



MINISTÈRE DE L'ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR,  
DE LA RECHERCHE ET DE L'INNOVATION

**Brevet de technicien supérieur**

**Conseil et commercialisation de solutions techniques**

## **Sommaire**

**ANNEXE I Tableau de synthèse : Domaines d'activités – Blocs de compétences – Unités**

**ANNEXE II Référentiel des activités professionnelles**

**ANNEXE III - Référentiel de compétences**  
**Compétences et savoirs associés**

**ANNEXE IV Référentiel d'évaluation**

**IV a - Unités constitutives du diplôme**

**IV b - Dispenses d'unités**

**IV c - Règlement d'examen**

**IV d - Définition des épreuves**

**ANNEXE V Organisation de la formation**

**V a - Grille horaire**

**V b - Stage en milieu professionnel**

**ANNEXE VI Tableau de correspondance entre épreuves ou unités de l'ancien diplôme et du nouveau diplôme**

## ANNEXE I

### Tableau de synthèse – Activités – Blocs de compétences – Unités Brevet de technicien supérieur Conseil et commercialisation de solutions techniques

PÔLE D'ACTIVITÉS	BLOCS DE COMPÉTENCES	UNITÉS
<p style="text-align: center;"><b>Pôle d'activités 1</b> <b>Conception et commercialisation de solutions technico-commerciales</b></p> <p>Analyse du contexte technique et commercial de la négociation Élaboration de solutions technico-commerciales Conseil et prescription de solutions technico-commerciales Négociation, vente et suivi des affaires Analyse financière d'une relation d'affaire et gestion du risque client</p>	<p style="text-align: center;"><b>Bloc de compétences 1</b> <b>Concevoir et négocier des solutions technico-commerciales</b></p> <p>Préparer une négociation technique et commerciale Conseiller, prescrire et communiquer tout au long du processus de négociation Gérer le risque affaire et le risque client Mettre en œuvre l'entretien de vente technico-commercial Assurer le suivi d'une affaire</p>	<p><b>Unité U 4</b> <b>Conception et négociation de solutions technico-commerciales</b></p>
<p style="text-align: center;"><b>Pôle d'activités 2</b> <b>Management de l'activité technico-commerciale</b></p> <p>Animation de l'équipe et du point de vente Animation des réseaux de partenaires Suivi du parcours client Évaluation de la performance commerciale</p>	<p style="text-align: center;"><b>Bloc de compétences 2</b> <b>Manager l'activité technico-commerciale</b></p> <p>Recruter et former des collaborateurs Animer un réseau Analyser les parcours pour optimiser l'expérience client Évaluer la performance commerciale</p>	<p><b>Unité U 5</b> <b>Management de l'activité technico-commerciale</b></p>
<p style="text-align: center;"><b>Pôle d'activités 3</b> <b>Développement de la clientèle et de la relation client</b></p> <p>Prospection de clientèle Marchandisage et dynamisation de l'offre commerciale Participation à la politique de communication Fidélisation de la clientèle, valorisation de la relation client</p>	<p style="text-align: center;"><b>Bloc de compétences 3</b> <b>Développer la clientèle et la relation client</b></p> <p>Préparer, conduire et évaluer une action de prospection Participer à la définition et à la valorisation de l'offre Contribuer à la réalisation d'actions promotionnelles et/ou événementielles Créer et développer une relation client durable</p>	<p><b>Unité U 61</b> <b>Développement de la clientèle et de la relation client</b></p>
<p style="text-align: center;"><b>Pôle d'activités 4</b> <b>Mise en œuvre de l'expertise technico-commerciale</b></p> <p>Réalisation de la veille commerciale, technologique, juridique et normative Diffusion des informations liées aux innovations, aux évolutions technologiques et commerciales Exploitation des technologies et solutions en relation avec l'environnement</p>	<p style="text-align: center;"><b>Blocs de compétences 4</b> <b>Mettre en œuvre l'expertise technico-commerciale</b></p> <p>Réaliser une veille concurrentielle et sectorielle Analyser les besoins d'un secteur/d'un segment cible Produire des solutions technico-commerciales pour un segment cible Mettre en œuvre une formation technique pour le segment cible</p>	<p><b>Unité U 62</b> <b>Mise en œuvre de l'expertise technico-commerciale</b></p>

	<p><b>Culture générale et expression</b>  <b>Appréhender et réaliser un message écrit :</b></p> <p>Respecter les contraintes de la langue écrite  Synthétiser des informations  Répondre de façon argumentée à une question posée en relation</p>	<p><b>Unité U 1</b>  <b>Culture générale et expression</b></p>
	<p><b>Langue vivante étrangère 1</b>  <b>Niveau B2 du CECRL pour les activités langagières suivantes :</b></p> <p>Compréhension de documents écrits  Productions écrites</p>	<p><b>Unité U 21</b>  <b>Compréhension de l'écrit et expression écrite</b></p>
	<p><b>Langue vivante étrangère 1</b></p> <p>Compréhension de l'oral  Production et interactions orales</p>	<p><b>Unité U 22</b>  <b>Compréhension de l'oral, production orale en continu et en interaction</b></p>
	<p><b>Culture économique, juridique et managériale</b>  <b>Analyser des situations auxquelles l'entreprise est confrontée :</b></p> <p>Exploiter une base documentaire économique, juridique ou managériale  Proposer des solutions argumentées et mobilisant des notions et les méthodologies économiques, juridiques ou managériales  Établir un diagnostic (ou une partie de diagnostic) préparant une prise de décision stratégique  Exposer des analyses et des propositions de manière cohérente et argumentée</p>	<p><b>Unité U 3</b>  <b>Culture économique, juridique et managériale</b></p>
	<p><b>Bloc facultatif Langue vivante étrangère 2</b>  <b>Niveau B1 du CECRL pour les activités langagières suivantes :</b></p> <p>Compréhension de documents  Production et interactions orales</p>	<p><b>Unité UF 1</b>  <b>LV 2</b></p>
	<p><b>Bloc facultatif Module d'approfondissement</b></p>	<p><b>Unité UF 2</b>  <b>Module d'approfondissement</b></p>

## ANNEXE II Référentiel des activités professionnelles

### Brevet de technicien supérieur Conseil et Commercialisation de solutions techniques

#### I. APPELLATION DU DIPLOME

Brevet de technicien supérieur  
Conseil et Commercialisation de solutions techniques  
(CCST)

#### II. CHAMP D'ACTIVITÉS

Le titulaire du BTS **Conseil et Commercialisation de solutions techniques** conseille et vend des solutions (produits et services associés) qui requièrent obligatoirement la mobilisation conjointe de compétences commerciales et technologiques.

Au sein d'une équipe commerciale, il prospecte pour développer son portefeuille d'affaires sur un territoire ou un secteur d'activité. Il identifie et analyse les besoins de son client et l'accompagne dans la formulation de ses attentes. Il élabore, présente et négocie une solution technique, commerciale et financière adaptée à chaque situation en intégrant les évolutions technologiques, juridiques et normatives. Il prend en compte les préoccupations sociétales et environnementales.

Expert de la relation client et fort de ses compétences techniques, il est capable d'assurer un rôle d'intégrateur de solutions technologiques. Il développe une relation de confiance avec sa clientèle dans une logique commerciale durable, personnalisée et créatrice de valeur.

Il assure l'interface entre l'entreprise, ses clients et ses fournisseurs ; il travaille en équipe dans un contexte cross-canal. Il anime ses réseaux et interagit avec les différents acteurs internes et externes dont il est l'interlocuteur privilégié.

Sa pratique commerciale requiert la maîtrise et l'utilisation pertinente d'outils numériques qu'il contribue à implanter, diffuser et enrichir. Il assure une veille technologique, accompagne sa clientèle et son équipe dans les transformations numériques et organisationnelles.

Il participe au suivi et à l'évaluation de la performance commerciale individuelle et collective.

#### III. CONTEXTE PROFESSIONNEL

##### III.1. Emplois concernés

Ces emplois relèvent de *la fonction commerciale-vente essentiellement dans un environnement « B to B »*. Sont concernés dans cette fonction les emplois qui nécessitent **obligatoirement** la mobilisation de compétences techniques et commerciales, c'est-à-dire de savoirs et savoir-faire techniques relatifs aux marchés considérés, ainsi que de savoirs et savoir-faire commerciaux.

Ces emplois en première insertion peuvent avoir des appellations diverses :

- Technico-commercial,
- Attaché commercial,
- Attaché technico-commercial,
- Commercial sédentaire,
- Commercial itinérant,
- Vendeur comptoir,
- Vendeur négociateur,
- Conseiller commercial, conseiller technico-commercial.

Après quelques années d'expérience, le titulaire du diplôme peut accéder à des emplois à responsabilité dont les appellations varient selon l'entreprise ou le secteur d'activité :

- Chargé de clientèle,
- Chargé d'affaires,
- Négociateur industriel,
- Responsable commercial,
- Responsable d'achats,
- Responsable " grands comptes ",
- Responsable d'agence,
- Acheteur,
- Chef des ventes,
- Chef de secteur,
- Responsable pôle expert,
- Ingénieur technico-commercial,
- Responsable prescripteur...

### III.2. Types d'organisations ou d'entreprises

Le titulaire du BTS **Conseil et commercialisation de solutions techniques** exerce prioritairement son activité dans une entreprise industrielle, dans une entreprise prestataire de services pour les professionnels ou dans une entreprise de négoce de biens et services.

Dans le négoce, et à titre d'exemples, le titulaire du BTS **Conseil et commercialisation de solutions techniques** peut travailler dans les domaines suivants :

- Fournitures et équipements industriels,
- Matériel électrique,
- Fournitures pour la plomberie et le sanitaire,
- Fournitures et équipement pour les solutions énergétiques,
- Bois et matériaux de construction,
- Produits d'aménagement et de finition,
- Textiles techniques,
- Machines-outils,
- Équipements de sécurité,
- Produits d'hygiène industrielle,
- Matériel d'emballage,
- Matériels et fournitures pour le transport et la manutention,
- Équipements pour le nautisme,
- Etc.

Il s'adresse à une clientèle professionnelle. Il peut aussi s'adresser à une clientèle de particuliers dès lors que la prise en compte de la dimension technique du produit est nécessaire à la conclusion de la négociation, ce qui exclut les situations de vente en libre-service.

### III.3. Place dans l'organisation

Par son rôle essentiel dans la création et le développement de la relation-client, le titulaire du BTS **Conseil et commercialisation de solutions techniques** occupe une place particulière par :

- La multiplicité de ses interlocuteurs internes (les services techniques de l'entreprise, le service achat, le service logistique, le service financier, le service marketing),
- Les relations privilégiées qu'il assure avec les interlocuteurs externes, et en particulier avec les fournisseurs et les prescripteurs pour la recherche de solutions,
- La collecte, la gestion et la diffusion des données techniques et commerciales sur les clients.

Dans un premier temps, il est sous l'autorité d'un directeur d'agence, d'un chef de secteur ou de produit ou d'un responsable commercial.

La place du titulaire du BTS **Conseil et commercialisation de solutions techniques** dépend cependant de la taille et de l'organisation commerciale de l'entreprise.

### III.4. Environnement technique et économique de l'emploi

La situation du titulaire du BTS **Conseil et commercialisation de solutions techniques** se caractérise par une relation commerciale spécifique :

- La présence de différents intervenants, aux attentes variées, dans des processus d'achat longs et complexes ;
- Une clientèle intégrant le prix et les services connexes à la vente, facteurs de différenciation des offres commerciales, dans la recherche d'une solution globale non standardisée ;
- Dans certains cas, l'obligation de rechercher des solutions en termes d'approvisionnement et de négocier avec les fournisseurs ;
- La prise en compte indispensable et systématique des dimensions techniques et financières, notamment du risque client, dans l'analyse et la formulation de la solution ;
- Une complexité technique des dossiers et un coût des produits élevé nécessitant une collaboration suivie et des relations contractuelles fortes, fondées sur un climat de confiance ;
- Dans le domaine industriel, une clientèle exigeante agissant généralement selon des procédures d'achat normalisées et fondées sur des critères commerciaux, techniques et financiers préalablement définis.

L'expression de cette relation commerciale peut être différente selon :

- La nature de l'activité de l'entreprise cliente (intégrateur, utilisateur, distributeur, installateur),
- L'existence ou non de prescripteurs internes ou externes,
- Le type de clientèle (professionnels, collectivités locales, administration, particuliers),
- L'expression de la relation (contrat d'objectifs, charte de qualité...),
- Le mode de contact commercial (en face à face, à distance).

Compte tenu de la spécificité des marchés interindustriels sur lesquels il intervient, le titulaire du BTS **Conseil et Commercialisation de solutions techniques** intègre en permanence la prévention des risques professionnels dans sa démarche commerciale.

Le métier de technico-commercial est cependant affecté par des évolutions importantes :

- Une modification continue des cadres réglementaires et normatifs,
- Des entreprises engagées dans un processus d'innovation continu obligeant le titulaire du diplôme **Conseil et commercialisation de solutions techniques** à une formation permanente,
- Le développement de l'expérience client comme facteur de différenciation de l'offre,
- Un mouvement de concentration et la constitution de grands groupes industriels et de négoce,
- La prise en compte par les clients et par l'ensemble des acteurs des exigences du développement durable et de la responsabilité sociale des entreprises (RSE),
- L'impact du numérique sur la relation client, et en particulier le développement du cross canal, l'émergence des places de marché, et les risques liés à l'e-réputation, et dans certains secteurs une concurrence internationale exacerbée.

#### **IV. CONDITIONS GENERALES D'EXERCICE**

Le titulaire du BTS **Conseil et commercialisation de solutions techniques** peut exercer une activité de commercial sédentaire ou itinérant, en face à face ou à distance.

Dans le cadre de son activité sédentaire, il accueille, conseille la clientèle et anime son espace commercial avec pour objectif de vendre une solution adaptée. Il peut aussi réaliser des actions de prospection. Dans toutes ces actions, il utilise les outils de communication à distance à sa disposition (téléphone, messagerie, site internet, réseau social...).

