Ce document a été mis en ligne par l'organisme FormaV®.

Toute reproduction, représentation ou diffusion, même partielle, sans autorisation préalable, est strictement interdite.

Pour consulter tous nos sujets d'annales et corrigés du BTS NDRC, veuillez visiter :
coursbtsndrc.fr/annales-sujets-et-corriges

BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR

NÉGOCIATION ET DIGITALISATION DE LA RELATION CLIENT

ÉPREUVE E4 : RELATION CLIENT ET NÉGOCIATION-VENTE

SESSION 2026

Durée : 4 heures

SPÉCIALITÉ / UNITÉ	COEFF
NÉGOCIATION ET DIGITALISATION DE LA RELATION CLIENT	5

Moyens de calculs et matériel autorisés :

L'usage de la calculatrice n'est pas autorisé pendant l'entretien oral.

Le candidat s'appuie sur son dossier professionnel et sur les documents mis à disposition pour la préparation. Les modalités relatives aux outils autorisés pendant la préparation sont celles précisées par la convocation et les consignes de l'autorité académique.

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

Ce sujet comporte 7 pages numérotées de 1/7 à 7/7.

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

DOSSIER SUJET

MISE EN SITUATION PROFESSIONNELLE ET CONSIGNES DE L'ÉPREUVE ORALE : ORANGE SA, POINT DE VENTE DE LYON PART-DIEU, LYON (RHÔNE)

L'épreuve E4 évalue les compétences de négociation-vente et d'accompagnement de la relation client, d'organisation et d'animation d'un événement commercial, ainsi que d'exploitation et de mutualisation de l'information commerciale. Elle se déroule à l'oral et s'appuie sur le dossier professionnel du candidat et sur les activités présentées conformément aux modalités de l'examen.

Les documents ci-après constituent les données de la situation commerciale proposée pour les échanges et les mises en situation. Les chiffres du point de vente et les résultats de campagne sont des données de cas communiquées au candidat ; ils ne constituent pas des données financières publiées par Orange SA. Le candidat mobilise les informations fournies, explicite ses choix et justifie ses propositions. Le barème indicatif est ramené sur 20 points pour la lisibilité de l'évaluation.

PARTIE 1 : Cibler, prospecter et conduire une négociation-vente (7 points)

Ciblage de la clientèle, découverte des besoins, argumentation et accompagnement de la relation client

Vous prenez en charge une demande d'équipement numérique et de services de connectivité au point de vente. Vous disposez des informations figurant dans les DT 1 et DT 2. La cliente souhaite comparer les offres et demande une proposition adaptée à son usage et à son budget.

Synthèse de l'offre et du profil client

Élément	Donnée
Profil de la cliente	Particulière, télétravail deux jours par semaine, deux utilisateurs au domicile
Besoins exprimés	Connexion stable, appels vidéo, accompagnement lors de la mise en service
Budget mensuel maximal annoncé	55 € TTC
Offre Fibre Essentielle	34 € TTC par mois, mise en service 49 € TTC
Offre Fibre Confort	44 € TTC par mois, mise en service offerte, assistance prioritaire

Données fournies pour la mise en situation orale.

1.1 (1,5 point) À partir du profil et des besoins de la cliente, identifiez les critères de ciblage pertinents et formulez une hypothèse de besoin à vérifier par le questionnement.

1.2 (2 points) Présentez une trame de découverte comprenant au moins quatre questions adaptées. Précisez, pour chaque question, l'information commerciale recherchée.

1.3 (2 points) Choisissez l'offre que vous recommandez. Construisez une argumentation reliant au moins trois caractéristiques de l'offre aux bénéfices attendus par la cliente, puis traitez une objection portant sur le prix.

1.4 (1,5 point) Proposez une conclusion de vente et indiquez les actions de suivi à réaliser après la souscription afin d'accompagner la relation client.

