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 BUT TC, veuillez visiter :
buttc.fr/annales-sujets-et-corriges

BUT TC

BUT Techniques de commercialisation : parcours Marketing digital, e-business et entrepreneuriat

Session 2026 • Code sujet : **26-BUT-TC-EP1** • Durée : **3 heures** • Coefficient : **3,0**
indicatif

Sommaire

Cliquez sur une partie pour y accéder directement

1. Analyse du projet et exigences réglementaires (3 questions) **Page 3**

2. Étude technico-économique du lancement (3 questions) **Page 5**

3. Modèle d'affaires et préparation du déploiement (3 questions) **Page 7**

4. Prévention, sécurité et pilotage du projet (3 questions) **Page 10**

5. Ce qu'il faut retenir & Questions fréquentes (FAQ) (Synthèse & Q&A Examen) **Page 13**

Sujet officiel (PDF) : https://buttc.fr/assets/annales/but-tc/C9 - Développer un projet e-business/2026/BUT Techniques de Commercialisation - C9 - Développer un projet e-business - Session 2026 - 1-Sujet.pdf

1. Analyse du projet et exigences réglementaires

Maison Lichen, entreprise fictive située à Lyon, souhaite lancer en France métropolitaine une boutique en ligne de produits d'entretien ménager concentrés et rechargeables. Le dossier présente des données de marché et de concurrence, les ressources internes, des repères réglementaires et le parcours fonctionnel de la boutique.

Diagnostic du projet

Question 1.1. Présentez un diagnostic synthétique du projet avec deux atouts, deux risques ou contraintes et deux opportunités. Reliez chaque élément à une donnée du dossier.

Les faits montrent une demande pour les recharges en ligne et une audience déjà mobilisable. Les deux atouts retenus s'appuient sur les ressources et l'offre décrites. Les contraintes associent la pression concurrentielle et les exigences de conformité. Les opportunités distinguent l'intérêt exprimé pour la commande en ligne et l'utilisation de la lettre d'information comme canal de lancement. Les actions proposées restent à décider par l'entreprise.

Catégorie	Éléments reliés aux données du dossier
Atouts	4 800 abonnés consentants ; produits concentrés et rechargeables.
Risques ou contraintes	Deux concurrents offrent la livraison dès 49 € TTC ; obligations d'information, de protection des données et d'accessibilité.
Opportunités	62 % des clients interrogés souhaitent commander les recharges en ligne ; la lettre d'information peut promouvoir la boutique.

✓ RÉPONSE À RETENIR

Atouts : offre rechargeable et 4 800 abonnés consentants. Contraintes : concurrence et conformité. Opportunités : demande en ligne et promotion par la lettre d'information.

Exigences prioritaires

Question 1.2. Retenez trois exigences prioritaires pour la mise en ligne. Pour chacune, indiquez le risque évité et une action concrète à réaliser avant l'ouverture des ventes. Complétez le document réponse DR 1.

Prioriser l'information précontractuelle, la protection des données et l'accessibilité sécurise les étapes essentielles du parcours d'achat. Les actions ci-dessous sont à effectuer avant l'ouverture, puis à consigner. Les responsables indiqués sont des fonctions opérationnelles à désigner dans l'équipe.

Exigence	Risque évité	Action avant ouverture	Responsable
Information client	Litige ou information incomplète	Vérifier caractéristiques, prix, frais de livraison, paiement et rétractation avant la commande.	Responsable du site
Données personnelles	Collecte excessive ou accès non autorisé	Contrôler finalités, données collectées, information, droits et accès.	Référent données
Accessibilité	Parcours d'achat difficile ou inutilisable	Tester la navigation au clavier, les intitulés des champs et les alternatives textuelles.	Responsable du site

DR 1 complété : exigences prioritaires

Exigences prioritaires et analyse des risques

Exigence ou risque	Risque évité ou conséquence possible	Action de prévention ou vérification	Responsable
Information client	Litige / information incomplète	Vérifier prix, livraison, paiement et rétractation	Resp. site
Données personnelles	Collecte excessive / accès non autorisé	Contrôler finalités, données, droits et accès	Réf. données
Accessibilité	Parcours difficile ou inutilisable	Tester clavier, champs et textes alternatifs	Resp. site

À compléter par le candidat.

✓ RÉPONSE À RETENIR

Avant l'ouverture : vérifier l'information client, la protection des données et l'accessibilité du parcours d'achat.

Proposition de valeur

Question 1.3. Formulez une proposition de valeur destinée au segment prioritaire de votre choix. Précisez le besoin visé, le bénéfice différenciant et le canal ou service numérique mobilisé, puis justifiez votre choix par deux données du sujet.

