

## **BTS Négociation et Relation Client**

### **L'emploi**

L'activité du titulaire du BTS Négociation et relation client s'inscrit dans un contexte de mutation des métiers commerciaux sous les effets conjugués de l'élévation du degré d'exigence du consommateur, de l'ouverture des marchés et évolutions technologiques.

Ce technicien supérieur est un vendeur – manager commercial qui gère la relation client dans sa globalité, de la prospection jusqu'à la fidélisation, et contribue ainsi à la croissance profitable du chiffre d'affaires compatible avec une optique de développement durable. Il inscrit son activité dans une logique de réseau en privilégiant le travail coopératif.

La maîtrise des technologies de l'information et de la communication spécifiques à son métier conditionne sa performance et sa productivité commerciale.

Le titulaire de ce diplôme est la première interface entre l'entreprise et son marché. A ce titre, il participe à l'intelligence commerciale de l'organisation et contribue à l'efficacité de la politique commerciale.

En fonction de son expérience et de ses qualités, il peut devenir responsable d'une équipe commerciale, de taille variable selon l'organisation qui l'emploie.

### **Fonctions et activités :**

1. Vente et gestion de la relation client
  - Création et développement de clientèles
  - Négociation – vente
  - Création durable de valeur dans la relation client
2. Production d'informations commerciales
  - Intégration du système d'information commerciale
  - Gestion de l'information commerciale
  - Contribution à l'amélioration du système d'information commerciale
3. Organisation et management de l'activité commerciale
  - Pilotage de l'activité commerciale
  - Evaluation de la performance commerciale
  - Participation à la constitution et à l'organisation de l'équipe commerciale
4. Mise en œuvre de la politique commerciale
  - Déclinaison de l'offre commerciale dans ses différentes dimensions
  - Adaptation et mise en œuvre du plan d'actions commerciales
  - Participation à l'évolution de la politique commerciale

## Emplois concernés

A titre indicatif, les appellations les plus fréquentes sont les suivantes :

- **Domaine du soutien à l'activité commerciale** : prospecteur, téléprospecteur, promoteur de ventes, animateur des ventes, animateur réseau.
- **Domaine de la relation client** : vendeur, représentant, commercial, négociateur, délégué commercial, conseiller commercial, attaché commercial, conseiller clientèle, chargé de clientèle, chargé d'affaires, télévendeur, responsable comptes-clés, responsable de secteur, ingénieur commercial, agent commercial, négociant, courtier.
- **Domaines du management des équipes commerciales** : chef des ventes, responsable des ventes, superviseur, responsable d'équipes de prospection, responsable de secteur, assistant manager.

## Place dans l'organisation

Le titulaire du BTS Négociation et relation client fait partie intégrante de l'organisation commerciale de plus en plus fréquemment caractérisée par :

- une décentralisation de la prise de décision
- la construction d'un réseau relationnel au sein duquel le travail coopératif devient la modalité dominante, notamment au travers de l'échange permanent d'informations.

Face à cette exigence accrue de réactivité, par sa capacité d'initiative, son autonomie et par son rôle de capteur d'informations stratégiques, le titulaire de ce BTS contribue à rapprocher l'entreprise du client final.

Il peut exercer ses activités :

- seul ou en équipe
- en autonomie totale ou partielle
- en responsabilité d'une équipe commerciale.

## Conditions générales d'exercice

L'activité du titulaire de ce BTS s'exerce en direction de la clientèle potentielle ou actuelle de l'entreprise. Elle varie en fonction des structures, des activités et des statuts de l'organisation qui l'emploie. Elle est également fonction du statut juridique accordé au titulaire

Le titulaire du BTS assume pleinement les responsabilités et le suivi de ses actions et de ses clients. Il prend des décisions en tenant compte des usages du marché, de la politique de l'entreprise et des offres et pratiques de la concurrence. Son autonomie est variable dans l'exécution des tâches. Il organise son travail et éventuellement celui de son équipe, assure le suivi des résultats et des objectifs, gère son temps et son budget. Par ailleurs, il pratique les règles de droit et de déontologie spécifiques à son secteur d'activité.

