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

BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR

CONSEIL ET COMMERCIALISATION DE SOLUTIONS TECHNIQUES

ÉPREUVE E7 : DÉVELOPPEMENT DE LA CLIENTÈLE ET DE LA RELATION-CLIENT

SESSION 2026

Durée : 30 minutes

SPÉCIALITÉ / UNITÉ	COEFF
CONSEIL ET COMMERCIALISATION DE SOLUTIONS TECHNIQUES	3

Moyens de calculs et matériel autorisés :

Aucune calculatrice n'est requise pour cette épreuve orale.

Le candidat présente une fiche descriptive de son projet technico-commercial, accompagnée des annexes et supports utiles à sa présentation.

Dès que le sujet vous est remis, assurez-vous qu'il est complet.

Ce sujet comporte 10 pages numérotées de 1/10 à 10/10.

Les documents réponses en fin de sujet sont à rendre avec la copie.

DOSSIER SUJET

MISE EN SITUATION PROFESSIONNELLE ET CONSIGNES GÉNÉRALES DE L'ÉPREUVE : AQUAPILOT SOLUTIONS, ENTREPRISE FICTIVE SITUÉE À ANGERS (MAINE-ET-LOIRE)

Modalités de l'épreuve : l'épreuve E7 est une épreuve orale de 30 minutes. Le candidat dispose de 15 minutes maximum pour présenter et argumenter un projet technico-commercial, puis échange avec la commission pendant 15 minutes.

La présentation s'appuie sur une fiche descriptive du projet et sur les annexes ou supports utiles. Le candidat expose les choix effectués, les actions conduites ou proposées, les résultats obtenus ou les indicateurs retenus, ainsi que les enseignements tirés du projet. Les questions de la commission portent sur les compétences C3.1 à C3.4 et sur les éléments présentés par le candidat.

Le dossier ci-dessous fournit un cas cohérent de développement de clientèle et de relation-client dans une entreprise qui commercialise une solution technique. Il constitue un support de situation professionnelle : il ne transforme pas l'épreuve E7 en épreuve écrite. Les données commerciales et techniques décrites sont celles du cas présenté.

Repères de compétences évaluées : C3.1 préparer, conduire et évaluer une action de prospection ; C3.2 participer à la définition et à la valorisation de l'offre ; C3.3 contribuer à des actions promotionnelles et/ou événementielles ; C3.4 créer et développer une relation client durable.

PARTIE 1 : Préparer et évaluer une action de prospection (5 points)

Compétence C3.1

Le cas concerne la prospection de maraîchers professionnels situés dans un rayon de 60 km autour d'Angers. Le fichier initial comprend 240 exploitations. Après vérification, 24 fiches sont inexploitables et 36 exploitations ne disposent pas de cultures irriguées. L'objectif de la campagne est d'obtenir au moins 30 rendez-vous qualifiés en quatre semaines.

La campagne utilise un courriel professionnel personnalisé, suivi d'un appel téléphonique lorsque le destinataire n'a pas répondu. Les données de contact doivent être utilisées conformément aux règles de protection des données applicables : information des personnes, finalité professionnelle pertinente, possibilité d'opposition et prise en compte effective des demandes d'opposition.

Données de la campagne de prospection

Indicateur	Valeur
Fiches dans le fichier initial	240
Fiches inexploitables	24
Exploitations sans cultures irriguées	36
Fiches restantes après qualification	180
Rendez-vous qualifiés obtenus	27
Objectif de rendez-vous qualifiés	30

Données du cas AquaPilot Solutions

1.1 (1,5 point) 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.

1.2 (1,5 point) Calculez le nombre de contacts exploitables après qualification et le taux d'atteinte de l'objectif de rendez-vous. Utilisez les relations suivantes : nombre exploitable = fichier initial - fiches inexploitables - exploitations non concernées ; taux d'atteinte = rendez-vous obtenus / objectif × 100. Présentez le résultat en pourcentage et formulez un diagnostic.

1.3 (1 point) 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.

1.4 (1 point) Proposez un indicateur complémentaire permettant d'évaluer la qualité de la prospection et expliquez comment les résultats conduiraient à ajuster la campagne.

PARTIE 2 : Participer à la définition et à la valorisation de l'offre (5 points)

Compétence C3.2

AquaPilot Solutions commercialise un kit de suivi de l'irrigation comprenant une passerelle de communication, des sondes de mesure et un accès à une interface de suivi. Le client type du cas souhaite mieux suivre l'humidité de ses sols et recevoir des alertes lorsque les mesures s'écartent des seuils qu'il a définis.