PARTIE 2 : Organiser et animer un événement commercial (7 points)

Préparation, animation, coordination et évaluation d'une action commerciale

Le point de vente envisage une matinée de démonstration consacrée aux usages numériques du domicile. L'événement doit générer des prises de rendez-vous qualifiées et contribuer à la fidélisation de la clientèle locale. Les moyens et contraintes sont détaillés dans le DT 2.

Moyens et objectifs prévisionnels de l'événement

Indicateur ou moyen	Valeur
Date et durée	Samedi, de 9 h à 13 h
Budget maximal	600 € TTC
Invitations ciblées	120 clients et prospects
Fréquentation attendue	40 visiteurs
Objectif de rendez-vous qualifiés	12 rendez-vous
Équipe disponible	Un responsable et deux conseillers

Données de planification communiquées par le responsable du point de vente.

2.1 (2 points) Définissez les objectifs opérationnels de l'événement et indiquez les indicateurs qui permettront de mesurer leur atteinte.

2.2 (2 points) Établissez les principales étapes d'organisation avant, pendant et après l'événement. Répartissez les rôles entre les trois membres de l'équipe.

2.3 (1,5 point) Proposez un dispositif de communication avant et pendant l'événement, en précisant les canaux retenus, les publics visés et le message principal.

2.4 (1,5 point) Expliquez comment vous recueillerez les informations et les consentements utiles pendant l'événement, puis comment vous assurerez un suivi commercial adapté après celui-ci.

PARTIE 3 : Exploiter et mutualiser l'information commerciale (6 points)

Analyse des résultats, calcul d'indicateurs et proposition d'actions correctives

Après une campagne de prospection locale, le responsable vous demande d'analyser les résultats et de présenter des préconisations. Les données de l'opération sont fournies dans le DT 3. Les taux sont calculés à partir des volumes indiqués dans ce document.

Résultats de la campagne de prospection

Indicateur	Résultat
Contacts ciblés	240
Contacts effectivement joints	180
Rendez-vous obtenus	36
Rendez-vous honorés	30
Ventes conclues	18
Chiffre d'affaires HT attribué à la campagne	7 200 €
Coût total de la campagne	1 800 €

Tableau de bord de la campagne, données de cas.

3.1 (2 points) Calculez le taux de prise de contact parmi les contacts ciblés, le taux de transformation des rendez-vous honorés en ventes et le chiffre d'affaires moyen par vente. Présentez les formules et les résultats.

3.2 (1,5 point) Analysez les résultats de la campagne au regard des objectifs de prospection et relevez deux points satisfaisants ou deux points à améliorer, en les justifiant à partir des données.

3.3 (1,5 point) Proposez deux actions correctives ou de développement. Indiquez comment les résultats et les enseignements seront partagés avec l'équipe commerciale dans le respect des règles de confidentialité applicables aux données clients.

3.4 (1 point) À partir des résultats, formulez une recommandation synthétique au responsable du point de vente pour la prochaine campagne.

DOSSIER TECHNIQUE ET RESSOURCES

Documents ressources nécessaires à la résolution du sujet

DT 1 : SITUATION CLIENT ET ÉLÉMENTS DE DÉCOUVERTE

Une cliente se renseigne sur une offre de connectivité pour son domicile. Elle télétravaille deux jours par semaine, utilise régulièrement des appels vidéo et souhaite que deux personnes puissent être connectées simultanément. Elle déclare un budget mensuel maximal de 55 € TTC et demande une assistance accessible en cas de difficulté lors de l'installation. Elle n'a pas encore précisé la date souhaitée de mise en service ni les équipements déjà présents à son domicile.

Le conseiller doit vérifier les usages, les contraintes techniques et les attentes de la cliente avant de formuler une recommandation. Les tarifs et caractéristiques commerciaux à utiliser sont ceux figurant dans le tableau de la partie 1.

