

PROGRAMME DE FORMATION **BTS NDRC**

Validation : diplôme d'état

Durée de formation : 1358 heures sur 2 ans

Dates de la formation : Du 14/09/2023 au 6/06/2025

Modalité et rythme d'alternance : cette formation est en alternance (contrat de professionnalisation ou contrat d'apprentissage) avec un rythme trois jours en entreprise, deux jours en centre.

Lieu de la formation : Schola Nova, 51-53 Quai de la Seine, 75019 Paris pour la partie présentielle. Une partie de cette formation sera organisée à distance, en fonction de besoins pédagogiques et règlementaires.

Accessibilité : La formation est accessible aux personnes en situation de handicap, sous réserve de l'évaluation des besoins spécifiques effectuée par le référent Handicap. Si nous ne trouvons pas de solution, nous participons à la recherche de la meilleure alternative avec le bénéficiaire.

Objectifs :

L'objectif de la formation est l'obtention du BTS NDRC (BTS Négociation et Digitalisation de La Relation Client).

Le titulaire du BTS est un commercial généraliste expert de la relation client considérée sous toutes ses formes (en présentiel, à distance, e-relation) et dans toute sa complexité. Il communique et négocie avec les clients, exploite et partage les informations, organise et planifie l'activité, met en œuvre la politique commerciale. Il contribue ainsi à la croissance du chiffre d'affaires de l'entreprise. Pour mener à bien les missions qui lui sont confiées, il doit maîtriser les nouvelles technologies de l'information et de la communication (réseaux sociaux, forums, blogs,...).

Il peut devenir technico-commercial, animateur commercial site e-commerce, chargé d'affaires ou de clientèle, vendeur, responsable d'équipe, représentant, responsable de secteur, responsable e-commerce, superviseur.

Public visé et prérequis : Pour faire acte de candidature, il faut être au moins titulaire d'un diplôme de niveau 4 (Bac général, technologique, professionnel). En fonction du parcours académique, il peut y avoir exceptionnellement des allègements de cursus suivant une procédure de positionnement.

Prérequis matériel : Dans la mesure où une partie de la formation a lieu à distance, les bénéficiaires doivent avoir un ordinateur portable (avec micro et son) et une connexion Internet (pour les travaux en distanciel).

Information & Inscription : Des sessions d'information collective sont organisées régulièrement, les dates sont diffusées sur notre site internet et vous pouvez inscrire sur ce même site. Vous devrez ensuite compléter un questionnaire avant d'obtenir un entretien individuel. Après validation du projet, vous serez accepté dans notre processus d'accompagnement et serez accepté en formation à la fin de ce processus et suite à la signature de votre contrat d'alternance.

Modalités de Financement : Le financement de la formation, gratuite pour le bénéficiaire, est conditionnée par l'obtention d'un contrat en alternance (contrat de professionnalisation ou d'apprentissage).

Moyens pédagogiques et d'encadrement mis en œuvre :

La liste des formateurs est disponible dans le centre.

Voici les moyens pédagogiques mis en œuvre :

- séances de formation en salle
- Accès à un répertoire partagé et à un emploi du temps en ligne

De plus, un référent pédagogique suit les élèves tout au long de leur scolarité et fait le lien avec l'entreprise. Vous pouvez le rencontrer en fonction de vos besoins et difficultés au cours de la formation.

Moyens de suivre son exécution et les résultats :

Outils de suivi :

- Feuilles de présence émargées
- Rapports à remettre par les stagiaires

Outils d'évaluation :

- contrôles de connaissance, travaux pratiques, dossiers à rendre (suivant le cours)
- sessions d'examens blancs (2 par an)
- bulletins de notes et conseils de classe semestriels
- passage du BTS en 2^{ème} année

Matières

Épreuves à l'examen	Coef.	Modalités de l'épreuve	Correspondance matières enseignées
---------------------	-------	------------------------	------------------------------------

FORMATION GENERALE

E1	Culture générale et expression	3	Ecrite – 4 h	Culture générale et expression
E2	Communication en langue étrangère 1	3	Orale – 1 h	Communication en langue étrangère
E3	Culture économique, juridique et managériale	3	Ecrite - 4 h Ecrite - 3 h	Economie Droit Management des entreprises

FORMATION PROFESSIONNELLE

E4	Relation client et négociation vente	5	Orale 40 mn + 1h	Relation client
E5	Relation client à distance et digitalisation	4	Ecrite - 5 h	Gestion de clientèle Management de l'équipe commerciale
E6	Relation client et animation de réseaux	3	Orale - 1 h	Gestion de projet Informatique
EF1	Communication en langue vivante étrangère 2	Points > de 10	Orale 40 mn	Préparation individuelle

Contenu détaillé du programme

FORMATION GENERALE

CULTURE GENERALE ET EXPRESSION FRANCAISE

Appréhender et réaliser un message écrit :

- Respecter les contraintes de la langue écrite
- Synthétiser des informations
- Répondre de façon argumentée a une question posée en relation avec les documents proposés en lecture