Segment prioritaire : les clients qui souhaitent commander des recharges en ligne. Proposition de valeur : « Retrouvez facilement vos recharges de produits d'entretien concentrés sur une boutique en ligne claire, du choix du produit à la confirmation de commande. » Le site permet de consulter les fiches produits et de commander ; la lettre d'information peut faire connaître ce service aux abonnés consentants.

Le choix du segment est étayé par deux données : 62 % des clients interrogés souhaitent pouvoir commander les recharges en ligne et la marque dispose de 4 800 abonnés à sa lettre d'information, avec consentement documenté.

✓ RÉPONSE À RETENIR

Pour les clients souhaitant renouveler leurs recharges : une boutique en ligne facilite leur recherche et leur commande, avec une promotion possible auprès des 4 800 abonnés consentants.

2. Étude technico-économique du lancement

L'étude porte sur un mois de campagne et mobilise les données de fréquentation, les taux d'ajout au panier et de conversion, le panier moyen et les charges du projet. Les formules fournies permettent d'évaluer le parcours d'achat, la marge, le résultat prévisionnel et le seuil de commandes nécessaire à la couverture des charges.

Indicateurs commerciaux

Question 2.1. Calculez le nombre d'ajouts au panier, le nombre de commandes attendu, le chiffre d'affaires mensuel et le coût d'acquisition client (CAC) correspondant au budget publicitaire. Assimilez une commande à un nouveau client acquis par la campagne.

À partir des 12 000 sessions mensuelles, on applique séparément les taux d'ajout au panier et de conversion fournis. Le chiffre d'affaires est calculé hors taxes. Pour le CAC, le dossier assimile chaque commande à un nouveau client acquis : le budget publicitaire est donc divisé par le nombre de commandes.

Indicateur	Calcul	Résultat
Ajouts au panier	12 000 × 8 %	960
Commandes	12 000 × 2,4 %	288
Chiffre d'affaires	288 × 42 € HT	12 096 € HT
CAC	1 800 € ÷ 288	6,25 € par client

Ces résultats correspondent aux volumes et au chiffre d'affaires prévisionnels pour le mois de campagne.

> ✓ RÉPONSE À RETENIR
>
> Le mois prévoit 960 ajouts au panier, 288 commandes et 12 096 € HT de chiffre d'affaires. Le CAC est de 6,25 € par client.

Marge et résultat prévisionnel

Question 2.2. Calculez la marge sur coûts variables par commande, puis le résultat mensuel prévisionnel après déduction du budget publicitaire et des charges fixes. Détaillez le calcul.

La marge brute unitaire est de 42 € × 55 % = 23,10 €. On en déduit les frais variables de 6,20 € par commande : la marge sur coûts variables est donc de 16,90 € par commande. Pour les 288 commandes prévues, elle totalise 4 867,20 €. Il reste à déduire les charges du mois, soit le budget publicitaire et les charges fixes.

Le calcul du résultat est : 4 867,20 € − 1 800 € − 2 400 € = 667,20 €. Le résultat prévisionnel est positif selon les hypothèses fournies.

> ✓ RÉPONSE À RETENIR
>
> Marge sur coûts variables : 16,90 € par commande. Résultat prévisionnel du mois : 667,20 €.

Seuil de commandes

Question 2.3. Calculez le nombre minimal de commandes mensuelles permettant de couvrir les charges fixes et le budget publicitaire, en conservant les hypothèses du dossier. Arrondissez le seuil au nombre entier supérieur, comparez-le au volume prévisionnel et concluez.

Les charges à couvrir sont les charges fixes et le budget publicitaire, soit 2 400 € + 1 800 €. On divise ce total par la marge sur coûts variables unitaire, calculée à la question précédente : 16,90 € par commande.

Calcul	Résultat
(2 400 € + 1 800 €) ÷ 16,90 €	248,52 commandes
Seuil arrondi à l'entier supérieur	249 commandes
Écart avec le prévisionnel	288 − 249 = 39 commandes

Le volume prévu dépasse le seuil requis : les charges mensuelles sont couvertes, avec un écart de 39 commandes par rapport au seuil arrondi.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Seuil minimal : 249 commandes par mois. Le prévisionnel de 288 commandes le dépasse de 39 commandes.

3. Modèle d’affaires et préparation du déploiement

La direction veut structurer un modèle d’affaires cohérent avec la vente de produits rechargeables et organiser la préparation des commandes. Le dossier précise le pic journalier, le temps de conditionnement, le temps de travail disponible, ainsi que la surface et le prix du carton avec les pertes de découpe.