DT 2 : FICHE DE PRÉPARATION DE LA MATINÉE DE DÉMONSTRATION

Le point de vente prévoit une matinée de démonstration des usages numériques du domicile. L'événement se tiendra un samedi de 9 h à 13 h. Le budget maximal est de 600 € TTC. La base d'invitation comprend 120 clients et prospects ciblés. L'équipe attend 40 visiteurs et vise 12 rendez-vous qualifiés. Le responsable coordonne l'opération, deux conseillers assurent l'accueil, les démonstrations et la prise de rendez-vous.

La communication doit préciser l'objet de l'événement, sa date, ses horaires et les modalités d'inscription. Les informations recueillies auprès des participants sont limitées à ce qui est nécessaire au suivi demandé et sont traitées selon les règles applicables à la protection des données personnelles.

Jalons de préparation de l'événement

Échéance	Action prévue	Responsable
J - 21	Valider le thème, le budget et les objectifs	Responsable du point de vente
J - 14	Sélectionner les invités et préparer les invitations	Équipe commerciale
J - 7	Confirmer les inscriptions et préparer les démonstrations	Conseillers
Jour J	Accueillir, conseiller et recueillir les demandes de rendez-vous	Équipe complète
J + 2	Réaliser les relances et consolider les indicateurs	Conseillers et responsable

Planning indicatif à adapter par le candidat.

DT 3 : TABLEAU DE BORD DE LA CAMPAGNE DE PROSPECTION

Les résultats de la campagne sont les suivants : 240 contacts ciblés, 180 contacts joints, 36 rendez-vous obtenus, 30 rendez-vous honorés et 18 ventes conclues. Le chiffre d'affaires HT attribué à la campagne est de 7 200 €. Le coût total de la campagne est de 1 800 €.

Pour les calculs demandés, utiliser les relations suivantes : taux de prise de contact = contacts joints divisés par contacts ciblés, multiplié par 100 ; taux de transformation des rendez-vous honorés en ventes = ventes divisées par rendez-vous honorés, multiplié par 100 ; chiffre d'affaires moyen par vente = chiffre d'affaires HT divisé par le nombre de ventes.

Données de calcul et de suivi

Donnée	Valeur
Contacts ciblés	240
Contacts joints	180
Rendez-vous obtenus	36
Rendez-vous honorés	30
Ventes conclues	18
Chiffre d'affaires HT	7 200 €
Coût de campagne	1 800 €

Données internes communiquées pour la situation.

NE RIEN ÉCRIRE DANS CETTE PARTIE

DR 1 : Document réponse : Synthèse des indicateurs de campagne — **À RENDRE AVEC LA COPIE**

Compléter les cellules laissées vides à partir des données du DT 3. Présenter les calculs et arrondir les taux au dixième de point de pourcentage et le chiffre d'affaires moyen à l'euro le plus proche.

Calculs et analyse des résultats

Indicateur	Calcul	Résultat
Taux de prise de contact	.....	.....
Taux de transformation des rendez-vous honorés en ventes	.....	.....
Chiffre d'affaires moyen par vente	.....	.....
Point d'analyse justifié par une donnée	.....	.....
Action recommandée	.....	.....

Document à compléter par le candidat.

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

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Copyright © 2027 FormaV®. Tous droits réservés.

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

Ce document a été élaboré par FormaV® avec le plus grand soin afin d'accompagner chaque apprenant vers la réussite de ses examens. Son contenu (textes, graphiques, méthodologies, tableaux, exercices, concepts, mises en forme) constitue une œuvre protégée par le droit d'auteur.

Toute copie, partage, reproduction, diffusion ou mise à disposition, même partielle, gratuite ou payante, est strictement interdite sans accord préalable et écrit de FormaV®, conformément aux articles L.111-1 et suivants du Code de la propriété intellectuelle. Dans une logique anti-plagiat, FormaV® se réserve le droit de vérifier toute utilisation illicite, y compris sur les plateformes en ligne ou sites tiers.

En utilisant ce document, vous vous engagez à respecter ces règles et à préserver l'intégrité du travail fourni. La consultation de ce document est strictement personnelle.

Merci de respecter le travail accompli afin de permettre la création continue de ressources pédagogiques fiables et accessibles.