

# BTS

## Négociation et Relation Client

### Objectifs

Le technicien supérieur Négociation et Relation Client est chargé :

- > de la vente et gestion de la relation client,
- > de la production d'informations commerciales,
- > de l'organisation et du management de l'activité commerciale,
- > de la mise en œuvre de la politique commerciale.

### Missions en entreprise

Les missions du négociateur s'organisent autour de 3 domaines :

- > Soutien à l'activité commerciale : missions de prospection, de téléprospection, de promotion des ventes, d'animation des ventes, d'animation d'un réseau commercial.
- > Relation client : missions de vente / représentation, de négociation, de suivi d'affaires, de télévente, de gestion de secteur, ...
- > Management des équipes commerciales : missions de management d'une équipe de vente, fonctions d'assistant manager.

### Conditions d'accès

- > Diplôme de niveau IV (Bac général ou technologique ou niveau)
- > Diplôme de niveau III (cursus universitaire...)
- > Entretien de motivation

### Modalités

- > Formation initiale (statut étudiant)
- > Stages de 12 semaines (8 semaines la 1ère année - 4 semaines la 2ème année)
- > Passeport de Compétences Informatique Européen (PCIE)
- > Projet de développement personnel
- > Séminaire professionnel

## > Economie générale

- Introduction à la connaissance économique
- Différents acteurs de la vie économique et sociale
- Prix et revenus
- Monnaie et financement de l'économie
- Grandeurs globales de l'économie
- Formes d'organisation de l'activité économique
- Relations économiques internationales
- Développement et croissance

## > Economie d'entreprise

- L'entreprise
- Le savoir entreprendre
- Le fonctionnement de l'entreprise
- L'entreprise et ses systèmes
- La stratégie
- L'entreprise et la société

## > Droit

- Le cadre de la vie juridique
- Les acteurs de la vie juridique
- Les droits et les biens
- Les sources des obligations
- Les structures juridiques de l'entreprise
- Le cadre juridique des échanges
- Le droit social

## > Communication en langues vivantes étrangères

- Développement des compétences de compréhension et de production orale
- Capacité à communiquer, dialoguer, conduire un échange, argumenter dans une situation professionnelle donnée
- Vendre un produit adapté à une clientèle étrangère

## > Français

- Méthodologie du résumé
  - Etudier la périphérie du texte
  - Le plan de texte
  - La rédaction du résumé
- Méthodologie et définition des plans
- Rédiger un commentaire
- Méthodologie de la synthèse
- Présentation et analyse de documents iconographiques
- Présentation et analyse des documents statistiques chiffrés
- Préparation aux exposés oraux

## > Technologies commerciales

- Environnement technologique du commercial
- L'organisation technologique du système d'informations commerciales
- Les ressources au service du commercial
- Technologies commerciales opérationnelles
- Organisation de la prospection
- Gestion du temps
- Communication commerciale
- Formation commerciale

## > Gestion de clientèle

- Fondements de la gestion de clientèle
- Connaissance et analyse de la clientèle
- Analyse du portefeuille clients/prospects
- Evaluation de la rentabilité client
- Techniques financières et moyens de financement
- Coûts commerciaux et seuil de rentabilité
- Elaboration des plans de prospection et de fidélisation
- Actions marketing (produit, prix, communication)

## > Relation client

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

## > Gestion commerciale

- La gestion des marges de manœuvre dans la négociation
- Le prix
- Les règlements et le financement
- Les marges
- La gestion de la rentabilité et du risque client
- L'analyse du portefeuille clients / prospects
- La prise en compte du risque global pour l'entreprise
- La gestion de l'action commerciale
- L'estimation de l'effort commercial
- L'évaluation de l'efficacité de l'action commerciale
- La prise de décision
- La planification et le suivi de l'action

## > Gestion de projet commercial

- Principes de la gestion de projet
- L'information commerciale
- Analyse du marché, de la concurrence et de l'environnement
- Les orientations stratégiques
- Prise de décision et gestion du temps
- Management de projet
- Suivi de projet

## > Management commercial

- Le cadre managérial
- La structure commerciale
- Les orientations managériales
- Management opérationnel

## > Informatique commerciale

- Maîtrise des logiciels bureautiques
- Gestion des bases de données
- Logiciels de traitement des enquêtes
- Internet

### RÈGLEMENT D'EXAMEN

| INTITULE DES EPREUVES                          | Mode  | Durée | Coefficient |
|--|-------|-------|-------------|
| Français                                       | Ecrit | 4h    | 3           |
| Langue Vivante 1                               | Oral  | 30 mn | 3           |
| Economie Droit                                 | Ecrit | 4h    | 3           |
| Communication commerciale                      | Oral  | 40 mn | 4           |
| Management et Gestion d'activités commerciales | Ecrit | 5h    | 4           |
| Conduite et Présentation Projets Commerciaux   | Oral  | 1h    | 4           |
| <b>TOTAL des COEFFICIENTS</b>                  |       |       | <b>21</b>   |