Dans le cadre de son activité itinérante, le titulaire du BTS **Conseil et commercialisation de solutions techniques** visite régulièrement ses clients ou les prescripteurs. Par ailleurs il réalise des actions de prospection sur une zone géographique ou un segment cible. Dans toutes ces actions, il utilise aussi les outils de communication à distance à sa disposition : téléphone, messagerie, site internet, réseau social...

##### **IV.1. Responsabilité et autonomie**

La responsabilité du technico-commercial est engagée dans les différentes phases de ses relations technico-commerciales, de l'analyse du besoin à la mise en œuvre et au suivi de la solution proposée. Il prend des décisions dans le respect des contraintes et des objectifs qui lui sont fixés, en tenant compte des attentes de ses clients, des caractéristiques de son marché et de la concurrence. Il assure à ses clients la conformité de la solution technique proposée à la réglementation et aux normes en vigueur. Dans ses relations avec les différents partenaires (fournisseurs, clients...) le technico-commercial respecte les règles d'éthique des affaires et il inscrit son action dans le cadre des engagements RSE de son entreprise.

Son autonomie est importante : il organise son travail et éventuellement celui d'une équipe, il assure le suivi des résultats en fonction des objectifs fixés, il gère son temps et son budget. Par ailleurs il remonte les informations commerciales et techniques pertinentes sur son marché et rend compte de ses résultats auprès de son supérieur hiérarchique.

##### **IV.2. Maîtrise des produits et des solutions proposées**

Le titulaire du BTS **Conseil et commercialisation de solutions techniques** maîtrise un socle de connaissances de nature technologique, qui fonde sa double compétence et lui permet



d'approfondir son expertise sur les produits et les solutions qu'il propose au client.

Cette expertise porte sur :

- L'intégration des solutions dans une approche systémique prenant en compte les dimensions « matériaux et structures », « énergie » et « information » ;
- Les performances techniques et économiques des produits et solutions, en s'intéressant à l'impact du produit et de son usage tout au long de sa vie, sur son environnement, et dans toutes ses dimensions technologiques et sociales ;
- Les conditions de mise en œuvre de son produit chez le client (proposition de la solution, installation, fonctionnement, formation des utilisateurs, recyclage du produit).

Le numérique impacte non seulement les technologies, mais aussi les modalités de commercialisation, notamment avec le développement du cross-canal. Le processus de vente classique en est profondément modifié, entraînant une dissociation entre les différentes étapes de la vente.

Le titulaire du BTS **Conseil et commercialisation de solutions techniques** doit s'adapter à ces évolutions et maîtriser les outils numériques dans leur diversité :

- Des logiciels de bureautique usuels (texteur, tableur, logiciel de présentation assistée par ordinateur dans les domaines techniques et commerciaux) ;
- Des outils de productivité personnelle,
- Des logiciels techniques et des applications dédiées spécifiques au secteur dans lequel il exerce son activité,
- Des logiciels commerciaux, en particulier de gestion de la relation client (CRM),
- Des outils de communication, d'échange de données informatiques et de travail collaboratif.

### **IV.3. Comportements professionnels**

Le titulaire du BTS **Conseil et commercialisation de solutions techniques** fait preuve de dynamisme, de disponibilité, de mobilité, de capacité d'écoute et de qualités de communication. Ouverture d'esprit et curiosité, rigueur et sens de l'organisation, pugnacité et réactivité, esprit d'équipe et d'initiative sont également des qualités indispensables pour remplir les missions qui lui sont confiées. Il lui est aussi demandé de faire preuve de loyauté professionnelle et de discrétion.

## **V. DESCRIPTION DES ACTIVITES**

Quatre pôles d'activités essentielles caractérisent son métier :

- Conception et commercialisation de solutions technico-commerciales,
- Management de l'activité technico-commerciale,
- Développement de clientèle et de la relation client,
- Mise en œuvre de l'expertise technico-commerciale.

## **PÔLE D'ACTIVITÉS N° 1 : Conception et commercialisation de solutions technico-commerciales**

### **A1.1 Analyse du contexte technique et commercial de la négociation**

**A1.1.T1.** Analyse du marché amont ou aval à travers la recherche d'informations techniques, financières, réglementaires et commerciales

**A1.1.T2.** Repérage des contraintes et opportunités du marché amont ou aval

**A1.1.T3.** Analyse des besoins et comportements d'achat

**A1.1.T4.** Repérage du positionnement de l'offre du vendeur par rapport au contexte client

### **A1.2 Élaboration de solutions technico-commerciales**

**A1.2.T1.** Maîtrise de l'offre technique et commerciale proposée par l'entreprise du vendeur

**A1.2.T2.** Préparation des outils de négociation et des outils d'aide à la vente

**A1.2.T3.** Définition des objectifs de l'entretien adaptés au contexte

**A1.2.T4.** Élaboration d'une démarche de négociation personnalisée

### **A1.3 Conseil et prescription de solutions technico-commerciales**

**A1.3.T1.** Recherche et analyse des attentes techniques et commerciales pour conseiller et prescrire des solutions en fonction du cahier des charges du client

**A1.3.T2.** Présentation argumentée d'une proposition technique, commerciale et financière en utilisant l'expertise sur les solutions proposées

### **A1.4 Négociation, vente et suivi des affaires**

**A1.4T1.** Négociation et adaptation de la solution proposée dans toutes ses composantes

**A1.4T2.** Formalisation de la solution complète négociée

**A1.4T3.** Mise en œuvre de la solution contractuelle dans ses différentes dimensions

**A1.4T4.** Accompagnement technique du client, prise en compte de l'expérience client, évaluation et contrôle de la satisfaction du client, proposition d'amélioration de la solution le cas échéant

**A1.4T5.** Identification des opportunités commerciales dans une logique de partenariat durable

**A1.4T6.** Mise à jour de la base de données client et remontée d'informations en interne et en externe

### **A1.5 Analyse financière d'une relation d'affaire et gestion du risque client**

**A1.5T1.** Analyse du risque client et couverture du risque client

**A1.5T2.** Analyse comptable, financière et commerciale d'une affaire

**A1.5T3.** Analyse de la valeur client et du risque affaire

**A1.5T4.** Gestion des litiges

**Conditions d'exercice :**

Le titulaire du BTS **Conseil et commercialisation de solutions techniques** gère les affaires liées au développement du portefeuille de clientèle. Dans ce contexte professionnel, il élabore, conseille et prescrit une solution adaptée pour répondre aux besoins d'un prospect ou d'un client.

Cette activité peut s'exercer :

- Au sein d'un point de vente physique ou virtuel
- Dans les locaux du prospect ou du client
- Sur le lieu d'utilisation de la solution
- Dans le cadre d'un événement commercial.

Pour mener à bien sa mission, il mobilise des ressources et des informations techniques, commerciales et financières, ainsi que les supports mis à sa disposition.

**Autonomie et responsabilité :**

Il est sous la responsabilité du responsable commercial, du chef d'agence ou du dirigeant (dans les PME/TPE), auquel il rend compte de son activité. Son niveau d'autonomie et de responsabilité dépend de son expérience et de son expertise. Il peut varier en fonction de la taille de l'entreprise, de son secteur d'activité et de la technicité des produits et services proposés. Enfin, son caractère itinérant ou sédentaire peut également avoir un impact sur son degré d'autonomie.

<b>Ressources et moyens</b>	<b>Liaisons fonctionnelles</b>
<p><b>Les moyens matériels :</b>            Les outils numériques dédiés à l'activité commerciale            Les espaces et des moyens dédiés à l'équipe commerciale            Les outils de gestion du risque du client</p> <p><b>Les informations commerciales :</b>            Les informations sur le client ou prospect            Les informations commerciales sur la concurrence            Les outils et supports commerciaux            Les tarifs et la politique tarifaire            Le descriptif de l'offre proposée par l'entreprise en termes de produits et ou services            Les conditions commerciales et financières            Les informations comptables sur le client            Les procédures commerciales internes à l'entreprise</p> <p><b>Les informations techniques :</b>            Les outils et supports techniques            Les outils de démonstration            Les informations techniques sur la concurrence</p> <p><b>Les informations juridiques :</b>            Le droit de la consommation            Le code de commerce            Les contrats types            Les conditions générales de vente</p>	<p><b>Les relations internes</b>            Il est en relation avec l'ensemble des services de l'entreprise et notamment les services production, achat et logistique.</p> <p><b>Les relations externes</b>            Il est en contact direct avec les clients et prospects et avec les partenaires impliqués dans l'affaire (fournisseurs, prescripteurs, distributeurs, installateurs, sous-traitants, prestataires, services de l'État et des collectivités territoriales ...).</p>
<p><b>Résultats attendus</b>            Le contexte technico-commercial de la négociation est clairement identifié            Les attentes du prospect ou du client sont prises en compte à chaque étape du processus commercial            Des actions de suivi sont effectuées pour mener à bien la négociation            Une solution technique et commerciale répondant aux attentes du client est produite            Le respect des réglementations en vigueur, des impératifs de sécurité, de sûreté, de qualité et de confidentialité est garanti            La mise en œuvre efficiente de la prestation définie dans le contrat de vente est réalisée</p>	

L'enrichissement de la base de données clients de l'entreprise est effectué  
La solution proposée est créatrice de valeur pour l'entreprise  
Le client est satisfait de la solution proposée et des conseils prodigués  
Les litiges sont pris en compte en cohérence avec les procédures de l'entreprise  
Le risque client est correctement mesuré  
Un partenariat gagnant-gagnant est initié ou pérennisé avec le prospect ou client

## **POLE D'ACTIVITES N° 2 : Management de l'activité technico-commerciale**

### **A2.1 Animation de l'équipe et du point de vente**

**A2.1T1.** Contribution au recrutement, à l'intégration et à la formation des membres de l'équipe commerciale

**A2.1T2.** Participation à la politique de rémunération individuelle et collective

**A2.1T3.** Dynamisation des relations internes

**A2.1T4.** Exploitation d'outils de productivité individuelle et collective

**A2.1T5.** Animation du point de vente

### **A2.2 Animation des réseaux de partenaires**

**A2.2T1.** Développement des relations externes

**A2.2T2.** Mise en œuvre et gestion d'outils collaboratifs

**A2.2T3.** Conception d'actions de dynamisation des réseaux

### **A2.3 Suivi du parcours client**

**A2.3T1.** Analyse des parcours et de l'expérience client

**A2.3T2.** Participation à l'optimisation du parcours client

### **A2.4 Evaluation de la performance commerciale**

**A2.4T1.** Elaboration et gestion d'outils de suivi du portefeuille clients/prospects/produits/secteur géographique

**A2.4T2.** Elaboration des objectifs et gestion de la performance individuelle

**A2.4T3.** Elaboration des objectifs et gestion de la performance organisationnelle

**A2.4T4.** Elaboration de processus d'amélioration de la compétence commerciale individuelle et collective

**Conditions d'exercice :**

Le titulaire du BTS **Conseil et commercialisation de solutions techniques** anime au jour le jour son équipe commerciale. Il motive ses membres, il participe à leur intégration et à leur formation, il fixe leurs objectifs et il organise leurs activités, dans le temps et dans l'espace. Afin d'optimiser son action, il utilise les outils collaboratifs ainsi que les moyens de communication les plus récents. Enfin, il peut être conduit à animer des réunions ou réaliser des entretiens individuels. *In fine*, il évalue les résultats obtenus par les membres de son équipe, en rend compte à sa hiérarchie et engage les actions correctives nécessaires. Il peut être amené dans ce cadre à participer à la définition de la rémunération individuelle et collective des membres de l'équipe commerciale.

Par ailleurs il anime et dynamise son réseau constitué de ses fournisseurs, clients, distributeurs et prescripteurs. Dans ses relations avec ses partenaires il met en œuvre des outils de gestion collaboratifs.

Il analyse le parcours de ses clients en prenant en compte les différents canaux utilisés. Il est donc en mesure de proposer des améliorations afin d'optimiser l'expérience client de ces derniers.

Enfin, dans l'objectif d'évaluer la performance commerciale de l'entreprise, il élabore des outils de suivi et d'analyse du portefeuille-clients. Ces outils lui permettent de mesurer l'atteinte des objectifs individuels et collectifs et de contribuer à des processus d'amélioration des compétences individuelles et collectives de l'organisation.

**Autonomie et responsabilité :**

Il définit les objectifs de l'équipe et de ses membres en collaboration avec son supérieur hiérarchique, avec une autonomie croissante. Il est force de proposition et/ou acteur pour la mise en œuvre de solutions d'optimisation de la performance. Il est amené à évoluer dans de la fonction managériale vers des fonctions d'encadrement.