Communiquer oralement :

- S'adapter a la situation
- Organiser un message oral

COMMUNICATION EN LANGUE VIVANTE ETRANGERE (anglais)

Niveau B2 du CECRL pour les activités langagières suivantes :

- Compréhension de documents écrits
- Production et interactions orales

Exploiter des textes et documents à caractère culturel et professionnel

- Comprendre des instructions et des informations à caractère professionnel
- Communiquer, dialoguer, conduire un échange, argumenter de manière convaincante de dans les situations professionnelles, (face-à-face, réunion, présentation de projet, conversation téléphonique, correspondance mail)
- Maîtriser les champs lexicaux spécifiques au commerce, aux technologies de l'information et à la communication appliquée au commerce

CULTURE ECONOMIQUE, JURIDIQUE ET MANAGERIALE

Analyser des situations auxquelles l'entreprise est confrontée :

- Exploiter une base documentaire économique, juridique ou managériale
- Proposer des solutions argumentées et mobilisant des notions et les méthodologies économiques, juridiques ou managériales
- Etablir un diagnostic (ou une partie de diagnostic) préparant une prise de décision stratégique
- Exposer des analyses et des propositions de manière cohérente et argumentée

FORMATION PROFESSIONNELLE

RELATION CLIENT ET NEGOCIATION VENTE

Cibler et prospecter la clientèle

- Analyser un portefeuille clients 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 et animer un évènement commercial

- Organiser un évènement commercial
- Animer un évènement commercial
- Exploiter un évènement commercial

Exploiter et mutualiser l'information commerciale

- Remonter, valoriser et partager l'information commerciale
- Collaborer a l'interne en vue de développer l'expertise commerciale

Savoirs associés

<p>Marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> • Marketing stratégique, opérationnel • Marché et politiques commerciales (offre, demande, environnement, concurrence, positionnement, marchéage, prix, produits, communication) • Comportement d'achat du consommateur/usager • Politique de marque • Marketing événementiel • Marketing relationnel (conquête, client, fidélisation) • Conquête de marché, démarches et techniques de prospection (objectifs, diagnostic, segmentation, ciblage, positionnement, actions) 	<p>Communication/Négociation</p> <ul style="list-style-type: none"> • Théories et concepts de communication • Communication interpersonnelle • Eléments psychologiques et sociologiques d'analyse de relation interpersonnelle (personnalité, rôles, jeux de pouvoir, groupe, efficacité relationnelle) • Formes et situations de communication (face a face, a distance, téléphonique, etc.) • Stratégies de communication (événementielle, unifiée, digitale, etc.) • Négociation-vente (situations, diagnostic client, B to B, B to G, marges de manœuvre, conflits, litiges etc.) 	<p>Gestion commerciale</p> <ul style="list-style-type: none"> • Évaluation de la performance et de l'activité commerciales (indicateurs de pilotage, tableau de bord, résultats, coûts, risque, etc.) • Analyse quantitative et qualitative de la relation client et du portefeuille clients (valeur client, marge, rentabilité, indicateurs de fidélisation, comportement d'achat, etc.) • Gestion budgétaire • Règlements et financements • Gestion du temps • Organisation commerciale et prospection opérationnelle (plan de tournées, couverture géographique, géolocalisation)
<p>Management</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gestion de la performance collective (organisation activité, valorisation, animation, motivation) • Communication managériale 	<p>Statistiques/représentations graphiques</p> <ul style="list-style-type: none"> • Data client • Analyse des indicateurs commerciaux (évolutions, position, dispersion, prévision) • Techniques de prévision des ventes • Représentations graphiques 	<p>Savoirs technologiques/web</p> <ul style="list-style-type: none"> • Veille commerciale • Systeme d'information <ul style="list-style-type: none"> o commerciale (collecte, stockage, traitement, partage de l'information) • Applications et logiciels commerciaux et de relation client (PGI, CRM, progiciels réseaux) • Outils de communication et de gestion commerciale (outils et applications nomades, gestionnaires d'activité, de tournées et de projets, planification, etc.)
<p>Savoirs rédactionnels</p> <ul style="list-style-type: none"> • Règles générales de communication écrite • Procédés d'écriture et modèles professionnels commerciaux (lettres, notes, rapports, compte rendus, Email, propositions commerciales, etc.) • Lexique commercial et sectoriel 	<p>Savoirs juridiques</p> <ul style="list-style-type: none"> • Protection des données (droits et obligations) • Droit de la consommation (information et protection du consommateur) • Relations contractuelles commerciales • Contrat de vente (conditions générales de ventes, crédits, recours et litiges commerciaux) • Règlementation de la concurrence 	

RELATION CLIENT A DISTANCE ET DIGITALISATION

Maîtriser la relation client omnicanale

- Créer et entretenir la relation client a distance

- Apprécier la performance commerciale a 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