Modèle d’affaires

Question 3.1. Présentez les principaux blocs du modèle d’affaires : segment de clientèle, proposition de valeur, canaux, relation client, sources de revenus, ressources et activités clés, partenaires et principaux coûts. Faites apparaître au moins une partie prenante et une externalité possible liée aux emballages ou aux livraisons.

Le modèle proposé valorise les produits concentrés et rechargeables par une boutique en ligne. Le segment prioritaire peut être constitué de foyers souhaitant commander leurs recharges facilement. Ce choix répond à une demande identifiée : 62 % des clients interrogés souhaitent commander les recharges en ligne. La lettre d’information, envoyée avec consentement documenté à 4 800 abonnés, peut soutenir le lancement.

Bloc	Modèle proposé
Valeur et clientèle	Produits d’entretien concentrés et rechargeables, destinés aux foyers recherchant des recharges pratiques.
Canaux et relation client	Boutique en ligne et lettre d’information ; assistance par courriel et FAQ à prévoir.
Revenus	Vente des produits et des recharges.
Ressources et activités clés	Marque, site, catalogue et équipe ; gestion du site, marketing, préparation et expédition.
Partenaires et coûts	Transporteur, prestataire de paiement et fournisseur d’emballages ; achats, publicité, paiement, livraison et carton.
Parties prenantes et externalité	Clients et transporteur ; les emballages et livraisons peuvent générer des déchets et des émissions.

La priorité opérationnelle est de faciliter le réachat tout en suivant les coûts logistiques et les effets environnementaux des expéditions.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Vendre en ligne des produits d’entretien concentrés et rechargeables, en facilitant le réachat grâce à la boutique et à la lettre d’information.

Capacité et coût du carton

Question 3.2. Calculez le temps total nécessaire pour préparer 40 commandes et vérifiez si la capacité quotidienne est suffisante. Calculez ensuite la surface de carton consommée par commande en tenant compte des chutes, puis le coût de carton pour 40 commandes. Utilisez la relation surface consommée = surface utile / (1 - taux de chute).

Pour 40 commandes, la préparation demande 40 × 5 = 200 minutes, soit 3 h 20. Les 4 heures disponibles représentent 240 minutes : la capacité suffit, avec 40 minutes de marge. La surface consommée par commande, pertes comprises, est 0,40 ÷ (1 − 0,06) = 0,42553 m². Pour 40 commandes, le coût du carton est donc 0,40 ÷ (1 − 0,06) × 40 × 1,80 = 30,64 €.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Préparation : 200 min sur 240 min, capacité suffisante avec 40 min de marge. Carton : 0,42553 m² par commande, soit 30,64 € pour 40 commandes.

Procédure de préparation

Question 3.3. Établissez une procédure opératoire en cinq étapes, depuis la réception d'une commande validée jusqu'à sa remise au transporteur. Indiquez à chaque étape un contrôle permettant de réduire les erreurs de préparation ou d'expédition. Utilisez le document réponse DR 2.

Procédure à appliquer à chaque commande validée, en suspendant l'expédition dès qu'une discordance est détectée :

1. Ouvrir la commande et vérifier son statut, l'adresse et la confirmation.
2. Prélever les produits en comparant chaque référence et quantité à la commande.
3. Contrôler l'état et l'intégrité des produits ainsi que la conformité du contenu.
4. Conditionner et étiqueter le colis ; vérifier la fermeture, l'étiquette et l'adresse.
5. Enregistrer l'expédition et vérifier la prise en charge par le transporteur.

Ces contrôles limitent les erreurs de contenu et d'acheminement avant la remise du colis.

DR 2 complété : procédure de préparation

Indicateur 3 : ...	.....	.....	.....
Commande	Statut, adresse et confirmation concordent	À chaque comma	Préparateur
Prélèvement	Référence et quantité comparées à la comma	À chaque comma	Préparateur
Contrôle	État, intégrité et contenu vérifiés	À chaque comma	Préparateur
Conditionnement	Fermeture, étiquette et adresse vérifiées	À chaque colis	Préparateur .....
Remise transporteur	Expédition enregistrée, prise en charge tracé	À chaque colis	Préparateur

✓ RÉPONSE À RETENIR

Vérifier la commande, les références et quantités, l’état des produits, l’emballage et l’étiquette, puis enregistrer et contrôler la prise en charge du colis.