Les prix, coûts et caractéristiques utiles figurent dans le dossier technique. Ils sont fournis pour permettre une argumentation commerciale et des calculs simples. La solution ne pilote pas directement les vannes d'irrigation : toute présentation de ses fonctions doit respecter cette limite.

Éléments de l'offre commerciale

Élément	Prix de vente	Coût direct pour l'entreprise
Kit de suivi, passerelle et 4 sondes	1 680 €	1 020 €
Installation et mise en service	360 €	210 €
Abonnement annuel à l'interface	240 €	72 €

Montants hors taxes, données du cas

2.1 (1,5 point) 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.

2.2 (1,5 point) Calculez la marge sur coût direct de la première année pour une vente comprenant le kit, l'installation et l'abonnement annuel. Utilisez : marge sur coût direct = total des prix de vente - total des coûts directs. Détaillez les montants et le résultat en euros.

2.3 (1 point) 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.

2.4 (1 point) Indiquez une limite ou une condition de mise en œuvre à clarifier avec le client avant la vente. Expliquez comment vous la présenteriez sans créer d'attente injustifiée.

PARTIE 3 : Contribuer à une action promotionnelle et événementielle (5 points)

Compétence C3.3

L'entreprise envisage une matinée de démonstration destinée aux exploitants agricoles du secteur. Le budget maximal est de 1 200 € HT. Les objectifs sont de faire découvrir le kit, de recueillir des demandes de diagnostic et de générer des rendez-vous commerciaux. Les données de participation et de suivi proposées ci-dessous permettent d'illustrer l'évaluation d'une action événementielle.

Prévision et résultats de la matinée de démonstration

Indicateur	Objectif	Résultat
Invitations envoyées	120	120
Participants présents	30	24
Demandes de diagnostic	12	10
Rendez-vous commerciaux obtenus	8	7
Dépenses de l'action	1 200 € HT maximum	1 080 € HT

Données du cas AquaPilot Solutions

3.1 (1,5 point) Présentez une organisation de l'événement en trois étapes : avant, pendant et après. Pour chaque étape, indiquez une action concrète et son objectif.

3.2 (1,5 point) Calculez le taux de présence par rapport aux invitations envoyées et le taux de transformation des participants en rendez-vous commerciaux. Utilisez : taux = résultat observé / population de référence × 100. Interprétez les deux résultats.

3.3 (1 point) 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.

3.4 (1 point) Proposez un support ou une démonstration qui permettrait de valoriser la solution sans présenter comme certaine une économie d'eau ou une performance qui n'a pas été mesurée.

PARTIE 4 : Créer et développer une relation client durable (5 points)

Compétence C3.4

À la suite d'une installation, le client bénéficie d'une prise en main de l'interface et d'un point de suivi à 30 jours. Le service commercial enregistre les demandes, les réponses apportées et les prochaines actions dans le CRM. Une réclamation doit être écoutée, qualifiée, transmise au service compétent et suivie jusqu'à la réponse apportée au client.

Suivi de trois contacts clients

Contact	Situation	Dernière action	Suite à donner
Client A	Installation terminée, prise en main réalisée	Appel de suivi à 30 jours effectué	Vérifier l'usage et recueillir un retour
Client B	Demande d'aide sur la connexion d'une sonde	Demande enregistrée dans le CRM	Faire traiter la demande et informer le client
Prospect C	A demandé à ne plus recevoir de sollicitations	Opposition enregistrée	Respecter l'opposition et mettre à jour le fichier

Situation du cas au moment de l'évaluation

4.1 (1,5 point) Proposez une démarche de suivi après installation qui personnalise la relation et permet d'identifier les besoins complémentaires sans multiplier les sollicitations inutiles.

4.2 (1,5 point) Décrivez le traitement de la demande d'aide du client B, depuis sa réception jusqu'à la clôture. Précisez les informations à tracer et la façon de tenir le client informé.

4.3 (1 point) Indiquez la conduite à tenir pour le prospect C et expliquez pourquoi l'enregistrement de cette information dans le CRM est nécessaire.

4.4 (1 point) Présentez un indicateur de fidélisation ou de qualité de la relation-client et expliquez comment son évolution pourrait conduire à une action d'amélioration.