Grâce à sa maîtrise des technologies de l'information et de la communication, il assure le tri et la remontée des informations pertinentes, non seulement en direction de sa hiérarchie mais également vers d'autres membres de son réseau. Ces nouvelles technologies modifient également les conditions habituelles d'exercice de son activité, dans une logique de recherche de productivité commerciale accrue.

## Stages

Au cours des deux années de formation, les étudiants sont tenus d'effectuer un stage de 16 semaines (dont 6 semaines consécutives).

# LA FORMATION

**Durée**  
2 années

**Niveau requis**  
Un baccalauréat

## Profil

- Motivation
- Persévérance
- Autonomie
- Esprit d'équipe
- Goût du contact...

## Modules généraux

- Français
- Langue vivante étrangère

### Stage en entreprise

16 semaines

## Modules professionnels

- Droit
- Economie générale
- Economie d'entreprise
- Gestion de clientèles
- Relation client
- Management de l'équipe commerciale
- Gestion de projet

## Programmes sur 2 ans :

### Français

- Communiquer par écrit ou oralement
- S'informer, se documenter
- Appréhender un message
- Réaliser un message
- Apprécier un message ou une situation

### Communication en langue vivante étrangère

- Compréhension
- Expression orale
- Langue dans une perspective professionnelle en référence avec le secteur commercial

### Droit

- Approche méthodologique ; cadre juridique de l'activité économique
- L'entreprise et l'activité commerciale ; les relations juridiques des entreprises avec leurs salariés ; les relations juridiques de l'entreprise avec les consommateurs

### Economie générale

- Approche méthodologique ; les fondements de l'activité économique
- Les fonctions économiques ; le financement de l'économie ; la régulation ; les relations économiques internationales ; l'économie mondiale

### Economie d'entreprise

- Approche méthodologique
- L'entreprise des approches complémentaires ; l'entreprise, centre de décision ; l'entreprise et la gestion d'activités ; l'entreprise et sa démarche stratégique ; l'entreprise, la société, l'éthique

### Gestion de clientèles

- Analyse de la clientèle

- Détermination et gestion de l'offre produits/services ; fixation du prix ; communication médias
- Gestion commerciale : les règlements et le financement, la gestion de la rentabilité et du risque client, estimation de l'effort commercial
- Technologies commerciales : recherche des informations commerciales, utilisation de base de données clients/prospects, organisation de la prospection

### **Relation Client**

- La demande
- Les prix, les marges
- Introduction à la communication ; communication dans la relation professionnelle ; les fondamentaux de la relation commerciale ; la négociation
- Communication commerciale

### **Management de l'équipe commerciale**

- L'organisation de la distribution
- L'évaluation de l'efficacité de l'action commerciale, la planification et le suivi de l'action
- Le cadre managérial ; l'installation de la relation managériale ; la constitution de l'équipe commerciale, management opérationnel
- Le diagnostic de la relation managériale ; les spécificités de la communication managériale
- Travail collaboratif ; formation commerciale

### **Gestion de projet**

- L'environnement de l'action ; les marchés ; la concurrence ; la veille commerciale ; les orientations stratégiques ; les opérations de communication hors média
- La prise de décision
- Définition des procédures managériales
- Communication et management de projet
- Environnement technologique du commercial ; gestion du temps

## **L'EXAMEN**

### **Règlement d'examen**

<b>Epreuves</b>	<b>Unité</b>	<b>Coef.</b>	<b>Forme</b>	<b>Durée</b>
E1 – Français	U1	3	écrite	4 h
E2 – Communication langue vivante étrangère	U2	3	orale	30* + 30 mn
E3 – Economie droit	U3	3	écrite	4 h
E4 – Communication commerciale	U4	4	orale	40** + 40 mn
E5 – Management et gestion d'activités commerciales	U5	4	écrite	5 h
E6 – Conduite et présentation de projets commerciaux	U6	4	Pratique	1 h
<b>Epreuve facultative</b> Communication en langue vivante étrangère 2***	UF1	2	orale	20 min

\*30 minutes de préparation

\*\* 40 minutes de préparation

\*\*\* la langue vivante étrangère choisie au titre de l'épreuve facultative est obligatoirement différentes de celles choisies au titre de l'épreuve obligatoire