Ressources et moyens	Liaisons fonctionnelles
<p><b>Les moyens matériels</b>            Les outils de productivité personnelle et de planification            Les outils de gestion collaboratifs            Le tableur            Les outils de présentation assistée par ordinateur            Les outils de mesure de la performance commerciale            Les outils digitaux commerciaux</p> <p><b>Les informations commerciales</b>            Les supports fournisseurs (documentation, publicité sur le lieu de vente)            La documentation commerciale des tiers (fournisseurs, clients, prescripteurs)            Les résultats commerciaux de l'entreprise (CA par produit, par secteur, marges, taux d'évolution)            Les résultats d'enquêtes de satisfaction</p> <p><b>Les informations juridiques</b>            Le code du travail            Les conventions collectives de branche            Les conventions collectives d'entreprise            Les contrats de travail</p> <p><b>Les informations RH de l'entreprise</b>            Les procédures internes de l'entreprise            Les plans de formation            Les évaluations individuelles            Les bulletins de salaire</p>	<p><b>Les relations internes</b>            Il est en relation avec sa hiérarchie, le service des ressources humaines et les membres de son équipe pour la définition, le suivi et l'évaluation de la performance commerciale individuelle et collective.</p> <p><b>Les relations externes</b>            Il est en relation avec les acteurs de la chaîne d'approvisionnement (supply chain) dans son ensemble (fournisseurs, prescripteurs, acheteurs, utilisateurs), dans une optique de partenariat et de création de valeur.</p>

**Résultats attendus**

La performance commerciale individuelle et collective est optimisée

L'équipe est impliquée dans la réalisation des objectifs et de leur suivi

La politique de rémunération mise en œuvre est efficace et motivante

Les parcours et l'expérience client sont améliorés

Les compétences individuelles et collectives sont améliorées

Des outils de mesure, de suivi et d'amélioration de la performance sont mis en œuvre

## **PÔLE D'ACTIVITÉS N° 3 : Développement de la clientèle et de la relation client**

### **A3.1 Prospection de clientèle**

**A3.1T1.** Identification des opportunités de développement et des cibles à démarcher

**A3.1T2.** Création et exploitation d'une base de données qualifiée

**A3.1T3.** Création d'outils d'aide à la prospection

**A3.1T4.** Détection des clients potentiels dans le cadre d'une stratégie cross-canal

**A3.1T5.** Suivi et évaluation des actions de prospection

### **A3.2 Marchandisage et dynamisation de l'offre commerciale**

**A3.2T1.** Elaboration et adaptation en continu de l'offre de produits et de services

**A3.2T2.** Organisation et agencement de l'espace de vente phygital

**A3.2T3.** Mise en valeur de l'offre commerciale

**A3.2T4.** Accompagnement des clients dans l'utilisation des outils digitaux

### **A3.3 Participation à la politique de communication**

**A3.3T1.** Création d'outils liés à la politique de communication

**A3.3T2.** Mise en œuvre de démarches promotionnelles

**A3.3T3.** Organisation et animation des opérations événementielles

**A3.3T4.** Activation permanente de la relation client dans le cadre d'une stratégie digitale

### **A3.4 Fidélisation de la clientèle, valorisation de la relation client**

**A3.4T1.** Mise en œuvre d'actions de notation et de profilage

**A3.4T2.** Création d'actions de fidélisation

**A3.4T3.** Mesure de la satisfaction client

**A3.4T4.** Suivi et évaluation des actions de fidélisation



**Conditions d'exercice :**

Le titulaire du BTS **Conseil et commercialisation de solutions techniques** joue un rôle essentiel en matière de développement de clientèle. En qualité de technico-commercial itinérant, il analyse de manière fine et rigoureuse les potentialités d'affaires sur le secteur qui lui est confié. Il conduit des actions de prospection en relation avec les objectifs commerciaux de l'entreprise. Il est attentif à repérer et à proposer des produits ou services complémentaires permettant de renforcer la qualité et la diversité de l'offre de son entreprise. En qualité de technico-commercial sédentaire, il joue un rôle prépondérant pour agencer et renforcer l'attractivité de l'espace de vente.

Sa connaissance et son appétence pour l'utilisation professionnelle des outils digitaux lui permettent d'accompagner ses clients ainsi que ses collaborateurs dans le déploiement de parcours client cross-canal. Conscient de l'importance de la fidélisation d'une clientèle toujours plus avisée et volatile, il s'emploie à instaurer une relation de proximité et de confiance avec ses clients.

L'ensemble des actions commerciales qu'il conduit doit être considéré sur un temps long, dans lequel l'évaluation de la valeur du client s'avère prégnante.

**Autonomie et responsabilité**

L'autonomie du technico-commercial est nécessaire pour qu'il puisse développer son portefeuille-clients dans le cadre des missions et des objectifs qui lui sont fixés. Cette autonomie est néanmoins encadrée par le responsable commercial et s'exerce dans le respect de la législation, des règles de l'entreprise et de la déontologie professionnelle.

Ressources et moyens	Liaisons fonctionnelles
<p><b>Les moyens matériels</b>            Les outils numériques commerciaux            Les outils de productivité et de mobilité            Les espaces de vente physiques et virtuels et les équipements de présentation            Les bases de données internes et externes            La carte des secteurs</p> <p><b>Les informations commerciales</b>            Des informations sur le marché et la zone de chalandise, les tableaux de bord            Des informations sur la stratégie commerciale et marketing de l'entreprise            Le plan de marchéage            L'organigramme du service commercial            Les procédures internes à l'entreprise            Les documents commerciaux            L'identité visuelle de l'entreprise            Les enquêtes de satisfaction</p> <p><b>Les informations techniques</b>            Les échantillons, nuanciers, outils de démonstration            Les guides de pose et de mise en œuvre            Les fiches produits et documentations techniques</p> <p><b>Les informations juridiques</b>            Les CGV            Les contrats            Les réglementations relatives aux appels d'offres</p>	<p><b>Les relations internes</b>            Le développement de la relation client nécessite des relations constantes avec les différents services de l'entreprise.</p> <p><b>Les relations externes</b>            Le technico-commercial doit établir (outre des relations avec ses clients et ses prospects) des relations avec d'autres intervenants sur le marché tels que :            - les autres membres de son réseau commercial,            - les prescripteurs,            - les distributeurs,            - les fournisseurs et les centrales d'achat,            - les prestataires de services,            - les organismes professionnels,            - les administrations, les collectivités locales et les autres acteurs locaux.</p>

**Résultats attendus**

Les cibles à démarcher sont pertinentes

Les actions de prospection à engager sont hiérarchisées

Les fichiers opérationnels sont qualifiés

Les outils d'aide à la vente créés sont efficaces et personnalisés

Les temps de visite en clientèle sont optimisés

Le chiffre d'affaires par segment est augmenté

Les espaces de vente sont aménagés de façon attractive et optimale

La satisfaction et la fidélité des clients progressent

Les clients sont accompagnés dans la politique de digitalisation de l'entreprise

La qualité de service est conforme aux attentes des clients et aux objectifs de l'entreprise

Une analyse réflexive est conduite sur les actions de prospection, de développement et de fidélisation de la clientèle de façon pertinente

## **PÔLE D'ACTIVITÉS N° 4 : Mise en œuvre de l'expertise technico-commerciale**

### **A4.1 Réalisation de la veille commerciale, technologique, juridique et normative**

**A4.1T1.** Collecte et traitements des données produits-marchés

**A4.1T2.** Collecte et synthèse des données fournisseurs

**A4.1T3.** Repérage et traitement des informations sur les évolutions juridiques, réglementaires et normatives

**A4.1T4.** Identification des solutions techniques concurrentes et des évolutions technologiques du marché

### **A4.2 Diffusion des informations liées aux innovations, aux évolutions technologiques et commerciales**

**A4.2T1.** Mise à jour de supports d'informations

**A4.2T2.** Création des supports d'informations

**A4.2T3.** Mise à disposition dans le système d'information de l'entreprise des supports créés

**A4.2T4.** Formation des partenaires, prescripteurs, clients...

### **A4.3 Exploitation des technologies et solutions en relation avec l'environnement client**

**A4.3T1.** Analyse de l'environnement et du besoin client

**A4.3T2.** Analyse des potentialités des technologies et solutions disponibles

**A4.3T3.** Elaboration de solutions adaptées créatrices de valeur

**A4.3T4.** Définition de solutions intégrées avec les fournisseurs auprès des segments cibles

**Conditions d'exercice :**

Le titulaire du BTS Conseil et commercialisation de solutions techniques est appelé à réaliser une veille technologique, juridique et normative en actualisant ses connaissances et en enrichissant la base de données de l'entreprise. Il assure une diffusion, en interne et en externe, des innovations et informations technologiques et commerciales. A partir du potentiel d'affaires du client ou du prospect (client potentiel) il exploite les technologies et solutions dans l'optique d'une création de valeur. Il doit être en mesure de mobiliser tout outil numérique disponible.

**Autonomie et responsabilité**

Il met en œuvre son expertise sous la responsabilité du responsable d'agence ou de secteur qui détermine son niveau d'autonomie et auquel il rend compte de son activité. La taille de l'entreprise est un facteur important pour le degré d'autonomie.

Ressources et moyens	Liaisons fonctionnelles
<p><b>Les moyens matériels</b>            Les outils numériques (logiciel, progiciel, maquette virtuelle)            Les prototypes            Les supports-vidéos            Les guides de mise en œuvre            Les tests et les démonstrations</p> <p><b>Les informations commerciales</b>            Les sites de l'entreprise et des concurrents            La demande du marché et les informations sur les clients            La documentation des fournisseurs            Les réseaux sociaux et les communautés            Les événements commerciaux            Les « showrooms » constructeurs, fournisseurs et concurrents            Les publications et publi-rédactions de l'entreprise</p> <p><b>Les informations techniques</b>            Les séminaires techniques            Les publications des fédérations et syndicats professionnels            Les publications de la presse professionnelle            Les publications scientifiques et techniques            Une documentation spécifique à l'international            Les fiches conseil</p> <p><b>Les informations juridiques, réglementaires et normatives</b>            Une documentation juridique,            La réglementation du travail            Les procédures internes à l'entreprise            La base normative            Les bases des brevets, marques, dessins et modèles</p>	<p><b>Les relations internes</b>            Il est en relation avec l'ensemble des services de l'entreprise ainsi qu'avec le pôle expert.</p> <p><b>Les relations externes</b>            Il est en contact direct avec les clients, les fournisseurs, les constructeurs, les distributeurs, ainsi qu'avec un certain nombre de partenaires institutionnels (État, AFNOR, INPI, branches professionnelles et syndicats).</p>
<p><b>Résultats attendus</b>            Les données collectées sont pertinentes et exploitables            Les évolutions sont repérées et caractérisées            La base de données est actualisée et enrichie            Les supports d'information sont adaptés et exploitables</p>	

Les supports d'information respectent les procédures de l'entreprise  
La formation dispensée est adaptée aux différentes cibles  
L'analyse des segments de marché est complète, exploitable  
Les potentialités des technologies et solutions disponibles sont caractérisées et hiérarchisées  
Les solutions élaborées sont commercialisables et sont créatrices de valeur

**Annexe III**  
**Référentiel de compétences**  
**Brevet de technicien supérieur**  
**Conseil et commercialisation de solutions techniques**

<b>Bloc de compétences N°1 : Concevoir et négocier des solutions technico-commerciales</b>	
<b>Compétences</b>	<b>Savoirs associés</b>
<p><b>C1.1 Préparer une négociation technique et commerciale</b>            Identifier des informations sur l'offre, la réglementation et les acteurs            Prendre en compte le parcours digital du client ou prospect            Analyser et traiter des informations clé            Concevoir une stratégie de négociation technique et commerciale</p> <p><b>C1.2 Conseiller, prescrire et communiquer tout au long du processus de négociation</b>            Conseiller un client sur les solutions techniques compte tenu de ses contraintes et de ses attentes            Mobiliser les outils de communication            Transmettre un message adapté à l'interlocuteur à l'oral et à l'écrit            Travailler de façon collaborative            Assurer une veille permanente</p> <p><b>C1.3 Gérer le risque affaire et le risque client</b>            Mesurer la solvabilité d'un client            Identifier et intégrer le risque affaire            Défendre les marges            Maitriser les aspects comptables, financiers, commerciaux d'une affaire</p> <p><b>C1.4 Mettre en œuvre l'entretien de vente technico-commercial</b>            Analyser les besoins actuels d'un client            Détecter le potentiel d'achat d'un client            Proposer des solutions adaptées au besoin d'un client            Réaliser une argumentation personnalisée            Finaliser un accord</p> <p><b>C1.5 Assurer le suivi d'une affaire</b>            Assurer la traçabilité des échanges avec un client            Veiller à la bonne exécution d'un contrat            Mesurer la satisfaction d'un client            Gérer les dysfonctionnements            Établir une relation commerciale durable et de qualité</p>	<p><b>Communication interpersonnelle</b>            Théorie de la communication            Communication écrite            Communication orale            Analyse de la relation interpersonnelle            Formes et situations de négociation            Outils collaboratifs</p> <p><b>Composantes d'une situation technico-commerciale</b>            Profil du client ou prospect            Processus d'achat du client ou prospect            Solutions techniques au besoin du client            Situation de marché relatif à l'affaire            Paramètres commerciaux            Cadre juridique spécifique            Mesures financières et fiscales applicables            Analyse du risque client et du risque affaire</p> <p><b>Stratégie de négociation</b>            Objectifs de la négociation            Outils de négociation            Process de la négociation</p> <p><b>Éthique professionnelle et obligation légale de conseil</b></p> <p><b>Suivi d'une négociation</b></p>

**Critères d'évaluation :**

- Le contexte technico-commercial et les attentes du prospect sont identifiés
- Le risque client /affaire est pris en compte
- Une démarche collaborative est mise en œuvre
- Les objectifs de négociation sont définis et adaptés
- Des outils de négociation adaptés sont préparés
- Une démarche proactive de négociation est mise en œuvre
- Une solution technique et commerciale répondant aux besoins du client est proposée
- Des outils de communication et de négociation adaptés au contexte sont mobilisés
- La prestation définie est formalisée conformément à l'accord
- Des actions de suivi sont effectuées

**Bloc de compétences N°2 : Manager l'activité technico-commerciale**

Compétences	Savoirs associés
<p><b>C2-1 Recruter et former des collaborateurs</b> Evaluer les besoins en compétences et en personnel Définir un profil de poste Identifier les étapes d'un recrutement Conduire un entretien Elaborer un plan de formation Mobiliser des outils de productivité Mettre en œuvre des actions de motivation Evaluer les performances individuelles</p> <p><b>C2-2 Animer un réseau</b> Identifier les acteurs d'un réseau Gérer et diffuser les informations au sein d'un réseau Participer au pilotage d'un réseau</p> <p><b>C2-3 Analyser les parcours pour optimiser l'expérience client</b> Identifier les parcours client Mobiliser les outils digitaux et proposer des améliorations du parcours client Evaluer l'efficacité des solutions proposées</p> <p><b>C2-4 Evaluer la performance commerciale</b> <b>Définir des objectifs commerciaux</b> Déterminer des critères d'appréciation de la performance Mesurer la performance à l'aide d'indicateurs Déterminer des axes d'amélioration de la performance</p>	<p><b>Gestion des ressources humaines</b> Modalités d'un recrutement Politique de formation Modes de rémunération Communication managériale Conduite des entretiens Animation de groupes Outils de productivité individuels et collectifs</p> <p><b>Animation de réseaux</b> Techniques d'animation de réseaux Outils collaboratifs Outils de création de contenus digitaux Système d'information commercial Logistique et politique d'approvisionnement Réseaux informatiques dédiés Protection des données personnelles</p> <p><b>Marketing, management B to B</b> <b>Marketing expérientiel B to B</b> <b>Processus d'achat</b> <b>Canaux de distribution</b> <b>Gestion du marché</b> <b>Solutions digitales et approche servicielle</b> <b>Communication commerciale</b> <b>Outils de gestion</b> Mesure de la performance Espaces d'influence commerciale Portefeuille clients Prix, coûts, marges Méthodes de prévision Analyse de la valeur client Tableaux de bord Outils de planification</p>

