des résultats dépendant des conditions d'installation.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Vérifier la couverture de liaison sur le site et préciser que le kit mesure, affiche et alerte, mais ne pilote pas l'irrigation.

3. Contribuer à une action promotionnelle et événementielle

AquaPilot Solutions envisage une matinée de démonstration destinée aux exploitants agricoles, avec un budget maximal de 1 200 € HT. L'action vise à faire découvrir le kit, recueillir des demandes de diagnostic et générer des rendez-vous, puis à évaluer les résultats obtenus et les dépenses engagées.

Compétence C3.3

Question 3.1. Présentez une organisation de l'événement en trois étapes : avant, pendant et après. Pour chaque étape, indiquez une action concrète et son objectif.

1. **Avant :** envoyer les invitations aux exploitants ciblés, recueillir les inscriptions et confirmer la présence afin de mobiliser le public.
2. **Pendant :** faire découvrir le kit en montrant la consultation des mesures et le déclenchement d'une alerte sur seuil, puis recueillir les demandes de diagnostic.
3. **Après :** contacter les personnes intéressées pour convenir d'un rendez-vous et enregistrer les suites dans le CRM.

Chaque étape soutient l'objectif de l'événement, de la mobilisation des participants au suivi commercial.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Avant : inviter et confirmer. Pendant : démontrer et recueillir les demandes. Après : recontacter les personnes intéressées et tracer les suites dans le CRM.

Question 3.2. Calculez le taux de présence par rapport aux invitations envoyées et le taux de transformation des participants en rendez-vous commerciaux, selon la formule fournie. Interprétez les deux résultats.

Le taux de présence rapporte les participants aux invitations : $24/120$
$times100 = 20$
,
. Le taux de transformation demandé rapporte les rendez-vous commerciaux aux participants : $7/24$
$times100$
$approx29,2$
,
.

La présence atteint un participant sur cinq invités, ce qui révèle une marge de progression pour mobiliser le public. Près de trois participants sur dix ont obtenu un rendez-vous : la démonstration a donc généré des suites commerciales pour une partie des présents.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Présence : 20 % des invités. Transformation : 29,2 % des participants en rendez-vous commerciaux.

Question 3.3. Évaluez l'action au regard des objectifs et du budget. Indiquez un résultat satisfaisant, un écart constaté et une amélioration réaliste pour une prochaine édition.

Les dépenses de 1 080 € HT respectent le plafond de 1 200 € HT. Le bilan est contrasté :

- **Résultat satisfaisant :** 7 rendez-vous obtenus pour un objectif de 8.
- **Écart :** 24 participants au lieu de 30 et 10 demandes de diagnostic au lieu de 12.
- **Amélioration :** confirmer les inscriptions quelques jours avant la matinée et rappeler aux inscrits l'intérêt pratique de la démonstration.

Cette action peut soutenir la participation sans nécessiter un dépassement du budget prévu.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Budget respecté. 7 rendez-vous sur 8 visés, mais 24 participants sur 30. Confirmer les inscriptions et rappeler l'intérêt de la démonstration.

Question 3.4. Proposez un support ou une démonstration permettant de valoriser la solution sans présenter comme certaine une économie d'eau ou une performance qui n'a pas été mesurée.

Présenter le kit avec une démonstration de l'interface : afficher les mesures des sondes, paramétrer un seuil et montrer l'alerte lorsqu'il est franchi. Un support peut préciser que les sondes mesurent au point où elles sont installées et que l'interface permet de consulter les données.

Présenter ces fonctions comme des possibilités de suivi, sans affirmer une économie d'eau ni une performance non mesurée. Préciser également que le kit ne commande pas directement les vannes d'irrigation.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Démontrer la consultation des mesures et les alertes sur seuil. Ne pas promettre d'économie d'eau ni de pilotage des vannes.

4. Créer et développer une relation client durable

Après l'installation, le client bénéficie d'une prise en main de l'interface et d'un point de suivi à 30 jours, tandis que les demandes et les actions sont tracées dans le CRM. Le service commercial doit accompagner les clients jusqu'à la résolution de leurs demandes et respecter les oppositions à la prospection.

Compétence C3.4

Question 4.1. Proposez une démarche de suivi après installation qui personnalise la relation et permet d'identifier les besoins complémentaires sans multiplier les sollicitations inutiles.

1. À l'installation, adapter la prise en main à l'exploitation : emplacement des sondes, cultures concernées et seuils paramétrés par le client.
2. Au point prévu à 30 jours, vérifier l'accès à l'interface, la compréhension des mesures et des alertes, puis recueillir les difficultés et le retour d'usage.
3. Consigner le bilan et toute suite convenue dans le CRM. Si un besoin complémentaire est exprimé, proposer une réponse adaptée avec l'accord du client. En l'absence de besoin, ne pas programmer de relances répétées.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Prise en main personnalisée, bilan à 30 jours tracé dans le CRM et proposition complémentaire seulement si un besoin est exprimé.

Question 4.2. Décrivez le traitement de la demande d'aide du client B, depuis sa réception jusqu'à la clôture. Précisez les informations à tracer dans le CRM et la façon de tenir le client informé.