4. Prévention, sécurité et pilotage du projet

Le projet mobilise une personne chargée des commandes et une personne chargée du site et du service client, avec des risques humains, logistiques et numériques à maîtriser. Le dossier fournit des repères de prévention et de conformité, ainsi que des exemples de suivi et des vérifications à réaliser avant l'ouverture.

Analyse des risques

Question 4.1. Repérez quatre risques distincts du projet, dont au moins un risque humain et un risque numérique. Pour chacun, indiquez une mesure de prévention ou de réduction et une personne ou fonction responsable de sa mise en œuvre. Utilisez le document réponse DR 1.

Les risques retenus couvrent la santé au travail, la sécurité des comptes, la conservation des données et la fiabilité des expéditions. Les mesures s'appuient sur les repères fournis et sont réparties entre les deux fonctions mobilisées.

Risque	Conséquence possible	Mesure de maîtrise	Responsable
Travail prolongé sur écran	Fatigue, douleurs posturales	Pauses ou alternance d'activité, poste réglable	Responsable du site et du service client
Accès non autorisé au compte d'administration	Modification du site ou accès aux données	Droits limités, mots de passe robustes, authentification renforcée si disponible	Responsable du site
Perte de données	Interruption de l'activité, perte d'informations de commande	Copie séparée et test périodique de restauration	Responsable du site
Erreur de préparation ou d'expédition	Colis incorrect ou livré à la mauvaise adresse	Vérifier référence, quantité, adresse et confirmation	Responsable des commandes

Ces contrôles réduisent les risques humains, numériques et logistiques. La direction peut compléter ce suivi par l'évaluation des risques professionnels et la vérification périodique des accès et des sauvegardes.

DR 1 : risques complétés

Exigence ou risque	Risque évité ou conséquence possible	Action de prévention ou vérification	Responsable
Travail écran	Fatigue, douleurs	Pauses, poste réglable	Site / client
Accès admin.	Intrusion, modification	Droits limités, MFA si dispo.	Site
Perte de données	Perte des commandes	Copie séparée, test restauration	Site
Erreur d'expédition	Colis ou adresse incorrects	Contrôler réf., quantité, adresse	Commandes

✓ RÉPONSE À RETENIR

Quatre risques maîtrisés : troubles liés aux écrans, accès non autorisé, perte de données et erreur d'expédition, avec un responsable désigné pour chacun.

Indicateurs de pilotage

Question 4.2. Proposez trois indicateurs de pilotage du premier mois. Pour chacun, précisez sa formule ou son mode de calcul, sa périodicité de suivi et le type de décision qu'il peut éclairer. Au moins un indicateur doit mesurer la qualité de préparation ou d'expédition. Utilisez le document réponse DR 2.

Ces indicateurs couvrent l'activité commerciale, la qualité de préparation et le service de livraison. Le taux de conversion rapporte les commandes aux sessions ; les incidents et délais sont calculés à partir des données de gestion. Un suivi fréquent permet de repérer les dérives du premier mois.

Indicateur	Calcul	Fréquence	Décision éclairée
Taux de conversion	Commandes ÷ sessions × 100	Chaque semaine	Ajuster le parcours ou les actions d'acquisition
Taux d'incidents de préparation	Commandes avec erreur ÷ commandes expédiées × 100	Chaque jour, bilan hebdomadaire	Renforcer les contrôles ou revoir la procédure
Délai moyen de livraison	Total des délais constatés ÷ commandes livrées	Chaque semaine	Échanger avec le transporteur ou informer les clients

Ces mesures éclairent les actions commerciales et opérationnelles sans imposer de seuil cible absent du dossier.

DR 2 : indicateurs complétés

Étape ou indicateur	Action, formule ou contrôle	Fréquence	Décision ou responsable
Étape 1 : ...	.....	.....	.....
Étape 2 : ...	.....	.....	.....
Étape 3 : ...	.....	.....	.....
Étape 4 : ...	.....	.....	.....
Étape 5 : ...	.....	.....	.....
Indicateur 1 : Conversion	..... Commandes / sessions × 100	..... Hebdomadaire	..... Ajuster parcours / acquisition
Indicateur 2 : Incidents de préparation	..... Commandes erronées / expédiées × 100	..... Quotidien, bilan hebdomadaire	..... Renforcer les contrôles
Indicateur 3 : Délai moyen de livraison	..... Total des délais / commandes livrées	..... Hebdomadaire	..... Revoir transporteur, informer les clients

À compléter par le candidat. Ajouter des précisions dans les cases si nécessaire.