**Critères d'évaluation**

Les besoins en compétences et en formation sont identifiés  
Le processus de recrutement est efficient  
Des contenus de formation ciblés sont créés  
Des facteurs de motivation adaptés sont mis en œuvre  
La performance des collaborateurs est mesurée  
Les acteurs du réseau sont identifiés et qualifiés  
Une information pertinente et actualisée est diffusée dans le réseau  
Des actions adaptées d'animation au sein du réseau sont déployées  
Les performances commerciales des parcours clients sont évaluées  
Une cartographie de l'expérience client est proposée  
Les objectifs commerciaux sont fixés  
Des indicateurs de la performance commerciale sont choisis et analysés  
Les actions correctives nécessaires sont opérationnelles



## Bloc de compétences n° 3: développer la clientèle et la relation client

Compétences	Savoirs associés
<p><b>C3.1 Préparer, conduire et évaluer une action de prospection</b>            Définir des objectifs de prospection            Établir un budget de prospection            Qualifier les bases de données            Cibler une clientèle            Répondre à un appel d'offres            Mettre en œuvre une action de prospection            Etablir le bilan de l'action de prospection engagée</p> <p><b>C3.2 Participer à la définition et à la valorisation de l'offre</b>            Mobiliser les informations sur les innovations produit/service            Identifier les opportunités du marché            Proposer des évolutions de l'assortiment            Mettre en valeur l'offre sur le lieu de vente ou d'exposition, physique ou virtuel            Proposer des évolutions de la mise en valeur de l'offre            Favoriser l'utilisation des outils digitaux au sein de l'espace de vente</p> <p><b>C3.3 Contribuer à la réalisation d'actions promotionnelles et/ou évènementielles</b>            Sélectionner les supports de communication en adéquation avec les cibles visées            Proposer et actualiser des contenus phygitaux            Elaborer et suivre un plan d'actions            Animer une opération promotionnelle et/ou évènementielle            Mesurer les retombées des évènements mis en place            Assurer le suivi des actions engagées</p> <p><b>C3.4 Créer et développer une relation client durable</b>            Evaluer le potentiel des clients            Personnaliser la relation client            Proposer et/ou enrichir les actions de fidélisation            Choisir des indicateurs de mesure de la satisfaction client            Mesurer l'évolution de la satisfaction            Proposer des actions de remédiation</p>	<p><b>Fondamentaux de la mercatique</b>            Démarche mercatique            Plan de marchéage            Segmentation            Ciblage            Positionnement            Mercatique éthique et durable</p> <p><b>Démarches et outils de prospection</b>            Objectifs de prospection            Techniques de prospection            Budget de prospection            Appel d'offres            Data client            Logiciels de gestion de la relation client            Applications numériques professionnelles            Réseaux sociaux professionnels</p> <p><b>Politique d'offre produit / service</b>            Veille et parangonnage (benchmarking)            Gestion de l'assortiment            Politique de marque            Services associés</p> <p><b>Stratégie de commercialisation</b>            E-commerce            M-commerce            E-marketing            Places de marché à destination des professionnels            Parcours clients</p> <p><b>Moyens de communication</b>            Outils et supports de communication            Signalétique            Analyse de trafic et de mesures d'audience</p> <p><b>Evènements commerciaux</b>            Typologie des évènements            Techniques d'animation</p> <p><b>Marketing</b>            Scorage et profilage            Gestion des comptes clients            Programmes de fidélisation            Enquêtes et études de satisfaction</p>

**Critères d'évaluation**

Les segments de marchés et les cibles sont identifiés

Les objectifs et la démarche de prospection sont définis et justifiés

Des outils de prospection adaptés sont créés et/ou mobilisés

Des préconisations adaptées d'évolution de l'offre sont formulées

Des propositions de mise en valeur des espaces de ventes sont énoncées

Les supports de communication créés et/ou mobilisés sont adaptés

Les actions sont conduites et animées avec efficacité

Des actions pertinentes de personnalisation de la relation commerciale sont proposées

Les actions de personnalisation de la relation commerciale sont mises en œuvre de façon efficace

Un plan d'actions cohérent est proposé

Des tableaux de bord avec des indicateurs pertinents sont mis en œuvre et exploités

Une analyse réflexive de l'action est menée

<b>Bloc de compétences N°4 : Mettre en œuvre l'expertise technico-commerciale</b>	
<b>Compétences</b>	<b>Savoirs associés</b>
<p><b>C4.1 Réaliser une veille concurrentielle et sectorielle</b>            Identifier les sources d'informations            Rechercher les informations            Collecter les données            Classifier les données            Mettre en forme l'information à la cible et la diffuser            Respecter les règles de communication technique et les procédures de l'entreprise            Actualiser une base de données</p> <p><b>C4.2 Analyser les besoins d'un secteur/d'un segment</b>            Déterminer les besoins d'un segment/ou d'un secteur            Prendre en compte les différents objectifs de l'entreprise            Intégrer les normes en vigueur pour le segment cible            Déterminer les différentes composantes d'une solution technico-commerciale            Participer à l'élaboration du cahier des charges fonctionnel, à son évolution</p> <p><b>C4.3 Produire des solutions technico-commerciales pour un segment cible</b>            Identifier et caractériser des solutions            Classifier des solutions à partir de critères technico-économiques (techniques, économiques, financiers) du cahier des charges            Mobiliser des ressources, les partenaires externes et internes            Elaborer des solutions adaptées à un problème technico-économique identifié</p> <p><b>C4.4 Mettre en œuvre une formation technique pour le segment cible</b>            Identifier les besoins            Définir les objectifs            Définir une méthodologie            Choisir les ressources            Elaborer des supports adaptés            Animer la formation</p>	<p><b>Recherche d'informations / Veille technologique</b>            (benchmark technologique)</p> <p><b>Communication technique</b></p> <p><b>Différents types, modalités et outils de formation</b></p> <p><b>Projets technico- commerciaux</b></p> <p><b>Spécifications techniques</b>  <b>Paramètres de la compétitivité</b></p> <p><b>Approche fonctionnelle et structurelle des solutions</b></p> <p><b>Solutions constructives</b></p> <p><b>Typologie des matériaux et des procédés associés</b></p> <p><b>Comportement des solutions</b></p> <p><b>Caractérisation et choix de solutions</b></p>

**Critères d'évaluation**

Une synthèse des informations pertinentes est produite.

La diffusion est adaptée à la cible.

Les besoins du segment sont identifiés.

Les démarches et techniques de l'entreprise sont intégrées.

Les critères technico-économiques sont identifiés et pris en compte.

Les solutions retenues sont conformes aux objectifs fixés dans le respect des exigences.

Les besoins et les objectifs de formation sont clairement définis.

Les supports de formation sont adaptés au segment cible.

L'animation de la formation est efficiente.

## Savoirs et limites de savoirs

### Bloc de compétences N°1 : Concevoir et négocier des solutions technico-commerciales

Savoirs associés	Limites de savoirs
<b>Communication interpersonnelle</b>	
Théorie de la communication	Définition, composantes, enjeux, registre de langage, discours expert
Communication écrite	Appels d'offres, cahiers des charges, dossiers de présentation d'une offre
Communication orale	Verbale et non verbale, écoute active, empathie, techniques de reformulation
Analyse de la relation interpersonnelle	Connaissance de soi et prise en compte de l'autre, Relations entre les acteurs : statuts et rôles
Formes et situations de négociation	Face à face et à distance, synchrone et asynchrone
Outils collaboratifs	Repérage et utilisation des outils collaboratifs disponibles entre les différents acteurs de l'affaire considérée
<b>Composantes d'une situation technico-commerciale</b>	
Profil du client ou prospect	<p>Client/ prospect : demandeur et non demandeur, client actif et inactif, type d'application, demande dérivée</p> <p>Motivations d'achat et attentes, Critères de choix d'un fournisseur ou d'un prestataire, Personnalité, socio styles</p> <p>Situations d'achat, historique de la relation et du courant d'affaires, fiche client dans la base de données clients</p> <p>Valeur client : Potentiel d'achat technique et commercial, en valeur, en volume, poids actuel ou potentiel dans le portefeuille clients Parcours phygital des acteurs de l'affaire, sources d'information physiques et digitales du client ou prospect</p> <p>Marge de négociation des acteurs : enjeu financier et commercial de la solution technique pour le client, concessions envisageables, éléments, non négociables, points de blocage ou de rupture, zones d'intérêt commun</p>
Processus d'achat du client ou prospect	Acteurs du processus d'achat : prescripteurs décideurs utilisateurs acheteurs, demande dérivée Circuit de décision : Étapes du processus d'achat

Solutions techniques au besoin du client	Offre globale Préconisations en termes de produits Préconisations en termes services associés : logistique, maintenance, formation, financement, SAV Caractéristiques, performances techniques et commerciales, options, services
Situation de marché relatif à l'affaire	Offre de produits et services dans le domaine considéré, caractéristiques du marché Cadre réglementaire, normes Positionnement de l'offre par rapport à des solutions alternatives directes et indirectes, avantages comparatifs
Paramètres commerciaux	Conditions commerciales et financières Marges commerciales, calculs commerciaux, panier moyen Gestion des stocks, aspects logistiques de l'affaire considérée
Cadre juridique spécifique	Conditions de vente Contrat de vente Spécificités du droit des contrats de vente en B to B et en B to C Clause de réserve de propriété
Mesures financières et fiscales applicables	Modes et moyens de règlement et de financement Rentabilité d'un investissement, amortissement TVA applicable Mesures fiscales spécifiques
Analyse du risque client et du risque affaire	Notions comptables, documents de synthèse de la comptabilité financière Solvabilité du client : prévention du risque client, outils de maîtrise du risque client, coût de la couverture du risque client Indentification du niveau de risque affaire
<b>Stratégie de négociation</b>	
Objectifs de la négociation	Objectif stratégique en lien avec la politique commerciale Objectifs spécifiques de l'entretien au stade considéré de l'affaire
Outils de négociation	Plan de découverte ou entonnoir de découverte Argumentaires Tableaux comparatifs de concurrence Outils d'aide à la vente : supports physiques et digitaux Devis, bons de commande et facture
Process de la négociation	Déroulement d'une affaire dans le domaine considéré Techniques de prise de contact, de questionnement, de reformulation, de formulation de la proposition, d'argumentation, de traitement des objections, de défense du prix, de conclusion et de contractualisation de la vente

<p><b>Éthique professionnelle et obligation légale de conseil</b></p>	<p>Notions d'éthique et de déontologie  Responsabilité légale de l'entreprise dans les solutions vendues  Expertise technique relative à l'affaire considérée  Expertise réglementaire et normative liées à la sécurité des personnes et des biens  Éco-responsabilité de la solution préconisée</p>
<p><b>Suivi d'une négociation</b></p>	<p>Compte rendu de visite  Mise à jour et enrichissement de la base de données client  Suivi de la mise en œuvre de la solution vendue  Mesure de la satisfaction client  Actions de suivi en vue de la fidélisation du client  Logique de partenariat  Sources de litiges et gestion des litiges</p>

## Bloc de compétences N°2 : Manager l'activité technico-commerciale

Savoirs	Limites de savoirs
<p><b>Gestion des ressources humaines</b>            Modalités d'un recrutement            Politique de formation            Modes de rémunération            Communication managériale            Conduite des entretiens            Animation de groupes            Outils de productivité individuels et collectifs</p>	<p>Caractéristiques d'un profil de poste            Etapes d'un recrutement            Guides de recrutement            Supports de diffusion d'annonce            Structure d'un plan de formation,            Obligations en matière de formation, le CPF            Styles de management            Supports d'information interne            Entretiens annuels            Modes de rémunération : le salaire, le fixe, le variable, les primes            Techniques d'animation de groupe            Statuts et rôles            Gestion des conflits</p>
<p><b>Animation de réseaux</b>            Techniques d'animation de réseau            Outils collaboratifs            Outils de productivité individuels et collectifs            Outils de création de contenus digitaux            Système d'information commerciale            Logistique, les politiques d'approvisionnement            Réseaux informatiques dédiés            Outils de création de contenus digitaux            Système d'information commerciale            Protection des données personnelles</p>	<p>Agendas, les planificateurs, les outils de navigation et de mobilité, applications de géomarketing            Plateformes collaboratives, les messageries,            Réseaux sociaux professionnels            Plateformes commerciales, les sites marchands, les progiciels de gestion intégrés (PGI)            Logiciels de création de site web            Techniques d'optimisation du CTA (passage à l'action)            RGPD            Analyse de l'expérience d'achat            Exploitation des datas clients            Valeur d'usage, valeur perçue</p>
<p><b>Marketing management B to B</b>            Marketing expérientiel            Communication commerciale            Processus d'achat            Canaux de distribution            Gestion du marchéage            Solutions digitales dans une approche servicielle</p>	<p>Communication professionnelle média / hors média            Communication digitale – l'e-réputation            Plan média / média digital            Mesure de l'audience            Communication institutionnelle            Salons et foires            Circuits et canaux de distribution            Filières, partenariats et stewardship            Rôle des grossistes,            Rôle de l'agence            Stratégies multicanal, cross canal, omnicanal            Cohérence des éléments du marchéage</p>
<p><b>Outils de gestion</b>            Mesure de la performance            Prix, les coûts, la marge,            Méthodes de prévision            Analyse de la valeur client            Tableaux de bord            Outils de planification            Organisation d'un porte-feuille client            Différents espaces d'influence commerciale</p>	<p>Indicateurs CA, marge unitaire, taux de marge            Indicateurs clé de performance : taux de couverture de la cible, taux de contact, taux de conversion, taux de retour, taux d'impayés, scorage            Structures de coûts : cout d'achat, de revient, de distribution, remise, rabais, ristourne et réduction financière            Coûts fixes, coûts variables, seuil de rentabilité, ROI            Segmentation et typologie de client</p>



