BTS Conseil et Commercialisation de Solutions Techniques

Le BTS Technico commercial fait l'objet d'une réforme, dont le nouvel intitulé sera **BTS CCST**

Lycée Jean-Baptiste Schwilgué

Le titulaire du BTS CCST conseille et vend des solutions (produits et services associés)

qui mobilise à la fois :

- **des compétences commerciales**
- **et des compétences technologiques**

➔ **ces emplois relèvent de la fonction commerciale-vente qui élabore, présente et négocie une solution technique, commerciale et financière.**

➔ **Il intervient donc essentiellement en B to B (Business to Business)**

(ou commerce interentreprises)

Ses diverses missions au sein d'une équipe commerciale

- Prospecter pour développer son portefeuille d'affaires sur un territoire ou un secteur d'activité
- Identifier et analyser les besoins de son client
- Accompagner le client dans la formulation de ses attentes
- Elaborer, Présenter et Négocier une solution technique, commerciale et financière adaptée au client
- Intégrer les évolutions technologiques, juridiques et normatives
- Assurer un rôle d'intégrateur de solutions technologiques
- Développer une relation de confiance avec sa clientèle dans une logique commerciale durable
- Assurer l'interface entre l'entreprise, ses clients et ses fournisseurs
- Mettre en place des plans d'actions commerciales

Son rôle est essentiel dans la création et le développement de la relation client

Le titulaire du BTS CCST occupe une place particulière dans l'organisation, en raison

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

Les compétences à acquérir pour mener ces missions

- Savoir cibler les clients potentiels et identifier de nouveaux besoins
- Découvrir les attentes des clients
- Conseiller son client dans le choix de la solution technique adaptée
- Argumenter et mettre en avant les avantages de la solution proposée
- Négocier les conditions de vente
- Evaluer les résultats et la performance commerciale
- Transmettre les informations aux partenaires et aux différents services concernés dans l'entreprise

Les qualités personnelles nécessaires

- Dynamisme, capacité d'initiative
- Sens du contact, écoute
- Ouverture d'esprit, curiosité
- Capacité d'organisation
- AUTONOMIE

La formation vise à développer ses qualités personnelles.

L’organisation de la formation

Disciplines	Horaire hebdomadaire	
	1ère année	2ème année
Culture et expression écrite	2 h	2 h
Langue vivante : allemand ou anglais	3 h	3 h
Culture économique, juridique et managériale	4h	4h
Conception et négociation de solutions technico-commerciales	4 h	4 h
Management de l’activité technico-commerciale	4 h	4 h
Développement de la clientèle et de la relation client	5 h	4 h
Mise en œuvre de l’expertise technico-commerciale	9 h	6 h
Horaire total (minimum)	31h	27h

L’organisation de l’examen

Nature des épreuves	Forme	Durée
E1 - Culture générale et expression	Ponctuelle écrite	4H
E2 – Communication en Langue vivante étrangère	CCF	
E3 – Culture économique, juridique et managériale	Ponctuelle écrite	4H
E4 – Conception et négociation de solutions technico-commerciale	**CCF**	
E5 – Management de l’activité technico commerciale	**Ponctuelle écrite**	
E6 – Développement de la clientèle et de la relation client et mise en œuvre de l’expertise technico-commerciale	**CCF**	

Une démarche de projet en stage

- **Les étapes du projet technico-commercial :**

1. Identifier un besoin, une situation à améliorer dans l'entreprise
2. Fixer des objectifs ou résultats à atteindre (quantitatifs et qualitatifs)
3. Définir un plan d'actions commerciales adapté pour atteindre ces objectifs, en tenant compte des contraintes existantes
4. Mettre en oeuvre les actions avec une démarche appropriée et des outils de qualité
5. Evaluer régulièrement les résultats obtenus pour corriger le cas échéant la démarche retenue.

- **Le stage constitue ainsi l'épine dorsale de la formation**

Acquisitions théoriques de savoirs et savoirs-faire → Expérimentation sur le terrain dans le cadre du projet → Analyse et évaluation des méthodes mises en oeuvre

L'organisation du stage

Durée : 14 semaines (réparties en 3 périodes)	
1ère période de 2 sem. en **janvier**	▪ Prise de connaissance de l'entreprise et de son marché ▪ Découverte des produits, ▪ **Définition du projet et d'un plan d'actions à mener** ▪ Missions préparatoires (étude technique/contexte de l'entreprise et son marché)
6 semaines en **mai-juin**	**Réalisation du projet technico-commercial** ➢Mise en oeuvre des actions ➢Choix des méthodes et des outils adaptés ➢Planification des tâches ➢Evaluation des résultats obtenus
6 semaines en **oct.-nov.**	

+ Des journées ponctuelles en entreprise entre les périodes de stage

- les vendredis en 1ère année
- les lundis en 2ème année

Lieux de stage possibles

- ***Fabricants de produits industriels***
- ***Prestataires de services industriels***
- ***Entreprises de négoce (ou distributeurs de produits industriels).***

Visant principalement ***une clientèle professionnelle***

(et plus exceptionnellement ***une clientèle de particuliers,*** si la dimension technique du produit est nécessaire dans la négociation)

Les débouchés

En première insertion après le BTS CCST :

Les emplois envisageables :

Technico-commercial; Attaché commercial; Attaché Technico-commercial; Commercial sédentaire ou itinérant; Vendeur comptoir ; Vendeur négociateur ; Conseiller commercial ; Conseiller Technico-commercial.

Evolutions de carrière après quelques années d'expérience :

•postes de commercial, avec plus de responsabilité, tels que :
Chargé de clientèle, Chargé d'affaires,
Responsable « grands comptes », ...

•ou des fonctions de management commercial :
Responsable commercial, Chef des ventes,
Responsable d'agence

•ou une orientation vers la fonction *d'Acheteur*
puis de *Responsable des achats ; Responsable prescripteur*…

Poursuite d'études post-BTS

- Licences professionnelles puis Master

➢ **à l'Université**

Partenariat notamment avec l'iUT d'Illkirch pour la Licence Pro « Commercial dans l'environnement européen »

➢ **au CNAM**

notamment pour la Licence Pro « Commerce et Marketing »

➢ **dans les Ecoles de commerce**, notamment l'ESTA à Belfort

qui offre une formation technico-commerciale avec un double diplôme ingénieur commerce (Bac+5, Niveau 1 Master)

- Autres diplômes reconnus niveau bac+3 :

➢ dans les Chambres de commerce et d'industrie (CCI)

Éléments de diagnostic économique

Le commerce interentreprises constitue un ensemble très atomisé :

- 98 % des entreprises emploient moins de 50 salariés,
- 75 % moins de 10 salariés,
- 50 % moins de 5 salariés.

La valeur ajoutée du commerce interentreprises a progressé

du fait du développement des services (maintenance, livraison, SAV, installation, récupération des produits, etc.)