Savoirs associés		
Savoirs technologiques/web	Communication/négociation	Marketing
<ul style="list-style-type: none"> • Outils de communication a distance et expérience client (matériels, logiciels et applications) • Outils de supervision et de gestion d'appels • Production et publication de contenus digitaux (applications gestion de contenus, traitement image et vidéo, transfert de fichiers, gestion e-commerce, etc.) - Analyse et traitement de Data client • Référencement web • Audience digitale • Hébergement 	<ul style="list-style-type: none"> • Communication interpersonnelle • Situation de communication/ négociation • Supports et medias de communication a distance et digitale • Communication a distance (stratégies, techniques, gestion des conflits, gestion du stress) • Communication unifiée (fonctionnalités et caractéristiques, services, sécurité, gestion des incidents) • Communication digitale (stratégie de communication web et communautaire, production et animation web/communautaire, e-réputation, production et animation web) 	<ul style="list-style-type: none"> • web marketing et e-commerce • Réseaux sociaux • Création de trafic • Inbound marketing ou marketing entrant • Data et connaissance client • Collecte de l'information • Organisation et indexation des données • Protection des données stockées et transmises • Méthodes d'analyse et de traitement • Data et création de valeur client ajoutée

Pilotage des activités commerciales digitales <ul style="list-style-type: none"> • Ewebmarketing et e-commerce • Stratégies des médias communautaires • Animation de communautés • E-réputation et pratique d community management 	Management d'équipe <ul style="list-style-type: none"> • Communication managériale • Pilotage et évaluation de la performance individuelle et collective (objectifs, indicateurs d'évaluation, tableau de bord, formation, recrutement, accompagnement) • Community management • Leviers individuels et collectifs de la stimulation et de la motivation 	Savoirs rédactionnels <ul style="list-style-type: none"> • Règles générales de communication écrite • Procédés d'écriture et genre des écrits digitaux (typologie, cibles, codes, supports, chartes, blogs, etc.) • Lexique de la communication digitale
Statistiques/représentations graphiques <ul style="list-style-type: none"> • Mesure et représentation de la performance commerciale individuelle et collective • Mesure et représentation des ratios de la relation client a distance • Mesure et représentation du trafic sur le site de e-commerce • Statistiques et mesure d'audience 	Gestion commerciale <ul style="list-style-type: none"> • Pilotage des activités commerciales • Ratios et tableau de bord • Gestion budgétaire • Règlements et financements • Gestion des processus commerciaux (PGI et modules de GRC) 	Savoirs juridiques <ul style="list-style-type: none"> • Droit du travail (recrutement, temps de travail, santé et sécurité au travail, formation) • Droit du web : contrats numériques, propriété intellectuelle, protection des données personnelles, droit a l'image, responsabilités des prestataires, droit des marques • Droit de la consommation (information et protection du consommateur en matière de transactions web)

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 piloter 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

- Prospecter, organiser des rencontres et vendre en réunion
- Recruter et former des vendeurs a domicile indépendants
- Impulser une dynamique de réseau

Savoirs associés

<p>Communication/négociation</p> <ul style="list-style-type: none"> • Communication interpersonnelle • Situations de communication/négociation • Négociation vente grande distribution – offre communication – typologies d’acheteurs - négociation prix • Négociation vente revendeurs - partenaires – grossistes – (processus décisionnel, typologies d’acheteurs) • Négociation vente B to C (demande, comportement du consommateur, motivations d’achat) 	<p>Management</p> <ul style="list-style-type: none"> • Organisation du réseau de distribution, diversités des métiers • Management du réseau de vente (animation, communication) • Management opérationnel (recrutement, formation, objectifs, rémunération, animation, évaluation des équipes) • Gestion de projet • Pilotage de l’activité commerciale • Management relationnel • Communication managériale • Gestion de conflits 	<p>Marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> • Techniques de vente en grande distribution (référencement, merchandising, etc.) • Réseaux et stratégies de distribution • Techniques d’animation commerciale
<p>Savoirs technologiques/web</p> <ul style="list-style-type: none"> • Data, bases de données réseaux • Applications et logiciels commerciaux et de relation réseau (PFI, CRM, progiciels réseaux) • Outils de communication et de gestion commerciale (outils et applications nomades, suivi d’activité, planification, etc.) • Veille digitale, veille commerciale 	<p>Savoirs juridiques</p> <ul style="list-style-type: none"> • Droit de la distribution • Droit de la consommation : <ul style="list-style-type: none"> o information et protection du consommateur • Contrats de partenariats • Droit du travail (statuts des commerciaux, salariés, VRP, agents, VDI, etc.) • Code éthique de la vente directe et réglementation 	<p>Savoirs rédactionnels</p> <ul style="list-style-type: none"> • Règles générales de communication écrite • Procédés d’écriture et genre des écrits contractuels (contrats, conventions, clauses, engagements, normes, etc.) • Lexique des écrits juridiques et réglementaires • Lexique commercial et sectoriel
<p>Gestion commerciale</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analyse du risque • Prix et marges • Règlements et financements 	<p>Statistiques/représentations graphiques</p> <ul style="list-style-type: none"> • Outils statistiques et graphiques de suivi des ventes et d’évaluation des équipes commerciales 	