	<p>Valeur client, coût d'acquisition, coût de fidélisation, coût de rupture</p> <p>Parts de marché, indice de concentration, densité de clientèle</p> <p>Tableaux de bords, écarts, indices, %, Budget de vente, de trésorerie, budget d'approvisionnement</p> <p>Méthodes de prévision : ajustement linéaire, moindres carrés, points extrêmes, coefficients saisonniers</p>
--	---

## Bloc de compétences N°3 : Développer la clientèle et la relation client

Savoirs associés	Limites de savoirs
<p><b>Démarches et outils de prospection</b>            Objectifs de prospection            Techniques de prospection            Budget de prospection            Appel d'offres            Data client            Logiciels de gestion de la relation client            Applications numériques professionnelles            Réseaux sociaux professionnels</p> <p><b>Politique d'offre produit service</b>            Veille et parangonnage (benchmarking)            Gestion de l'assortiment            Politique de marque            Mise en avant des services associés</p> <p><b>Stratégie de commercialisation</b>            E-commerce, m-commerce et e-marketing            Places de marché à destination des professionnels            Marchandisage            Parcours clients</p> <p><b>Moyens de communication</b>            Outils et supports de communications            Signalétique            Analyse de trafic et mesure d'audience</p> <p><b>Evènements commerciaux</b>            Typologie des évènements            Techniques d'animation</p>	<p>Définition des segments            Ciblage            Positionnement            Guide d'entretien            Prospection physique et à distance            Appels d'offres public et privé            Actualisation et enrichissement des données            PGI, CRM, progiciels réseaux            Marketing communautaire            Tableau de bord pré et post prospection</p> <p>Tableaux comparatifs de concurrence            Gamme, lignes et références            Cycle de vie commercial des produits            Typologie des marques</p> <p>Outils interactifs du point de vente            Actualisation des supports virtuels            Géolocalisation de la clientèle            Opportunités et menaces des places de marché            Affiliation et référencement            Enjeux et techniques du marchandisage            Principes d'aménagement de l'espace            E-merchandising</p> <p>Animation d'un blog            Rédaction et diffusion de newsletter            Utilisation raisonnée des réseaux sociaux            Typologie des communautés d'acheteurs</p> <p>Animation commerciale des unités physiques et virtuelles, permanentes ou éphémères            Opérations promotionnelles            Réglementation des animations commerciales et des actions promotionnelles            Suivi des performances des animations commerciales et des actions promotionnelles</p> <p>Utilisation des méthodes de notation            Analyse de comptes client            Proposition d'un programme de fidélisation            Construction des questionnaires            Analyse des résultats et préconisations</p>

<b>Marketing relationnel</b> Notation et profilage Gestion des comptes clés Programme de fidélisation Enquêtes et études de la satisfaction	
---	--

## Bloc de compétences N°4 : Mettre en œuvre l'expertise technico-commerciale

Savoirs associés	Limites de savoirs
<p><b>Recherche d'informations / Veille technologique (Benchmark technologique)</b></p> <p>Outils de collecte de l'information Bases de données brevets, marques, dessins Outils de recherche et de tri et de mise à jour de contenu Outils de diffusion et partage Outils d'organisation du travail collaboratif</p> <p><b>Différents types, modalités et outils de formation</b></p> <p>Formation présentielle, à distance, hybride Démonstrateurs physiques, virtuels et tutoriels Scénarii de démonstration</p> <p><b>Communication technique</b></p> <p>Carte mentale Représentations numériques, maquette virtuelle Immersion 3D Réalité augmentée Croquis, diagrammes, schémas normalisés et non normalisés Diagrammes, organigrammes Représentation et maquette 2D, 3D, prototype et maquette physique</p> <p><b>Projets technico- commerciaux</b></p> <p>Phases du projet Principes d'organisation et planification Gestion et suivi Cahier des charges Contexte réglementaire Rôle, fonctions et responsabilités des intervenants</p> <p><b>Spécifications techniques des solutions</b></p> <p>Paramètres de la compétitivité Les labels de performance Innovation (de produit, de procédé, de marketing...) Recherche de solution technique Ergonomie (notion de confort, d'efficacité, de sécurité)</p> <p>Compromis complexité-efficacité-coût</p>	<p>Flux RSS, abonnements presse, solutions de veille automatique Modalités de protection d'une idée, d'une innovation Principales normes liées au secteur d'activité Limites et contraintes d'une Gestion Electronique des Documents, outils collaboratifs</p> <p>Connaissances à aborder lors d'études de cas pour un segment retenu Utilisation de démonstrateurs, participation à la réalisation de tutoriels Elaboration de scénarii de démonstration</p> <p>Limitation à l'utilisation d'immersion 3D, de réalité augmentée</p> <p>Réalisation, exploitation et/ou lecture de carte mentale, croquis et schémas normalisés et non normalisés, diagramme, organigramme</p> <p>Exploitation et/ou lecture de maquette virtuelle, de représentation graphique normalisée, de maquette 2D-3D, prototype et maquette physique</p> <p>Connaissances à aborder lors d'études de cas pour un segment retenu Utilisation d'outils de planification (Diagramme de Gantt, chemin critique, revue de projet) Décodage de différents formalismes de cahier des charges et écriture en fonction de l'interlocuteur ou du segment Mise en relief de l'élaboration de solutions en prenant en compte les réglementations en vigueur</p> <p>Identification des labels et impact sur les produits, les solutions Utilisation des bases de données brevets, marques et modèles pour la recherche de solutions techniques</p> <p>Comparaison (analyses relatives) de solutions en</p>

<p>Critères de performance environnementale</p> <p>Cycle de vie d'un produit/ d'une solution, impacts environnementaux associés</p> <p><b>Approche fonctionnelle et structurelle des solutions</b> Les chaînes de puissance, les types d'énergie stockée, les types de conversion de puissance, les types de modulation électrique, la transmission de puissance</p> <p>Typologie des chaînes d'information, l'acquisition d'une grandeur physique, le traitement d'une information, la transmission d'une information</p> <p>Structure d'une application logicielle</p> <p>Ossatures et enveloppes d'un système</p> <p><b>Approche comportementale des solutions, des produits</b> Caractérisation des solutions Définition de limites de performances</p> <p><b>Solutions constructives</b> Constituants de puissance Constituants de l'information Constituants d'un système architectural</p> <p><b>Typologie des matériaux et des procédés associés</b> Matériaux naturels et artificiels Critères et principes de choix des matériaux, critères environnementaux Procédés d'obtention</p> <p><b>Caractérisation et choix de solutions</b></p>	<p>disposant de bases de données de coût</p> <p>Identification des paramètres influant sur le coût de l'énergie et sur sa disponibilité à travers des études de dossiers technico-économiques</p> <p>Prise en compte du cycle de vie d'un produit/d'une solution par approche comparative de cas d'optimisation</p> <p>Caractérisation externe des fonctions associées Représentation graphique sous forme de schémas blocs Connaissances pour le segment retenu et pour chaque fonction dédiée :  <ul style="list-style-type: none"> <li>- des principes de solutions utilisés</li> <li>- des solutions usuelles associées</li> <li>- de leurs représentations (schéma cinématique, schéma normalisé)</li> </ul> </p> <p>Identification de la constitution d'une application logicielle (programme, interfaces, entrées-sorties, procédures, fonctions)</p> <p>Représentations graphiques associées</p> <p>Établissement des caractéristiques d'un élément, d'un produit constitutif d'une solution ou de la solution Situer les capacités et les performances d'une solution Justification d'un choix de produit ou de solution, son dimensionnement au regard du cahier des charges</p> <p>Limitation aux principales caractéristiques, grandeurs associées et performances, notamment environnementales et énergétiques, des technologies Les constituants seront abordés à travers des études de cas de caractérisation et définition des limites de performances</p> <p>Mettre en œuvre une démarche structurée et argumentée de choix du couple matériau-procédé permettant l'identification des critères de choix Utilisation de bases de données matériaux et procédés</p>
---	---

	<p>Critères de choix associés à l'intégration d'une solution</p> <p>Coût-rentabilité-fiabilité-environnement-ergonomie-distribution-délais</p> <p>Matrice de comparaison, guide de choix, guide de mise en œuvre, maintenance, service après-vente, services associés et garantie.</p> <p>Formulation d'offres complémentaires liées à l'environnement normatif (informations, sécurité, qualification, habilitation)</p>
--	---

**Annexe IV Référentiel d'évaluation  
IV a Unités constitutives du diplôme**

<b>UNITÉS</b>	<b>INTITULÉS</b>
<b>U1</b>	<b>Culture générale et expression</b>
<b>U21</b>	<b>Compréhension de l'écrit et expression écrite en LVE</b>
<b>U22</b>	<b>Compréhension de l'oral, production orale en continu et en interaction en LVE</b>
<b>U3</b>	<b>Culture économique, juridique et managériale</b>
<b>U4</b>	<b>Conception et négociation de solutions technico-commerciales</b>
<b>U5</b>	<b>Management de l'activité technico-commerciale</b>
<b>U61</b>	<b>Développement de la clientèle et de la relation-client</b>
<b>U62</b>	<b>Mise en œuvre de l'expertise technico-commerciale</b>
<b>UF1 Unité facultative</b>	<b>Communication en langue vivante étrangère</b>
<b>UF2 Unité facultative</b>	<b>Module d'approfondissement</b>

## **Annexe IV b**

### **Dispenses d'unités**

Les candidats titulaires d'un BTS d'une autre spécialité ou d'un diplôme national de niveau 5 ou supérieur seront, à leur demande, dispensés de subir l'épreuve U1 Culture générale et expression » ainsi que l'unité U2 langue vivante étrangère 2.

Les candidats titulaires d'un BTS d'une autre spécialité ou d'un diplôme national de niveau 5 ou supérieur ayant validé une unité d'enseignement de droit, économie et management au cours de leur formation seront, à leur demande, dispensés de subir l'unité U3 « Culture économique, juridique et managériale » définie par l'arrêté du 15 février 2018 (publié au JO du 06 mars 2018).



## Annexe IV c Règlement d'examen

<b>BTS Conseil et commercialisation de solutions techniques</b>			Voie scolaire dans un établissement public ou privé sous contrat, CFA ou section d'apprentissage habilité, Formation professionnelle continue dans les établissements publics habilités	Formation professionnelle continue dans les établissements publics habilités à pratiquer le CCF étendu	Voie scolaire dans un établissement privé, CFA ou section d'apprentissage non habilité, Formation professionnelle continue dans les établissements publics non habilités ou en établissement privé, enseignement à distance, candidats justifiant de 3 ans d'expérience professionnelle			
Épreuves	Unité	Coef	Forme	Durée	Forme	Durée	Forme	Durée
<b>E1 Culture générale et expression</b>	U1	3	Ponctuelle Écrite	4h	CCF 3 situations d'évaluation		Ponctuelle Écrite	4h
<b>E2 Communication en langue vivante étrangère</b>		3						
<b>Compréhension de l'écrit et expression écrite</b>	U21	1,5	CCF 2 situations d'évaluation		CCF 2 situations d'évaluation		Ponctuelle Écrite	2 h
<b>Compréhension de l'oral, production orale en continu et en interaction</b>	U22	1,5	CCF 2 situations d'évaluation		CCF 2 situations d'évaluation		Ponctuelle Orale	20 min (*20 min)
<b>E3 Culture économique, juridique et managériale</b>	U3	3	Ponctuelle Écrite	4h	CCF 2 situations d'évaluation		Ponctuelle Écrite	4h
<b>E4 Conception et négociation de solutions technico-commerciales</b>	U4	6	CCF 2 situations d'évaluation		CCF 2 situations d'évaluation		Ponctuelle orale	1h
<b>E5 Management de l'activité technico-commerciale</b>	U5	4	Ponctuelle Écrite	4h	Ponctuelle Écrite	4h	Ponctuelle Écrite	4h
<b>E6 Développement de la clientèle et de la relation client et mise en œuvre de l'expertise technico-commerciale</b>		6						
<b>Développement de la clientèle et de la relation-client</b>	U61	3	CCF 1 situation d'évaluation		CCF 1 situation d'évaluation		Ponctuelle orale	30 minutes
<b>Mise en œuvre de l'expertise technico-commerciale</b>	U62	3	CCF 1 situation d'évaluation		CCF 1 situation d'évaluation		Ponctuelle orale	30 minutes
EF1. Langue vivante **	UF1		Ponctuelle orale	20 minutes (*)	Ponctuelle orale	20 minutes	Ponctuelle orale	20 minutes (*)
EF2. Module d'approfondissement	UF2		CCF 1 situation d'évaluation		Ponctuelle orale	20 minutes	Ponctuelle orale	20 minutes

\*Dont 20 min de préparation

## **Annexe IV d – Définition des épreuves**

### **BTS « Conseil et Commercialisation de solutions techniques »**

#### **E1 – Culture générale et expression**

##### **Coefficient 3**

##### **Objectif de l'épreuve**

L'unité U 1 culture générale et expression valide les compétences établies par l'arrêté du 16 novembre 2006 : objectifs, contenus de l'enseignement et référentiel du domaine de la culture générale et de l'expression pour les brevets de technicien supérieur (publié au B.O. N° 47 du 21 décembre 2006).