✓ RÉPONSE À RETENIR

Suivre chaque semaine la conversion et les délais de livraison, et contrôler quotidiennement le taux d'incidents de préparation.

Vérifications avant ouverture

Question 4.3. Définissez trois vérifications à réaliser avant l'ouverture des ventes, couvrant respectivement les informations fournies au client, la protection des données et le fonctionnement technique de la commande. Pour chacune, indiquez un résultat observable permettant de décider si le lancement peut être autorisé.

Avant l'ouverture, réaliser trois tests distincts et conserver leurs résultats. Le lancement est autorisé seulement si les informations essentielles sont visibles avant la commande, si les données sont traitées de façon encadrée et si le parcours technique aboutit sans anomalie.

1. **Information client :** parcourir les fiches et le tunnel d'achat. Vérifier que les caractéristiques essentielles, le prix, les frais de livraison, les modalités de paiement et les informations sur la rétractation apparaissent avant validation. Résultat observable : chaque élément est accessible et cohérent sur le parcours.
2. **Protection des données :** vérifier les finalités, la limitation des champs, l'information des personnes, les accès et les modalités d'exercice des droits. Résultat observable : notice et réglages consultables, données limitées aux besoins de la commande.
3. **Fonctionnement technique :** effectuer une commande test, du panier au paiement et à la confirmation. Résultat observable : commande enregistrée, confirmation reçue et données transmises au traitement des commandes sans erreur.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Autoriser l'ouverture après validation des informations client, de la gestion des données et d'une commande test complète sans anomalie.

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

Bilan de l'épreuve : Cette évaluation de la compétence 5 du BUT Techniques de commercialisation, session 2026, code 26-BUT-TC-EP1, dure 3 heures et affiche un coefficient indicatif de 3,0. Elle porte sur le lancement de la boutique e-business de Maison Lichen. Les tâches évaluent le diagnostic, la viabilité économique, le modèle d'affaires, la préparation des commandes, la prévention des risques et le pilotage.

Notions-clés, formules & règles à maîtriser

- Ajouts au panier = sessions × taux d'ajout ; commandes = sessions × taux de conversion.
- Chiffre d'affaires = commandes × panier moyen ; CAC = budget publicitaire / commandes.
- Marge sur coûts variables unitaire = panier moyen × taux de marge brute - frais variables hors coût d'achat.
- Surface consommée = surface utile / (1 - taux de chute) ; coût du carton = surface consommée × prix au m².

Points de vigilance & attentes du jury

- Distinguez les faits fournis des préconisations et rattachez chaque élément du diagnostic à une donnée du dossier.
- Présentez les étapes de calcul, les unités et les arrondis demandés ; n'ajoutez aucun coût absent des hypothèses.
- Vérifiez la capacité en comparant le temps nécessaire pour préparer les commandes au temps disponible.
- Pour les risques et indicateurs, précisez une mesure concrète, un responsable ou une fréquence et la décision éclairée.

Questions fréquentes sur cette épreuve (Q&A Examen)

Q : Comment calculer le nombre de commandes et le CAC dans cette étude ?

Multipliez les sessions par le taux de conversion pour obtenir le nombre de commandes. Le CAC correspond au budget publicitaire divisé par les commandes, le sujet assimilant chaque commande à un nouveau client acquis.

Q : Comment intégrer les chutes dans le calcul de carton ?

Divisez la surface utile par 1 moins le taux de chute pour obtenir la surface consommée par commande. Multipliez cette surface par 40 commandes, puis par le prix du carton au mètre carré.

Q : Quel barème et quelle durée faut-il retenir pour l'épreuve ?

Le sujet annonce une durée de 3 heures et un barème indicatif total de 20 points, réparti en quatre parties de 5 points. Le coefficient indiqué est 3,0 à titre indicatif ; les modalités applicables dépendent de l'IUT.

Q : Quelles vérifications réglementaires prévoir avant le lancement ?

Vérifiez que les informations précontractuelles sont accessibles avant la commande, que les données sont limitées et que leurs accès sont encadrés, puis testez le parcours de commande. Le sujet demande des résultats observables, sans présumer d'une conformité automatique.

Sujet officiel associé (PDF) : https://buttc.fr/assets/annales/but-tc/C9 - Développer un projet e-business/2026/BUT Techniques de Commercialisation - C9 - Développer un projet e-business - Session 2026 - 1-Sujet.pdf
Ressources BUT Techniques de Commercialisation : Toutes les annales & corrigés • Fiches de révision complètes • Simulateur de notes d'examen

Copyright © 2027 FormaV®. Tous droits réservés.

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

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

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

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

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