DOSSIER TECHNIQUE ET RESSOURCES

Documents ressources nécessaires à la résolution du sujet

DT 1 : SOLUTION AQUAPILOT : COMPOSITION ET SCHÉMA DE PRINCIPE

Le kit comprend une passerelle, quatre sondes de mesure et un accès à une interface de consultation. Les dimensions ci-dessous sont des dimensions d'encombrement communiquées pour le cas. Le schéma est de principe, sans échelle exploitable pour une fabrication. La sonde transmet des mesures à la passerelle ; l'interface affiche les données et peut signaler le franchissement d'un seuil paramétré. Le kit ne commande pas directement un système d'irrigation.

Les caractéristiques de connectivité et les informations de conformité doivent être vérifiées dans la documentation produit applicable avant toute affirmation commerciale. Le présent document ne vaut ni déclaration de conformité ni certification.

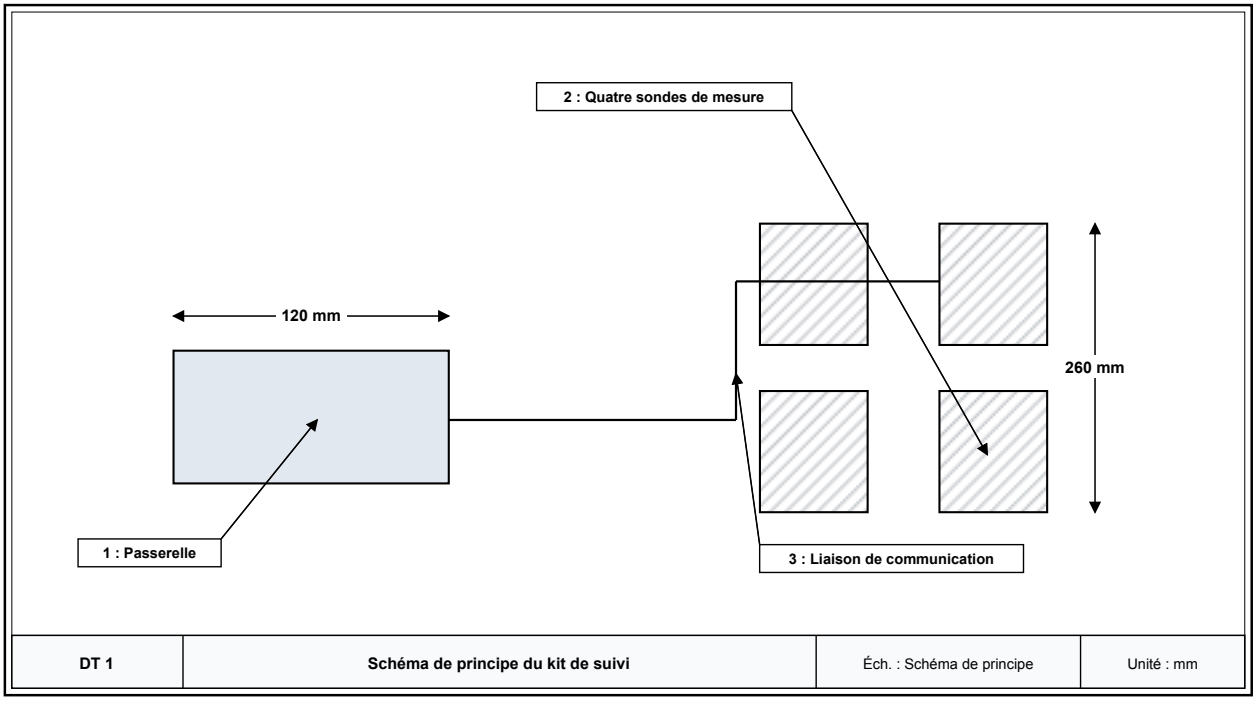


Schéma fonctionnel et dimensions d'encombrement indiquées par le fabricant du cas

Caractéristiques utiles à la présentation commerciale

Élément	Caractéristique annoncée	Limite à préciser au client
Passerelle	Dimensions : 120 × 120 × 35 mm	La disponibilité de la liaison dépend de la couverture sur le site
Sonde	Quatre sondes fournies ; longueur : 260 mm	La mesure concerne le point où la sonde est installée
Interface	Consultation des mesures et alertes sur seuil paramétré	Ne commande pas les vannes d'irrigation
Mise en service	Paramétrage initial et prise en main inclus dans la prestation	La qualité des résultats dépend notamment de la pose et des réglages

Données produit du cas, à ne pas extrapoler

DT 2 : DONNÉES DE L'OFFRE, COÛTS DIRECTS ET CALCULS COMMERCIAUX

Les prix et coûts sont exprimés hors taxes. Pour le calcul demandé dans le sujet, la vente de première année comprend le kit, l'installation et un abonnement annuel. La marge calculée est une marge sur coûts directs : elle ne tient pas compte des frais fixes, des frais commerciaux, des coûts de financement ni des impôts.