#### **E2 – Langue vivante étrangère**

##### **Coefficient 3**

##### **L'épreuve se décompose en deux sous-épreuves E21 et E22**

##### **Objectif de l'épreuve**

L'épreuve a pour but d'évaluer au niveau B2 les activités langagières suivantes :

- Compréhension de documents écrits
- Production et interaction écrites
- Compréhension de l'oral
- Production et interaction orales

##### **Sous-épreuve E21 Compréhension de l'écrit et expression écrite :**

Dictionnaire unilingue autorisé.

##### **Forme ponctuelle, durée 2 heures, coefficient 1,5**

Exercices : deux exercices de même pondération sont proposés :

##### a) Compréhension de l'écrit (durée 1 heure)

Produire en français un écrit sous la forme d'une courte note, d'un compte rendu ou encore d'une suite d'instructions à partir d'un document ou d'un dossier en langue étrangère en relation avec l'activité professionnelle du titulaire du diplôme. Ce document pourra être au choix un appel d'offre, un contrat, un cahier des charges, une demande de tarification, un plan de charge, une demande de livraison, ou tout autre document susceptible d'être rencontré dans une situation de travail par le titulaire du diplôme.

Support(s) pour l'écrit :

Un ou plusieurs documents en langue vivante étrangère dont le contenu est en relation avec la profession et l'aire culturelle de la langue étudiée, et qui n'excèdera pas 50 lignes.

##### b) Expression écrite (durée 1 heure)

Rédaction en langue vivante étrangère d'un écrit (courrier, courriel, bref compte rendu, ...) en relation avec l'exercice de la profession à partir d'éléments de contexte ou de consignes en français.

Support(s) pour l'écrit :

Un ou plusieurs documents en langue française dont le contenu est en relation avec la profession et qui n'excèdera pas 50 lignes.

## **Contrôle en cours de formation**

Il est constitué de deux situations d'évaluation de même poids se déroulant au cours de la deuxième année, et correspondant aux deux activités langagières évaluées en épreuve ponctuelle : compréhension de l'écrit (1 heure), expression écrite (1 heure). Les modalités de l'épreuve sont identiques à celles de l'épreuve ponctuelle.

### **Sous-épreuve E22 Production orale en continu et interaction**

#### **Forme ponctuelle, durée 20 minutes + 20 minutes de préparation, coefficient 1,5**

Cette épreuve se compose de deux exercices de pondération identique :

##### a) Un entretien avec l'examineur

A partir d'une fiche descriptive de situation élaborée par le candidat retraçant une situation professionnelle qu'il a vécue ou observée en stage ou en formation. Lors de cet entretien, l'examineur donnera la possibilité au candidat de mettre en exergue la compréhension qu'il a développée des enjeux d'une communication en langue étrangère.

Cette partie de l'épreuve durera 10 minutes au maximum. Le candidat devra présenter trois fiches au début de l'épreuve, une fiche sera choisie par l'examineur et 10 minutes de préparation seront accordées au candidat avant l'interrogation.

##### b) Une simulation d'entretien téléphonique

A partir du descriptif d'une situation professionnelle qui sera remis au candidat par l'examineur avant l'épreuve. L'épreuve proprement dite durera 10 minutes, l'examineur et le candidat n'étant pas en face à face durant la simulation d'entretien téléphonique (soit grâce au recours à un dispositif technique approprié, soit simplement grâce à une cloison mobile ou un panneau). L'échange qui suivra aura pour but d'amener le candidat à préciser les difficultés rencontrées au cours de cette simulation d'entretien téléphonique.

La fiche descriptive pour cette situation (contexte, protagonistes, problème, enjeux éventuels) est remise par l'examineur au candidat avant le début de l'interrogation. 10 minutes ensuite seront accordées au candidat pour préparer cette simulation.

Les deux phases de préparation pourront être regroupées en un temps global de 20 minutes, le candidat ayant à sa disposition l'ensemble des éléments nécessaires à la réalisation des deux exercices et gérant son temps de préparation selon ses souhaits.

La commission d'interrogation est composée d'un professeur qui enseigne l'anglais langue vivante étrangère dans une section de STS tertiaire, de préférence en STS « Conseil et Commercialisation de solutions techniques ».

## **Contrôle en cours de formation Coefficient 1,5**

:

Il est constitué de deux situations d'évaluation se déroulant au cours de la deuxième année entre février et juin et correspondant à l'activité langagière évaluée en épreuve ponctuelle. A titre indicatif, la durée totale d'interrogation pour l'ensemble de ces deux situations ne pourra excéder 20 minutes, et le temps de préparation globale pour les deux situations sera de 20 minutes.

Les modalités de l'épreuve sont identiques à celles de l'épreuve ponctuelle.

## **E3 – Culture économique, juridique et managériale**

**Coefficient : 3**

### **Objectif de l'épreuve**

L'unité U3 culture juridique, économique et managériale valide les compétences établies par l'arrêté du 15 février 2018 (JO du 6 mars 2018).

Cette épreuve vise à évaluer les compétences acquises par le candidat dans le cadre de l'unité 3 ainsi que sa capacité à les mobiliser pour éclairer des problématiques de gestion d'entreprise à travers un questionnement croisant les champs disciplinaires économique, juridique et managérial.

### **Modalités et critères d'évaluation**

L'épreuve vise à évaluer les compétences du candidat à :

- Analyser des situations auxquelles l'entreprise est confrontée ;
- Exploiter une base documentaire économique, juridique et managériale ;
- Proposer des solutions argumentées en mobilisant des notions économiques, juridiques ou managériales et les méthodologies adaptées aux situations proposées ;
- Etablir un diagnostic (ou une partie de diagnostic) préparant une prise de décision stratégique ;
- Prendre des décisions opérationnelles intégrant les dimensions économique, juridique et managériale ;
- Exposer des analyses et des propositions de manière cohérente et argumentée.

### **Forme ponctuelle (épreuve écrite, durée : 4 heures)**

L'épreuve a pour objet d'évaluer les capacités du candidat à mobiliser des notions d'économie, de droit et de management afin de formuler un raisonnement dans un contexte concret.

L'épreuve prend appui sur un dossier qui comprend :

- La présentation d'une situation contextualisée d'entreprise contenant des problématiques de nature économique ou juridique ou managériale ;
- Une base documentaire
- Une série de questions permettant de structurer et d'orienter le travail à réaliser par le candidat.

Le dossier documentaire d'une dizaine de pages au maximum, ainsi que le questionnement couvrent les trois champs de cette unité. Pour chaque question, une réponse construite et argumentée est attendue. L'épreuve est corrigée par un professeur ayant en charge l'enseignement de « culture économique juridique et managériale » en section de technicien supérieur.

### **Contrôle en cours de formation**

Le contrôle en cours de formation se présente sous la forme de deux situations d'évaluation.

Chaque situation vise à évaluer les compétences acquises par le candidat dans le cadre de l'unité 3, en faisant apparaître une complémentarité d'approche des champs disciplinaires. L'ensemble des deux situations doit permettre d'évaluer les compétences du candidat dans chacun des trois champs économiques, juridique et managérial.

Chaque situation est d'une durée de 2 heures.

Le niveau d'exigence et les critères d'évaluation sont identiques à ceux décrits dans l'épreuve sous sa forme ponctuelle.

## E4 : Conception et commercialisation de solutions technico-commerciales

**Coefficient : 6**

### Objectif de l'épreuve

L'épreuve E 4 permet d'évaluer les compétences acquises par le candidat en relation avec les activités du pôle d'activités n° 1 « Conception et commercialisation de solutions technico-commerciales » :

- A1.1 Analyse du contexte technique et commercial de la négociation
- A1.2 Élaboration de solutions technico-commerciales
- A1.3 Conseil et prescription de solutions technico-commerciales
- A1.4 Négociation, vente et suivi des affaires
- A1.5 Analyse financière d'une relation d'affaire et gestion du risque client

### Contenu

L'épreuve E4 permet d'évaluer l'acquisition des compétences ci-dessous associées au bloc 1 de compétences « **Concevoir et commercialiser des solutions technico-commerciales** » du référentiel de certification :

- C1.1 Préparer une négociation technique et commerciale
- C1.2 Conseiller, prescrire et communiquer tout au long du processus de négociation
- C1.3 Gérer le risque affaire et le risque client
- C1.4 Mettre en œuvre l'entretien de vente technico-commercial
- C1.5 Assurer le suivi d'une affaire

### Modalités et critères d'évaluation

Les critères d'évaluation correspondent aux critères de performance exprimés en regard de chaque compétence du bloc « **Concevoir et commercialiser des solutions technico-commerciales** » figurant dans le référentiel de certification, soit pour rappel :

- Le contexte technico-commercial et les attentes du prospect sont identifiés
- Le risque client /affaire est pris en compte
- Une démarche collaborative est mise en œuvre
- Les objectifs de négociation sont définis et adaptés
- Des outils de négociation adaptés sont préparés
- Une démarche proactive de négociation est mise en œuvre
- Une solution technique et commerciale répondant aux besoins du client est proposée
- Des outils de communication et de négociation adaptés au contexte sont mobilisés
- La prestation définie est formalisée conformément à l'accord
- Des actions de suivi sont effectuées

### Contrôle en cours de formation

L'épreuve se décompose en deux situations d'évaluation, en lien avec les activités professionnelles vécues ou observées en entreprise du candidat :

#### Situation d'évaluation n°1 :

Elle permet d'évaluer les compétences :  
C1.1 Préparer une négociation technique et commerciale  
C1.3 Gérer le risque affaire et le risque client

Elle porte sur la phase préparatoire d'une situation de négociation technico-commerciale.

Le candidat choisit une situation de négociation représentative de son vécu professionnel en veillant à son intérêt technique et commercial. On privilégiera une situation technico-commerciale dans une

relation B to B.

L'épreuve s'appuie sur une fiche descriptive de la négociation de situation technico- commerciale constituée au préalable par l'étudiant. Elle devra être accompagnée de toutes les annexes et les supports phygitaux utiles à la compréhension de la situation,

La fiche descriptive sera réalisée impérativement à l'aide de l'outil informatique et devra respecter les règles de communication professionnelle attendues d'un technicien supérieur. Un modèle sera fourni dans la circulaire nationale d'organisation.

Cette situation d'évaluation prend la forme d'une prestation orale en 2 temps :

Une présentation orale du dossier relatif à la préparation d'un entretien de négociation technico-commerciale préalablement réalisé par le candidat ;

Un entretien avec la commission d'évaluation permettant d'approfondir l'analyse technico-commerciale de la situation présentée.

### **Situation d'évaluation n°2 :**

Elle permet d'évaluer les compétences :

C1.2 Conseiller, prescrire et communiquer tout au long du processus de négociation

C1.4 Mettre en œuvre l'entretien de vente technico-commercial

C1.5 Assurer le suivi d'une affaire

Elle porte sur le déroulement d'un entretien de négociation technico-commerciale.

La situation d'évaluation 2 est basée sur un contexte technico-commercial retenu pour la situation d'évaluation n°1.

La commission d'évaluation indique au candidat des modifications de paramètres à des fins de simplification et afin de tester la capacité d'adaptation du candidat. Le candidat dispose d'un temps de préparation de l'épreuve laissé à la discrétion de la commission d'évaluation.

La situation d'évaluation est constituée :

Une négociation simulée prenant appui sur la situation technico-commerciale proposée au candidat

Un entretien avec la commission durant lequel l'étudiant doit analyser :

La valeur ajoutée, notamment en termes de conseils et de prescription, qu'il a apportée à la relation commerciale durant la simulation de négociation.

Les actions technico-commerciales que le candidat pourrait envisager à la suite de cette simulation.

### **Composition de la commission d'évaluation :**

L'évaluation de l'épreuve est conduite par un professeur d'économie et gestion, un professeur de sciences et techniques industrielles intervenant dans les enseignements concernés, et un professionnel. En l'absence de ce dernier, la commission pourra néanmoins procéder à l'évaluation.

L'évaluation, par profil, est faite à partir d'une grille d'aide à l'évaluation pour chaque situation d'évaluation fournie dans la circulaire d'organisation nationale. Chaque situation d'évaluation a un poids équivalent dans la note finale de l'épreuve E4.

Selon la nature du travail réalisé et proposé par le candidat, tous les critères d'évaluation ne sont pas nécessairement mobilisés.

En l'absence de fiche descriptive, le candidat ne peut être interrogé à cette épreuve. La mention non valide lui est alors attribuée.

### **Forme ponctuelle**

Épreuve orale d'une durée d'une heure, avec une heure de préparation. L'épreuve prend appui sur une fiche descriptive de situation de négociation technico-commerciale présentée par le candidat. Cette fiche décrit une situation professionnelle réelle rencontrée par le candidat lors de sa formation en entreprise ou de son activité professionnelle.

La fiche descriptive sera réalisée impérativement à l'aide de l'outil informatique et devra respecter les règles de communication professionnelle attendues d'un technicien supérieur. Un modèle fourni dans la circulaire nationale d'organisation.

La fiche descriptive sera accompagnée des annexes et supports phygitaux utiles à la conduite de la négociation technico-commerciale qui permettra la constitution d'un dossier.

La fiche descriptive est mise à la disposition du jury dans des conditions définies par la circulaire nationale d'organisation. La commission d'interrogation construit une situation de négociation en modifiant certains paramètres de l'une des fiches. Celle-ci est proposée au candidat lors de la période de préparation pour la seconde partie de l'épreuve avec tout ou partie des annexes qui lui sont attachées, éventuellement modifiées par la commission d'interrogation.

Le contrôle de conformité du dossier est effectué par les autorités académiques avant l'interrogation. En cas d'absence ou de non-conformité du dossier déposé par le candidat, celui-ci ne peut être interrogé à cette épreuve. Il est alors considéré comme présent mais non validé et ne peut se voir délivrer le diplôme.

En cas de doute sur la réalité des situations proposées par le candidat, la commission d'interrogation signale la situation au président du jury et la notation est mise sous réserve de vérification.