À réception, accuser réception et qualifier la difficulté : sonde concernée, symptôme, fréquence et vérifications déjà tentées. Tracer dans le CRM la date, l'objet, le canal et la priorité.

Transmettre au service compétent en indiquant le responsable et l'échéance, puis suivre le statut. Informer le client de la prise en charge et de l'avancement. Après lui avoir expliqué la réponse, vérifier que la connexion fonctionne et noter la date de réponse, la suite convenue, le motif de clôture et toute action préventive. Clôturer après vérification du traitement.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Qualifier, transmettre et suivre la demande jusqu'à résolution vérifiée, en informant le client et en traçant chaque étape dans le CRM.

Question 4.3. Indiquez la conduite à tenir pour le prospect C, qui a demandé à ne plus recevoir de sollicitations, et expliquez pourquoi l'enregistrement de cette information dans le CRM est nécessaire.

Appliquer immédiatement l'opposition de C : ne plus lui adresser de sollicitations commerciales et exclure ses coordonnées des campagnes futures. Enregistrer dans le CRM la date et le statut de l'opposition, puis répercuter cette consigne dans les fichiers de prospection.

- Ne pas réutiliser ses coordonnées pour une relance.
- Conserver la trace de l'opposition selon les règles applicables afin d'éviter une réintégration accidentelle dans une campagne.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Respecter immédiatement l'opposition de C et en conserver la trace dans le CRM pour empêcher toute sollicitation ultérieure.

Question 4.4. Présentez un indicateur de fidélisation ou de qualité de la relation-client et expliquez comment son évolution pourrait conduire à une action d'amélioration.

Suivre le taux de demandes traitées dans le délai convenu : demandes dues sur la période et résolues dans ce délai / demandes dues sur la période × 100. Inclure les demandes échues encore ouvertes au dénominateur évite de masquer les retards. Les dates, échéances et statuts du CRM permettent de suivre l'indicateur. Si le taux baisse, analyser les motifs et les étapes de blocage, clarifier les responsabilités ou ajuster l'organisation, puis vérifier l'effet de l'amélioration sur les périodes suivantes.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Indicateur : taux de demandes résolues dans le délai convenu. S'il baisse, analyser les retards et améliorer le traitement.

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

Bilan de l'épreuve : L'épreuve orale E7 du BTS Conseil et commercialisation de solutions techniques, session 2026, code 26-BTS-CCST-E7, dure 30 minutes et est affectée du coefficient 3. À partir du cas AquaPilot Solutions et de son kit de suivi de l'irrigation, elle évalue la prospection, la valorisation de l'offre, la contribution à une action événementielle et le développement d'une relation client durable.

Notions-clés, formules & règles à maîtriser

- Contacts exploitables = fichier initial - fiches inexploitables - exploitations non concernées.
- Taux d'atteinte ou de transformation = résultats obtenus / objectif ou population de référence × 100.
- Marge sur coût direct = total des prix de vente HT - total des coûts directs HT.
- Les sondes mesurent, l'interface affiche les données et peut signaler un seuil paramétré, mais le kit ne commande pas les vannes.

Points de vigilance & attentes du jury

- Distinguer le segment visé, la cible de campagne et les critères de qualification du fichier.
- Détailler les bases des calculs et interpréter les taux au regard des objectifs.
- Relier chaque argument de vente à une caractéristique vérifiée et à un bénéfice client.
- Tracer demandes, actions, échéances et clôtures dans le CRM, et appliquer immédiatement toute opposition.

Questions fréquentes sur cette épreuve (Q&A Examen)

Q : Comment calculer un taux d'atteinte ou de transformation dans ce sujet ?

Divisez le résultat observé par la valeur de référence adaptée à la question, puis multipliez par 100. Utilisez l'objectif pour un taux d'atteinte et la population concernée pour un taux de transformation.

Q : Que faut-il inclure dans la marge sur coût direct de première année ?

Additionnez les prix de vente HT du kit, de l'installation et de l'abonnement annuel. Soustrayez le total des coûts directs HT correspondants. Cette marge ne comprend pas les frais fixes, les frais commerciaux, le financement ni les impôts.

Q : Comment organiser les 30 minutes de l'épreuve orale ?

Le candidat dispose de 15 minutes maximum pour présenter et argumenter son projet technico-commercial, puis de 15 minutes d'échange avec la commission. Il est utile de sélectionner les indicateurs et exemples les plus pertinents.

Q : Quelles limites techniques faut-il respecter dans la présentation commerciale ?

Présentez les fonctions documentées : mesure, consultation et alertes sur un seuil paramétré. Le kit ne pilote pas les vannes. Précisez que la couverture, la pose et les réglages peuvent influencer le fonctionnement ou la qualité des résultats.

Sujet officiel associé (PDF) : https://coursbtsccst.fr/assets/annales/bts-ccst/E6.2 - Développement de la clientèle et de la relation-client/2026/BTS CCST - E6.2 - Développement de la clientèle et de la relation-client - 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.