

Communiquer,

Prospecter,

Vendre,

Fidéliser

Formation continue/Professionalisation

Formation Professionnelle Temps Partiel

Formation Initiale

Code RNCP : 474

Sur 2 ans

Qui est-il ?

Le technicien supérieur en Négociation et Relation Client est l'interface entre l'entreprise et son marché. En s'appuyant sur les technologies de l'information et de la communication et en privilégiant le travail collaboratif, il inscrit son activité dans une logique de réseau et gère la relation commerciale dans sa globalité, depuis la prospection jusqu'à la fidélisation. Il participe à l'organisation commerciale de son entreprise et contribue à l'efficacité de sa politique commerciale. Il a vocation à devenir responsable d'une équipe commerciale. Ces techniciens supérieurs sont des professionnels de terrain, souvent employés dans la vente itinérante, le démarchage. Ce métier demande de réelles aptitudes à communiquer et une bonne dose d'initiative pour prospecter de nouveaux clients.

Évolution de carrière

Après ces études, il pourra, en fonction de la taille et de la nature de l'entreprise, exercer des métiers diversifiés :

- prospecteur, promoteur des ventes, animateur réseau...
- télévendeur, téléconseiller...
- vendeur, représentant, commercial, conseiller de clientèle, chargé d'affaires, agent commercial...

Avec de l'expérience, il pourra évoluer vers les métiers du management des équipes commerciales :- chef des ventes, responsable des ventes, responsable d'équipes de prospection, responsable de secteur, assistant manager...

Enfin, il peut également intégrer une troisième année de spécialisation post-BTS avant d'entrer dans la vie professionnelle.

Les enseignements

Matières générales : 500 heures

- Français
- Anglais
- Droit, Economie, Management des Entreprises

Matières professionnelles : 668 heures

Mercatique

- La démarche mercatique
- Le contexte de l'action commerciale
- L'analyse de la clientèle
- L'adaptation des solutions commerciales aux cibles prospects/clients

Gestion commerciale

- Le prix
- Les règlements et les financements
- Les marges
- La gestion de la rentabilité et du risque client
- La gestion de l'action commerciale .

Management commercial

- Le cadre managérial
- Les orientations managériales
- Le management opérationnel

Communication - négociation

- La communication dans la relation professionnelle
- La communication dans la relation managériale
- Les fondamentaux de la négociation commerciale
- La négociation entreprise/particulier
- La négociation entreprise/entreprise
- La négociation entreprise/distributeurs

Technologies commerciales

- L'environnement technique commercial
- Les technologies commerciales opérationnelles

Les activités en entreprise

Les actions réalisées en entreprise donneront lieu à un rapport d'activités professionnelles constitué :

- de fiches-bilans relatives à chaque activité, précisant le niveau de responsabilité du jeune ;
- d'un tableau-planning récapitulatif des activités ;
- d'une note de synthèse.

Ces documents figureront dans le dossier de l'épreuve professionnelle de synthèse présentée à l'examen.

	oct.	nov.	déc.	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juil.	août	sept.	oct.	nov.	déc.	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin					
Formation	2 jours par semaine : jeudis et vendredis (+ certains mercredis)											2 jours par semaine : jeudis et vendredis (+ certains mercredis)														
examens	blanc											stage(*)					stage(*)					blanc				

stage (*) : uniquement en formation Initiale ou en formation Professionnelle Temps Partiel

Tarifs (*):

- * Contrat de professionnalisation : 9,15 €/h
- * Formation initiale : 3750 €/an (cursus 7500 €); inclus frais d'inscription

Cette formation diplômante est compatible avec l'activité professionnelle (salarié ou demandeurs d'emploi) ou avec la mission en entreprise (alternant professionnalisation)

Possibilité de règlement en 5 ou 10 échéances par année

- * Formation Professionnelle Temps Partiel : IDEM Formation alternance

(*): sous réserve de modification

REFERENTIEL DES ACTIVITES PROFESSIONNELLES

Emplois visés

Après le BTS Négociation et Relation Client, vous pouvez, en fonction de la taille et de la nature de l'entreprise, exercer des métiers diversifiés :

- prospecteur, promoteur des ventes, animateur réseau...
- télévendeur, téléconseiller...
- vendeur, représentant, commercial, conseiller de clientèle, chargé d'affaires, agent commercial...

Avec de l'expérience, vous pouvez évoluer vers les métiers du management des équipes commerciales :

- chef des ventes, responsable des ventes, responsable d'équipes de prospection, responsable de secteur, assistant manager,...

Vous pouvez également intégrer une troisième année de spécialisation post-BTS avant d'entrer dans la vie professionnelle.

Domaines d'activité

L'activité du titulaire du BTS Négociation et relation client est déterminée par la taille de l'organisation, la nature de l'offre, la valeur du client, son statut juridique (salarié ou indépendant) et son mode de contrôle.

Les organisations ou entreprises de toute taille, dans lesquelles le titulaire du brevet de technicien supérieur Négociation et relation client exerce son activité, proposent des biens et/ou des services à une clientèle de particuliers ou de professionnels (utilisateurs, prescripteurs, revendeurs).

La fonction commerciale de ces entreprises ou organisations s'organise de façon privilégiée autour d'une équipe de vente interne et/ou externe développant une démarche active en direction de la clientèle. .

type d'entreprise

Entreprises de production ou de distribution de biens ou de services (vente aux intermédiaires, aux prescripteurs et aux utilisateurs), en vente en face à face et à distance .

Description des activités en entreprise

- Création et qualification de fichiers
- Opération de marketing direct (mailling, promotion des ventes)
- Elaboration d'outils d'aide à la vente (argumentaires, fiches produits...),
- Prospection téléphonique et physique,
- Etablissement de devis
- Démonstration de produits
- Animation de stands et points de vente
- Négociation-vente
- Actions de merchandising
- Analyse, suivi et fidélisation de clientèle,
- Gestion de secteur
- Participation à l'animation d'une force de vente
- .../... (missions indicatives variant selon le contexte professionnel)