

BTS NEGOCIATION ET DIGITALISATION DE LA RELATION CLIENT



Session 2022

Le technicien supérieur NDRC est un commercial généraliste, capable d'exercer dans tous les secteurs d'activités et dans tout type d'organisation, avec tout type de clientèle (B to B, B to C, B to G), quelle que soit la forme de la relation client (en présentiel, à distance, e-relation) et dans toute sa complexité.



L'abréviation B to B (business to business) désigne l'ensemble des activités commerciales réalisées entre deux entreprises.

L'abréviation B to C (business to consumer) désigne l'ensemble des relations qui unissent les entreprises et les consommateurs finaux.

L'abréviation B to G (Business to Government) désigne les relations entre une entreprise et une administration publique.

Dans le cadre d'une stratégie omnicanale, il sait gérer de multiples points de contact pour installer une plus grande proximité avec les clients ; sa capacité à traduire leurs exigences de plus en plus élevées en solutions adaptées lui permet d'instaurer des relations durables de confiance

L'accélération de la digitalisation des activités commerciales conduit le titulaire du BTS NDRC à investir les contenus commerciaux liés à l'usage accru des sites web, des applications et des réseaux sociaux

Les activités du titulaire du BTS NDRC sont regroupées au sein de trois grands pôles couvrant les différentes formes de relation client :

- Relation client et négociation-vente
- Relation client à distance et digitalisation
- Relation client et animation de réseaux

Formation en milieu professionnel

Les périodes de formation en milieu professionnel ont pour objectifs de permettre aux futurs techniciens supérieurs d'acquérir et/ou d'approfondir des compétences professionnelles en situation réelle de travail ainsi que d'améliorer leur connaissance du milieu professionnel et de l'emploi. Elles doivent permettre de développer la professionnalité et favoriser l'employabilité des candidats.

Les appellations les plus courantes des emplois exercés par le titulaire du BTS NDRC sont les suivantes

- Vendeur, Représentant, Commercial terrain, Négociateur, Délégué commercial, Conseiller commercial, Chargé d'affaires ou de clientèle, Technicommercial,
- Télévendeur, Téléconseiller, Téléopérateur, Conseiller client à distance, Conseiller, clientèle, Chargé d'assistance, Téléacteur, Téléprospecteur
- Animateur, commercial site e-commerce, Assistant responsable e-commerce, Commercial e-commerce

Capacités et compétences exigées

Le titulaire du diplôme doit posséder des compétences variées et accepter la diversité des tâches susceptibles de lui être confiées.

Qualités personnelles

- amabilité, diplomatie, facilité de contact,
- méthode, rigueur, sens de l'organisation, clarté d'esprit,
- esprit d'initiative, autonomie, sens des responsabilités, confiance en soi,
- dynamisme, vivacité d'esprit, curiosité,
- disponibilité, conscience professionnelle,
- discrétion, honnêteté,
- présentation impeccable.

Compétences générales et professionnelles

- bon niveau de culture générale,
- bonne maîtrise de la langue française écrite et orale,
- bonne capacité d'analyse et de synthèse,
- grande faculté d'adaptation, sens des relations humaines et de la communication,
- connaissance d'une langue étrangère
- intérêt pour les problèmes de production

Niveau requis

Etre titulaire du baccalauréat ou d'un titre classé au niveau IV ou avoir suivi la scolarité complète y conduisant

BTS NEGOCIATION ET DIGITALISATION DE LA RELATION CLIENT

CULTURE GENERALE ET EXPRESSION

- Appréhender et réaliser un message écrit
 - Respecter les contraintes de la langue écrite
 - Synthétiser des informations : fidélité à la signification des documents, exactitude et précision dans leur compréhension et leur mise en relation, pertinence des choix opérés en fonction du problème posé et de la problématique, cohérence de la production
 - Répondre de façon argumentée à une question posée en relation avec les documents proposés en lecture
- Communiquer oralement :
- S'adapter à la situation : maîtrise des contraintes de temps, de lieu, d'objectifs et d'adaptation au destinataire, choix des moyens d'expression appropriés, prise en compte de l'attitude et des questions du ou des interlocuteurs
 - Organiser un message oral : respect du sujet, structure interne du message

ANGLAIS

Production orale en continu

- Annoncer une décision prise par un cadre dirigeant ou le chef d'entreprise
- Présenter oralement une entreprise, une offre commerciale, une activité spécifique, ...
- Argumenter une décision, un choix, un point de vue. Rendre compte d'un travail