#### L'épreuve se déroule en 2 parties :

- 1ère partie (durée : 20 minutes maximales d'exposé + 10 minutes d'entretien) : le candidat présente la situation de négociation choisie, sans tenir compte des modifications apportées à la situation par la commission. Il explicite le contexte technico-commercial de la négociation, la prise en compte du risque client et du risque affaire, les objectifs poursuivis, les moments clés observés durant l'entretien et justifie les choix en termes de stratégie de négociation au regard des résultats obtenus. La commission peut être conduite à demander des éclaircissements ou des approfondissements sur tout ou partie des points précédemment exposés ;
- 2ème partie (durée : 20 minutes de simulation + 10 minutes d'entretien) décomposée en 2 temps :
  - a) une simulation de la négociation technico-commerciale à partir de la situation modifiée proposée par la commission.
  - b) un entretien durant lequel le candidat doit :
    - analyser la valeur ajoutée, notamment en termes de conseils et de prescription, qu'il a apportée à la relation commerciale durant la simulation de négociation.
    - envisager les actions technico-commerciales à la suite de cette simulation.

Le dossier est fourni par le candidat à une date précisée par la circulaire d'organisation. Il constitue le support à l'épreuve de négociation et n'est pas évalué en tant que tel.

Pour cette épreuve, le candidat pourra se munir d'outils de communication nomades.

#### **Composition de la commission d'évaluation :**

L'évaluation de l'épreuve est conduite par un professeur d'économie et gestion, un professeur de sciences et techniques industrielles intervenant dans les enseignements concernés, et un professionnel. En l'absence de ce dernier, la commission pourra néanmoins procéder à l'évaluation

L'évaluation est faite à partir d'une grille d'aide à l'évaluation fournie dans la circulaire d'organisation nationale.

Selon la nature du travail réalisé et proposé par le candidat, tous les critères d'évaluation ne sont pas nécessairement mobilisés.

En l'absence de fiche descriptive, le candidat ne peut être interrogé à cette épreuve. La mention non valide lui est alors attribuée. Le BTS ne peut lui être délivré.



## **E5 : Management de l'activité technico-commerciale**

**Coefficient : 4**

### **Objectif de l'épreuve**

L'épreuve E 5 permet d'évaluer les compétences acquises par le candidat en relation avec les activités du pôle d'activités n° 2 « management de l'activité technico-commerciale » :

- A2.1 Animation de l'équipe et du point de vente
- A2.2 Animation des réseaux de partenaires
- A2.3 Suivi du parcours client
- A2.4 Evaluation de la performance commerciale

### **Contenu**

L'épreuve E5 permet d'évaluer les compétences et de mobiliser les savoirs associés du bloc de compétences 2 « manager l'activité technico-commerciale » :

- C2.1 Recruter et former des collaborateurs
- C2.2 Animer un réseau
- C2.3 Analyser les parcours pour optimiser l'expérience client
- C2.4 Evaluer la performance commerciale

### **Modalités et critères d'évaluation**

Les critères d'évaluation de l'épreuve E5 sont les suivants :

- Les besoins en compétences et en formation sont identifiés
- Le processus de recrutement est efficient
- Des contenus de formation ciblés sont créés
- Des facteurs de motivation adaptés sont mis en œuvre
- La performance des collaborateurs est mesurée
- Les acteurs du réseau sont identifiés et qualifiés
- Une information pertinente et actualisée est diffusée dans le réseau
- Des actions adaptées d'animation au sein du réseau sont déployées
- Les performances commerciales des parcours clients sont évaluées
- Une cartographie de l'expérience client est proposée
- Les objectifs commerciaux sont fixés
- Des indicateurs de la performance commerciale sont choisis et analysés
- Les actions correctives nécessaires sont opérationnelles

### **Forme ponctuelle (épreuve écrite, durée : 4 heures)**

L'épreuve E5 consiste en l'étude d'un cas portant sur une ou plusieurs situations caractéristiques du management de l'activité du technico-commercial. Elle prend appui sur des documents permettant de situer le contexte et de traiter les différentes questions.

La commission d'évaluation est composée d'un professeur d'économie et gestion ayant en charge le bloc de compétences « manager l'activité technico-commerciale » et d'un professeur de sciences et technologies industrielles en charge du bloc de compétences « mettre en œuvre l'expertise technico-commerciale ».

## **E6 : Développement de la clientèle et de la relation client et mise en œuvre de l'expertise technico-commerciale**

### **U61 Développement de la clientèle et de la relation-client**

**Coefficient : 3**

#### **Objectif de l'épreuve**

Cette unité permet d'évaluer les compétences acquises en relation avec les activités du pôle d'activités 3 « Développement de clientèle et la relation client ».

A3.1 Prospection de clientèle

A3.2 Marchandisage et dynamisation de l'offre commerciale

A3.3 Participation à la politique de communication

A3.4 Fidélisation de la clientèle, valorisation de la relation client

#### **Contenu**

L'unité U61 permet d'évaluer les compétences et de mobiliser les savoirs associés du bloc de compétences 3 « Développer la clientèle et la relation client » :

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 la réalisation d'actions promotionnelles et / ou événementielles

C3.4 Créer et développer une relation client durable

#### **Modalités et critères d'évaluation**

Les critères d'évaluation de l'unité U61 sont les suivants :

- Les segments de marché et les cibles sont identifiés
- Les objectifs et la démarche de prospection sont définis et justifiés
- Des outils de prospection adaptés sont créés et/ou mobilisés
- Des préconisations adaptées d'évolution de l'offre sont formulées
- Des propositions de mise en valeur des espaces de ventes sont énoncées
- Les supports de communication créés et/ou mobilisés sont adaptés
- Les actions sont conduites et animées avec efficacité
- Des actions pertinentes de personnalisation de la relation commerciale sont proposées
- Les actions de personnalisation de la relation commerciale sont mises en œuvre de façon efficace
- Un plan d'actions cohérent est proposé
- Des tableaux de bord avec des indicateurs pertinents sont mis en œuvre et exploités
- Une analyse réflexive de l'action est menée

Selon la nature du travail réalisé et proposé par le candidat, tous les critères d'évaluation ne sont pas nécessairement mobilisés.

L'épreuve s'appuie sur une fiche descriptive de projet technico-commercial constituée au préalable par l'étudiant.

La fiche descriptive du projet devra être accompagnée de toutes les annexes et les supports phygitaux utiles à la compréhension de la situation qui lui permettra de constituer un dossier. .

La fiche descriptive sera réalisée impérativement à l'aide de l'outil informatique et devra respecter les règles de communication professionnelle attendues d'un technicien supérieur. Un modèle sera fourni dans la circulaire nationale d'organisation. En l'absence de fiche descriptive, le candidat ne peut être interrogé à cette épreuve. La mention non valide lui est alors attribuée et le BTS ne peut lui être délivré.

## **Contrôle en cours de formation**

La période choisie pour l'évaluation se situe pendant le dernier semestre de la formation.

Le candidat effectue une présentation orale argumentée, en utilisant les moyens de communication qu'il juge les plus adaptés. Au cours de cette présentation, les évaluateurs n'interviennent pas.

Au terme de cette prestation, les évaluateurs conduisent un entretien avec le candidat pour approfondir certains points abordés dans le dossier et dans l'exposé.

### **Composition de la commission d'évaluation :**

L'évaluation de l'épreuve est conduite par un professeur d'économie et gestion, un professeur de sciences et techniques industrielles intervenant dans les enseignements concernés, et éventuellement un professionnel.

L'évaluation est faite à partir d'une grille d'aide à l'évaluation fournie dans la circulaire d'organisation nationale.

### **Forme ponctuelle : épreuve orale d'une durée de 30 minutes**

Le candidat effectue une présentation orale argumentée, en utilisant les moyens de communication qu'il juge les plus adaptés. Au cours de cette présentation, d'une durée maximale de 15 minutes, les évaluateurs n'interviennent pas.

Au terme de cette prestation, les évaluateurs conduisent un entretien avec le candidat pour approfondir certains points abordés dans le dossier et dans l'exposé (durée : 15 minutes).

### **Composition de la commission d'évaluation :**

L'évaluation de l'épreuve est conduite par un professeur d'économie et gestion, un professeur de sciences et techniques industrielles intervenant dans les enseignements concernés, et d'un professionnel. En l'absence de ce dernier, la commission pourra néanmoins procéder à l'évaluation. L'évaluation est faite à partir d'une grille d'aide à l'évaluation fournie dans la circulaire d'organisation nationale.

## **U62 – Mise en œuvre de l'expertise technico-commerciale**

**Coefficient : 3**

### **Objectif de l'épreuve**

Cette unité permet d'évaluer les compétences en relation avec les activités du pôle d'activités n°4 « mise en œuvre de l'expertise technico-commerciale » :

- A4.1 Réalisation de la veille commerciale, technologique, juridique et normative
- A4.2 Diffusion des informations liées aux innovations, aux évolutions technologiques et commerciales
- A4.3 Exploitation des technologies et solutions en relation avec l'environnement client

### **Contenu**

L'unité permet d'évaluer les compétences et de mobiliser les savoirs associés du bloc de compétences n°4 « Mettre en œuvre l'expertise technico-commerciale » :

- C4-1 Réaliser une veille sectorielle et concurrentielle
- C4-2 Analyser les besoins d'un secteur/d'un segment
- C4-3 Produire des solutions TC
- C4-4 Mettre en œuvre une formation technique ciblée

### **Modalités et critères d'évaluation**

Les critères d'évaluation sont exprimés pour chaque compétence du bloc n°4 « Mettre en œuvre l'expertise technico-commerciale » figurant dans le référentiel de certification :

- Une synthèse des informations pertinentes est produite.
- La diffusion est adaptée à la cible.
- Les besoins du segment sont identifiés.
- Les démarches et techniques de l'entreprise sont intégrées.
- Les critères technico-économiques sont identifiés et pris en compte.
- Les solutions retenues sont conformes aux objectifs fixés dans le respect des exigences.
- Les besoins et les objectifs de formation sont clairement définis.
- Les supports de formation sont adaptés au segment cible.
- L'animation de la formation est efficiente.

Le support de l'épreuve est un dossier élaboré par le candidat, de 20 pages maximum (hors annexes), relatif à une solution technico-commerciale en réponse à un besoin d'un segment ou secteur d'activité. En l'absence de dossier, le candidat ne peut être interrogé à cette épreuve. La mention non valide lui est alors attribuée.

Le dossier comporte nécessairement des éléments concernant :

- Le marché ou le secteur d'activité de l'entreprise de référence choisie
- L'environnement technologique et normatif
- La description et l'analyse de la solution choisie
- La performance de la solution proposée
- La formation associée.

### **Contrôle en cours de formation**

L'unité U62 donne lieu à une situation d'évaluation s'appuyant sur le dossier réalisé par le candidat. Sa rédaction et son contenu sont personnels.

Le contrôle en cours de formation prend la forme d'une situation d'évaluation orale pouvant comporter plusieurs séquences sous la forme d'entretiens.

L'évaluation de l'épreuve est conduite par un professeur d'économie et gestion et un professeur de sciences et techniques industrielles intervenant dans les enseignements concernés. L'évaluation est

faite à partir d'une grille d'aide à l'évaluation fournie dans la circulaire d'organisation nationale.

**Forme ponctuelle : épreuve orale d'une durée de 30 minutes**

Le dossier réalisé par le candidat est transmis selon une procédure mise en place par chaque académie et à une date fixée dans la circulaire d'organisation de l'examen.

L'unité U62 se déroule en deux temps :

Pendant une durée maximale de 15 minutes, le candidat présente son dossier technique sans être interrompu ;

Au terme de cette prestation, la commission d'évaluation qui a examiné le dossier mis à sa disposition avant le déroulement de l'épreuve, conduit un entretien avec le candidat pour approfondir certains points abordés dans le dossier et dans l'exposé (durée 15 minutes).

**Composition de la Commission d'évaluation :**

L'évaluation de l'épreuve est conduite par un professeur de sciences et techniques industrielles intervenant dans le bloc de compétences n°4 « Mettre en œuvre l'expertise technico-commerciale » et un professeur d'économie et gestion en charge des enseignements professionnels en STS « Commercialisation de solutions techniques ».

## **ÉPREUVE FACULTATIVE EF1 – Langue vivante**

**Durée 20 minutes, préparation 20 minutes**

### **1. OBJECTIFS**

L'épreuve a pour but d'évaluer l'aptitude du candidat à s'exprimer à l'oral dans une langue vivante étrangère : il s'agit de vérifier la capacité du candidat à présenter un court propos organisé et prendre part à un dialogue à contenu professionnel dans la langue choisie.

Tout au long de l'épreuve, il est attendu que le candidat s'exprime dans une langue grammaticalement acceptable, adopte une prononciation claire et une intonation pertinente et mobilise une gamme de langue étendue.

L'évaluation permet de positionner le candidat par rapport un niveau B1 du cadre européen commun de référence pour les langues (CECRL).

### **2. MODALITES D'ÉVALUATION : Forme ponctuelle – (épreuve orale 20 minutes)**

L'évaluation est conduite par un enseignant ou un formateur intervenant en BTS CCST.

L'épreuve permet l'évaluation de l'expression orale en interaction et consiste en un oral d'une durée maximale de 20 minutes, précédé de 20 minutes de préparation.

Au cours de l'épreuve, la commission conduit un entretien en langue étrangère avec le candidat à partir des réponses qu'il apporte au questionnement accompagnant la mise en situation et à partir de l'analyse qu'il fait du contenu du document support. Le document support s'inscrit dans l'aire culturelle et linguistique de référence.

Au fil des échanges, le candidat est invité à réagir, décrire, reformuler, développer une argumentation, justifier son propos ou encore apporter des explications.

## ÉPREUVE FACULTATIVE EF2 – Module d’approfondissement

### Objectifs

**Le module d’approfondissement a pour objectif de favoriser l’insertion professionnelle des étudiants et/ou leur poursuite d’études supérieures, en permettant l’acquisition de compétences spécifiques, en lien avec l’environnement de l’établissement de formation ou lors d’une période de professionnalisation à l’étranger.**

### Contenu

Le contenu de cette unité s’inscrit dans un projet pédagogique défini par l’équipe des enseignants ou des formateurs de l’établissement.