Formules utiles : marge sur coût direct = prix de vente total - coûts directs totaux ; taux de transformation = nombre de résultats obtenus / nombre de contacts de référence × 100. Les pourcentages sont arrondis au dixième si nécessaire.

Prix et coûts directs de l'offre

Composant de l'offre	Prix de vente HT	Coût direct HT
Kit comprenant passerelle et 4 sondes	1 680 €	1 020 €
Installation et mise en service	360 €	210 €
Abonnement annuel	240 €	72 €
Total première année	2 280 €	1 302 €

Données chiffrées du cas AquaPilot Solutions

Indicateurs disponibles pour l'analyse de prospection

Indicateur	Valeur
Contacts exploitables	180
Rendez-vous qualifiés obtenus	27
Objectif de rendez-vous qualifiés	30

Valeurs fournies au candidat

DT 3 : ORGANISATION DE LA PROSPECTION, DE L'ÉVÉNEMENT ET DU SUIVI CLIENT

La campagne prévoit un courriel professionnel adapté à l'activité du destinataire, puis un appel de suivi lorsque cela est pertinent. Les messages présentent clairement l'entreprise, l'objet de la prise de contact et un moyen simple de s'opposer à de nouvelles sollicitations. Les demandes d'opposition sont enregistrées et appliquées aux campagnes ultérieures.

Pour les données personnelles utilisées dans le cadre de la prospection, l'entreprise doit définir une finalité, limiter les données collectées à ce qui est utile, informer les personnes et permettre l'exercice de leurs droits. Les informations relatives à une opposition ne doivent pas être réutilisées pour relancer la personne. La durée de conservation est déterminée selon la finalité et les règles de protection des données applicables.

Pour l'événement, le budget maximal est de 1 200 € HT. Les dépenses réalisées s'élèvent à 1 080 € HT. Les invitations sont adressées à 120 exploitants ; 24 personnes participent, 10 demandent un diagnostic et 7 rendez-vous commerciaux sont obtenus.

Repères de suivi de la relation-client

Étape	Action attendue	Trace utile dans le CRM
Réception d'une demande	Accuser réception et qualifier la demande	Date, objet, canal, priorité
Traitement	Transmettre au service compétent et suivre l'avancement	Responsable, échéance, statut
Réponse au client	Expliquer la réponse ou la solution apportée	Date de réponse et suite convenue
Clôture	Vérifier que la demande est traitée	Motif de clôture et éventuelle action de prévention
Opposition à la prospection	Respecter immédiatement la demande	Date et statut d'opposition

Processus interne décrit pour le cas

NE RIEN ÉCRIRE DANS CETTE PARTIE

DR 1 : Document de préparation : synthèse du projet et des indicateurs **À RENDRE AVEC LA COPIE**

Document de synthèse à utiliser pour structurer la présentation orale. Le candidat peut y reporter les éléments essentiels de son projet et les indicateurs qu'il souhaite commenter. Ce document ne remplace pas la fiche descriptive du projet ni les supports que le candidat choisit de présenter.

Synthèse de l'action de prospection

Rubrique	Éléments de synthèse
Segment et cible	.....
Critères de qualification	.....
Objectif de prospection	.....
Canaux et séquence de contact	.....
Résultat chiffré et interprétation	.....
Ajustement envisagé	.....

Éléments à préparer pour la présentation orale

Cadre réservé aux justifications, calculs complémentaires ou schémas du candidat :

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

NE RIEN ÉCRIRE DANS CETTE PARTIE

DR 2 : Document de préparation : offre et relation-client — **À RENDRE AVEC LA COPIE**

Compléter cette trame de synthèse pour préparer les exemples présentés à la commission. Distinguer les caractéristiques vérifiées de l'offre, les bénéfices attendus pour le client et les limites à annoncer.

Trame de valorisation et de suivi client

Situation	Besoin ou attente	Réponse ou action	Indicateur de suivi
Valorisation de l'offre	.....	.....	.....
Action événementielle	.....	.....	.....
Demande ou réclamation client	.....	.....	.....
Fidélisation et suivi après installation	.....	.....	.....

Synthèse à exploiter lors de l'oral

Cadre réservé aux justifications, calculs complémentaires ou schémas du candidat :

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

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.