Interaction orale

- Communiquer au téléphone ou en face à face avec un client, un fournisseur, un collègue, un prestataire étranger

compréhension de l'oral

- Comprendre une information ou une demande d'information en face à face ou au téléphone
- Comprendre des annonces et des messages oraux dans un lieu public ou sur un répondeur
- Comprendre des émissions de radio ou de télévision

compréhension de documents écrits

- Lire de courts écrits quotidiens, des documents d'entreprise, des instructions
- Lire des articles de presse et des documents divers

production et interaction écrites

- Rédiger des documents commerciaux pour communiquer avec des clients, fournisseurs, ou des prestataires
- Rédiger des notes et des messages à destination d'un collègue, d'un service, d'un cadre ou du chef d'entreprise
- Préparer des supports de communication
- Rédiger une synthèse d'informations à partir de sources diverses

ACTIVITES PROFESSIONNELLES

POLE D'ACTIVITÉS 1 : RELATION CLIENT ET NEGOCIATION-VENTE

- Cibler et prospecter la clientèle
 - Analyser un portefeuille client. Identifier des cibles de clientèle
 - Mettre en œuvre et évaluer une démarche de prospection
 - Développer des réseaux professionnels
- Négocier et accompagner la relation client
 - Négocier et vendre une solution adaptée au client
 - Créer et maintenir une relation client durable
- Organiser, animer et exploiter un événement commercial
- Exploiter et mutualiser l'information commerciale
 - Remonter, valoriser et partager l'information commerciale
 - Collaborer à l'interne en vue de développer l'expertise commerciale

POLE D'ACTIVITÉS 2 : Relation client à distance et DIGITALISATION

- Maîtriser la relation omnicanale
 - Créer et entretenir la relation client à distance
 - Apprécier la performance commerciale à partir d'indicateurs d'activité
 - Encadrer et animer une équipe de téléacteurs
- Animer la relation client digitale
 - Produire, publier et assurer la visibilité des contenus digitaux
 - Impulser, entretenir et réguler une dynamique e-relationnelle
- Développer la relation client en e-commerce
 - Dynamiser un site de e-commerce
 - Faciliter et sécuriser la relation commerciale
 - Diagnostiquer l'activité de e-commerce

POLE D'ACTIVITÉS 3 : RELATION CLIENT ET ANIMATION DE RESEAUX

- Implanter et promouvoir l'offre chez des distributeurs
 - Valoriser l'offre sur le lieu de vente
 - Développer la présence dans le réseau de distributeurs
- Développer et animer un réseau de partenaires
 - Participer au développement d'un réseau de partenaires
 - Mobiliser un réseau de partenaires et évaluer les performances
- Créer et animer un réseau de vente directe
 - Prospector, organiser des rencontres et vendre en réunion
 - Recruter et former des vendeurs à domicile indépendants
 - Impulser une dynamique de réseau

CULTURE ÉCONOMIQUE, JURIDIQUE ET MANAGÉRIALE

L'intégration de l'entreprise dans son environnement

- Identifier les principaux agents économiques en relation avec l'entreprise et leurs rôles (ménages, entreprises, banques, Etat)
- Présenter le fonctionnement des marchés sur lesquels intervient l'entreprise
- Repérer l'existence d'externalités pour l'entreprise
- Qualifier une situation précontractuelle et repérer le processus de formation d'un contrat
- Analyser et évaluer les conditions de la validité, les clauses et les effets juridiques d'un contrat
- Identifier les finalités économique, sociale et sociétale de l'entreprise
- Caractériser les différentes parties prenantes de l'entreprise
- Caractériser les étapes de création d'une entreprise
- Distinguer une démarche entrepreneuriale d'une démarche managériale
- Identifier les différentes composantes de la performance de l'entreprise

La régulation de l'activité économique

- Identifier les principales politiques économiques et leurs outils
- Repérer l'impact des politiques sur l'environnement de l'entreprise
- Repérer les enjeux du droit de la concurrence et du droit de la propriété industrielle pour l'entreprise
- Repérer les principaux éléments du macro environnement de l'entreprise
- Analyser les évolutions de l'environnement et en identifier les conséquences sur la situation de l'entreprise