Le contenu de la formation (activités, compétences, savoirs associés) peut concerner :

- l’approfondissement de compétences relatives à une ou plusieurs unités du référentiel de certification du diplôme ;
- le développement de compétences spécifiques à un domaine ou à une activité professionnelle particulière ne figurant pas explicitement dans le référentiel du diplôme ;
- l’acquisition de compétences professionnelles liées à la mobilité internationale.

La validation du module d’approfondissement relève de la décision des autorités académiques, sur avis de l’inspection pédagogique régionale ayant en charge le suivi du BTS CCST.

### Critères d’évaluation

Les critères d’évaluation d’EF2 sont :

- L’appropriation des compétences liées au domaine d’approfondissement
- La capacité à mettre en œuvre les méthodes et outils
- La qualité de l’analyse
- La qualité de la communication

### Modalités d’évaluation

#### Contrôle en cours de formation

Il s’agit d’une situation d’évaluation orale qui prend la forme d’un exposé puis d’un entretien avec la commission d’évaluation. Dans le cas d’un parcours de professionnalisation à l’étranger, une partie de l’exposé et une partie de l’entretien se déroulent en langue étrangère.

Cette épreuve prend appui sur un support présentant une ou plusieurs activité(s) conduite(s) par le candidat. Ce dernier doit pouvoir présenter son support en toute autonomie. En l’absence de support, l’épreuve ne peut pas se dérouler.

L’exposé doit intégrer :

- la présentation du contexte,
- la description et l’analyse de(s) activité(s),
- la présentation des démarches et des outils,
- le bilan de(s) activité(s).

Le candidat est libre d’appuyer son propos d’annexes.

La commission d’évaluation est composée du professeur en charge du module d’approfondissement et d’un professionnel du domaine visé ou à défaut d’un second professeur enseignant en STS CCST.

Dans le cas d'un parcours de professionnalisation à l'étranger, la commission d'évaluation est composée du professeur d'enseignement professionnel ayant assuré le suivi du candidat lors de la période à l'étranger et d'un professeur de langue vivante étrangère.

### **Forme ponctuelle**

Il s'agit d'une épreuve orale d'une durée de 20 minutes maximum qui prend la forme d'un exposé (10 minutes) puis d'un entretien avec la commission d'évaluation (10 minutes). Dans le cas d'un parcours de professionnalisation à l'étranger, une partie de l'exposé et une partie de l'entretien se déroulent en langue étrangère.

Cette épreuve prend appui sur un support présentant une ou plusieurs activité(s) conduite(s) par le candidat. Ce dernier doit pouvoir présenter son support en toute autonomie. En l'absence de support, l'épreuve ne peut pas se dérouler.

L'exposé doit intégrer :

- la présentation du contexte,
- la description et l'analyse de(s) activité(s),
- la présentation des démarches et des outils,
- le bilan de(s) activité(s).

Le candidat est libre d'appuyer son propos d'annexes.

La commission d'évaluation est composée d'un professeur en charge des enseignements professionnels en STS CCST et d'un professionnel du domaine visé ou à défaut d'un second professeur enseignant en STS CCST.

Dans le cas d'un parcours de professionnalisation à l'étranger, la commission d'évaluation est composée d'un professeur d'enseignement professionnel et d'un professeur de langue vivante étrangère.



## ANNEXE V Organisation de la formation

### Annexe V a – Grille horaire de la formation

*BTS « Conseil et commercialisation de solutions techniques » (CCST)*

Enseignements	Première année				Deuxième année			
	Horaire hebdomadaire			Volume annuel (à titre indicatif)	Horaire hebdomadaire			Volume annuel (à titre indicatif)
	Total	Division	½ division		Total	Division	½ division	
Culture générale et expression	2	1	1	72	2	1	1	72
Langue vivante étrangère	3	2	1	108	3	2	1	108
Culture économique, juridique et managériale	4	4	0	144	4	4	0	144
Bloc 1 Conception et négociation de solutions technico-commerciales	4	2	2*	144	4	2	2**	144
Bloc 2 : Management de l'activité technico-commerciale	4	3*	1	144	4	4*	0	144
Bloc 3 : Développement de clientèle et de la relation client	5	2	3	180	4	4*	0	144
Bloc 4 : Mise en œuvre de l'expertise technico-commerciale.	9	5**	4	324	6	6*		216
<b>TOTAL ELEVE</b>	<b>31</b>	<b>19</b>	<b>12</b>	<b>1116</b>	<b>27</b>	<b>23</b>	<b>4</b>	<b>972</b>
<b>TOTAL ENSEIGNANT</b>	35	22	13	<b>1260</b>	32	26	6	<b>1152</b>
<b>Travail en autonomie (salle informatique)</b>	2	2	0		2	2	0	
<b>Enseignements facultatifs</b> - Langue vivante - Module d'approfondissement	2	2	0		2	2	0	

\* Avec une heure de co-enseignement avec le professeur de STI (sauf pour le bloc 4 où le co-enseignement est assuré par le professeur EG)

\*\* Avec deux heures de co-enseignement avec le professeur de STI (sauf pour le bloc 4 où le co-enseignement est assuré par le professeur d'économie et gestion)

## **Annexe V b**

### **Stage en milieu professionnel**

Le stage en milieu professionnel est obligatoire pour les candidats au Brevet de technicien supérieur **Conseil et commercialisation de solutions techniques**.

Le stage a lieu de préférence dans une seule entreprise proposant des solutions technico-commerciales à une clientèle de professionnels (utilisateurs, prescripteurs, distributeurs). Si la dimension de la solution technique le justifie, le stage peut se dérouler dans une entreprise s'adressant à une clientèle de particuliers. Ces entreprises doivent mettre le stagiaire dans une situation professionnelle conforme aux exigences et à l'esprit du diplôme.

Le stage en milieu professionnel repose sur une relation à caractère pédagogique entre les trois partenaires :

- L'entreprise partenaire confie à l'étudiant des activités professionnelles correspondant au référentiel et au niveau d'exigence du diplôme ;
- L'étudiant définit, avec l'entreprise et l'équipe pédagogique, les objectifs de son immersion et le contenu de ses activités ;
- L'équipe pédagogique encadre, conseille, met en cohérence et articule les différentes modalités d'appropriation des compétences. Elle veille notamment à ce qu'elles soient transférables à d'autres situations professionnelles comparables.

#### **A. Objectif**

Le stage en milieu professionnel a pour objectif de permettre à l'étudiant d'acquérir et/ou d'approfondir des compétences professionnelles en situation réelle de travail et d'améliorer sa connaissance du milieu professionnel et de l'emploi.

Il s'inscrit dans la progression élaborée par l'équipe pédagogique et induit naturellement une approche interdisciplinaire qui combine des savoirs et savoir-faire issus des enseignements professionnels.

Le stage en milieu professionnel, et l'environnement technique de l'entreprise d'accueil, servent de support aux épreuves professionnelles E4 « conception et négociation de solutions technico-commerciales » et E6, composée des deux unités U61 « développement de la clientèle et de la relation client », et U62 « mise en œuvre de l'expertise technico-commerciale ».

#### **B. - Modalités**

##### **1. Voie scolaire**

Les stages sont organisés avec le concours des milieux professionnels et sont placés sous le contrôle des autorités académiques dont relève l'étudiant. La recherche des entreprises d'accueil est assurée conjointement par l'étudiant et l'équipe pédagogique.

La durée totale sur l'ensemble de la période de formation est de 14 à 16 semaines. Celles-ci sont réparties avec une période d'une durée minimale de 4 semaines consécutives en première année.

Les périodes de stage font l'objet d'une convention signée entre les représentants de l'organisme d'accueil, ceux de l'établissement de formation et l'étudiant stagiaire. Cette convention est établie conformément aux dispositions en vigueur.

Elle comporte en outre une annexe pédagogique qui précise :

- Les objectifs poursuivis libellés en termes de compétences à acquérir ou à approfondir ;
- Les modalités prévues pour atteindre les objectifs précités (responsabilités et activités confiées au stagiaire) ;

- Les informations que l'entreprise ou l'organisation s'engage à fournir afin d'aider le stagiaire dans son travail ; (« dans ses missions » serait plus approprié...)
- Les conditions matérielles de déroulement du stage (lieu (x), conditions d'utilisation du matériel mis à disposition, horaires) ;
- Les modalités de tutorat (nom du tuteur au sein de l'entreprise ou de l'organisation d'accueil, modalités de suivi du stagiaire par ce tuteur) ;
- Les modalités d'échanges entre le représentant de l'entreprise ou de l'organisation d'accueil, le tuteur et l'équipe pédagogique (procédures d'échanges d'informations en cas de difficultés rencontrées par le stagiaire...)
- Les modalités de l'appréciation du tuteur de stage ou de son représentant sur l'implication du stagiaire, les tâches effectuées dans le cadre des activités professionnelles menées en rapport avec les objectifs de la formation.

Ces périodes peuvent être prolongées pendant les vacances scolaires sous réserve du respect d'une période de 4 semaines consécutives de repos, pendant les vacances d'été. La convention de stage en précise les modalités.

En fin de stage, une attestation est remise au stagiaire par le responsable de l'entreprise d'accueil. Elle précise les dates et la durée du stage. Les différentes attestations sont envoyées au service académique des examens selon des modalités précisées par le recteur de l'académie et conformément à la circulaire nationale d'organisation de l'examen.

## **2. Voie de l'apprentissage**

Pour les apprentis, les attestations de stage sont remplacées par l'attestation de l'employeur de réalisation de contrat confirmant le statut du candidat comme apprenti dans son entreprise.

Les activités ponctuelles et les missions effectuées au sein de l'entreprise doivent être en cohérence avec les exigences du référentiel.

Les objectifs pédagogiques sont les mêmes que ceux des étudiants sous statut scolaire.

## **3. Voie de la formation continue**

### **a. Candidats en situation de première formation ou en situation de reconversion**

La durée de stage est de 14 à 16 semaines. Elle s'ajoute à la durée de formation dispensée dans le centre de formation continue en application de l'article 11 du décret n° 95-665 du 9 mai 1995 modifié portant règlement général du brevet de technicien supérieur.

L'organisme de formation peut concourir à la recherche de l'entreprise d'accueil. Le stagiaire peut avoir la qualité de salarié d'un autre secteur professionnel.

Lorsque cette préparation s'effectue dans le cadre d'un contrat de travail de type particulier, le stage obligatoire est inclus dans la période de formation dispensée en milieu professionnel si les activités effectuées sont en cohérence avec les exigences du référentiel et conformes aux objectifs et aux modalités générales définis ci-dessus.

### **b. Candidats en situation de perfectionnement**

L'attestation de stage peut être remplacée par un ou plusieurs certificats de travail attestant que l'intéressé a été occupé dans le secteur de la distribution des produits et des services.

Les activités ponctuelles et les missions confiées doivent être en cohérence avec les exigences du référentiel et conformes aux objectifs et aux modalités générales définis ci-dessus.

Elles doivent avoir été effectuées en qualité de salarié à plein temps pendant six mois au cours de

l'année précédant l'examen ou à temps partiel pendant un an au cours des deux années précédant l'examen.

#### **4. Candidats en formation à distance**

Les candidats relèvent, selon leur statut (scolaire, apprenti, formation continue), de l'un des cas précédents.

#### **5. Candidats qui se présentent au titre de leur expérience professionnelle**

L'attestation de stage est remplacée par un ou plusieurs certificats de travail justifiant de la nature et de la durée de l'emploi occupé.

#### **C. - Aménagement de la durée du stage**

La durée du stage est de 14 à 16 semaines. Cette durée peut être réduite soit pour une raison de force majeure dûment constatée soit dans le cas d'une décision d'aménagement de la formation ou d'une décision de positionnement à une durée qui ne peut être inférieure à 10 semaines.

Toutefois, les candidats qui produisent une dispense des unités 4 et 6, notamment au titre de la validation des acquis de l'expérience, ne sont pas tenus d'effectuer de stage. Si la dispense ne porte que sur l'une ou l'autre de ces unités la durée du stage est réduite de moitié.

#### **D. - Candidats ayant échoué à une session antérieure de l'examen**

Les candidats ayant échoué à une session antérieure de l'examen bénéficient du maintien des notes obtenues supérieures à 10 ou des dispenses d'épreuves conformément à la réglementation en vigueur. Ils peuvent s'ils le jugent nécessaire, au vu des éléments d'appréciation portés par la commission d'interrogation et des notes obtenues lors des épreuves E4 et E6, effectuer un nouveau stage.

Les candidats apprentis redoublants peuvent présenter à la session suivant celle au cours de laquelle ils n'ont pas été déclarés admis :

- Soit leur contrat d'apprentissage initial prorogé pendant un an ;
- Soit un nouveau contrat conclu avec un autre employeur (en application des dispositions de l'article L.117-9 du code du travail).

## ANNEXE VI

### Tableau de correspondance entre les épreuves et unités du BTS Technico-commercial et celles du BTS Conseil et commercialisation de solutions techniques

Brevet de technicien supérieur Technico-commercial (arrêté du 23 août 2006)		Brevet de technicien supérieur Conseil et commercialisation de solutions techniques (défini par le présent arrêté)	
Épreuves	Unités	Épreuves	Unités
E1 Culture générale et expression	U1	E1 Culture générale et expression	U1
E2 Communication en langue vivante étrangère	U2	U21 Compréhension de l'écrit et expression écrite U22 Compréhension de l'oral, production orale en continu et en interaction en LV2	U21 et U22
E3 Environnement Economie et juridique	U3	E3 Culture économique, juridique et managériale	U3
E4 Négociation technico-commerciale	U4	E4 Conception et négociation de solutions technico-commerciales	U4
E5 Management et gestion des activités technico-commerciales	U5	E5 Management de l'activité technico-commerciale	U5
E6 Projet technico-commercial	U6		
		U61 Développement de la clientèle et de la relation client	U61
		U62 Mise en œuvre de l'expertise technico-commerciale	U62
EF1 Langue vivante 2	UF1	EF1 Communication en langue vivante étrangère	UF1