L'organisation de l'activité de l'entreprise

- Caractériser la structure de coût de l'entreprise
- Analyser l'influence de paramètres économiques (taux d'intérêt, coût des facteurs...) sur les décisions de l'entreprise
- Argumenter le choix de l'entreprise entre «faire» ou «faire-faire»
- Justifier le choix d'une structure juridique d'entreprise adaptée à une situation donnée
- Caractériser le risque d'une situation donnée
- Identifier la nature juridique de la responsabilité d'une entreprise dans une situation donnée
- Analyser une situation juridique d'entreprise mettant en œuvre la responsabilité civile contractuelle ou extracontractuelle
- Caractériser les styles de management
- Repérer le rôle des différentes parties prenantes et des contre-pouvoirs
- Identifier le type de structure, les mécanismes de coordination et de contrôle au sein de l'entreprise
- Repérer les ressources et les compétences au sein de l'entreprise
- Distinguer les différents processus de l'entreprise
- Identifier le besoin de financement de l'entreprise en fonction du cycle (exploitation /investissement)
- Recenser les solutions de financement adaptées à l'entreprise dans une situation donnée

L'impact du numérique sur la vie de l'entreprise

- Identifier les conséquences du numérique sur les modes de production et de consommation de biens et services de l'entreprise
- Analyser les conséquences du numérique dans les relations d'échange de l'entreprise
- Identifier pour l'entreprise les modalités juridiques de protection des actifs immatériels
- Caractériser les conséquences juridiques des choix opérés par l'entreprise sur la protection des personnes, des données
- Qualifier et analyser les clauses de contrats relatives à une vente ou à une prestation de service numérique
- Repérer le rôle du système d'information dans le fonctionnement de l'entreprise
- Identifier les conséquences du déploiement du numérique sur le management et les processus décisionnels de l'entreprise

Les mutations du travail

- Décrire les principales tendances du marché du travail
- Caractériser l'action des pouvoirs publics pour accompagner les transformations du marché du travail
- Analyser un contrat de travail et justifier les clauses de ce contrat
- Caractériser les obligations de l'employeur en matière de protection des salariés
- Identifier les dispositifs de formation au sein de l'entreprise
- Identifier le rôle du droit négocié
- Identifier le rôle des partenaires sociaux dans l'entreprise
- Qualifier une modification ou une rupture du rapport d'emploi et en déduire les conséquences juridiques
- Proposer des actions appropriées dans le cadre d'une gestion des emplois et des compétences
- Identifier les leviers de motivation conciliant l'objectif de l'entreprise et les attentes de l'individu

Les choix stratégiques de l'entreprise

- Identifier les différentes étapes d'une démarche d'analyse stratégique
- Présenter les principaux éléments d'un diagnostic interne et/ou externe de l'entreprise
- Présenter les étapes de la décision stratégiques
- Identifier et analyser les choix stratégiques de l'entreprise
- Analyser la pertinence de choix stratégiques de l'entreprise

BTS NEGOCIATION ET DIGITALISATION DE LA RELATION CLIENT

Nature des épreuves	Mode	Coeff.	Durée
E.1. Culture Générale et Expression	Ecrit	3	4 h
E.2. Langues vivantes étrangères (anglais)	Oral	3	30 mn* + 30 mn
E.3. Culture économique, juridique et managériale	Ecrit	3	4 h
E.4. Relation client et négociation-vente	Oral	5	40 mn* + 1 h
E.5. Relation client à distance et digitalisation E51 E52	Ecrit Pratique	4	3 h 40 mn
E.6. Relation client et animation de réseaux	Oral	3	40 mn
Total des coefficients		21	
Epreuve facultative			
EF1, Epreuve de langue vivante étrangère (LV 2)	Oral	1	20 mn* + 20 mn

* temps de préparation.

Début :	8 Octobre 2020
Fin :	30 Juin 2022
Durée :	1400 heures
Horaires :	Jeudi et vendredi 8h - 12h et 13h - 17h Un mercredi par mois 8h - 12h et 13h - 17h
Lieu :	8, Avenue Desbassyns 97490 Sainte Clotilde



8 avenue Desbassyns - 97490 Sainte Clotilde - Tél. 0262 73 15 55 - Fax. 0262 97 29 87
Sarl au capital de 100.000 € - APE : 8559A - RCS St Denis 91B202 - SIRET : 8176632800045
www.formaconseil.re - contact@formaconseil.re