

BTS NEGOCIATION ET DIGITALISATION DE LA RELATION CLIENT

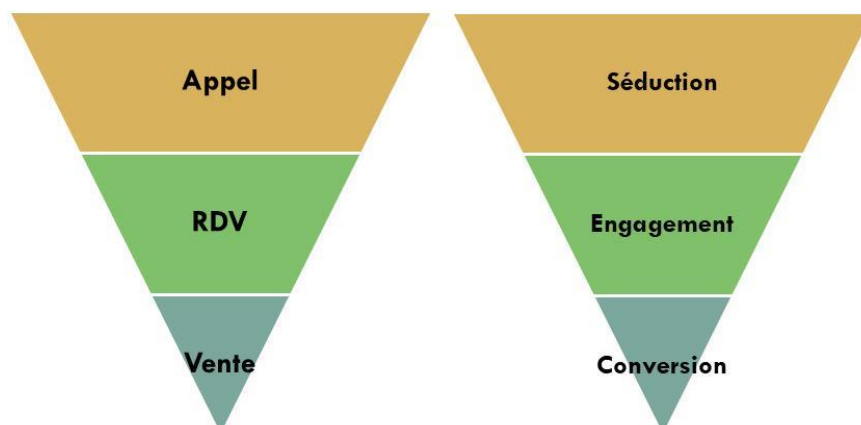
STAGES EN MILIEU PROFESSIONNEL



Le BTS NDRC pour vous aider dans votre développement

La digitalisation de la relation client.....ou la conversion des « followers » en clients

Les changements apportés dans la relation client par la digitalisation

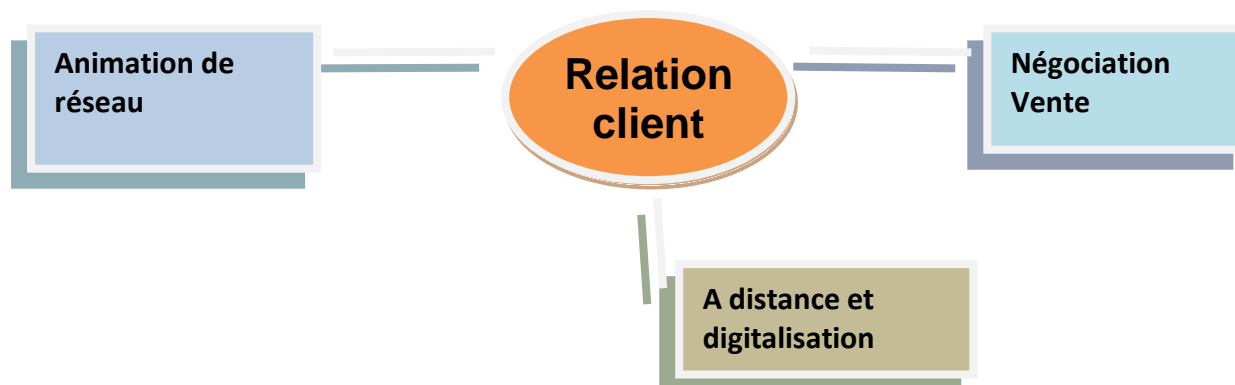


Le BTS NDRC veut refléter **les évolutions liées aux pratiques professionnelles** et à la culture commerciale, conjuguant plusieurs phénomènes :

- **Transformation des habitudes d'achat** et de consommation des acheteurs et consommateurs
- L'hyper-concurrence qui s'intensifie, nécessitant un **rapprochement**, voire une intégration **entre la fonction marketing et la fonction commerciale**
- Les modes d'organisation, de gestion et de management des entreprises avec **davantage de collaboratif**, de **croisement des compétences**, de responsabilisation individuelle et collective

Le technicien supérieur NDRC est un expert de la relation client, capable de la gérer dans sa globalité (de la prospection à la fidélisation), sous toutes ses formes (en face à face, à distance, e-relation) et de contribuer à la croissance du chiffre d'affaires dans le respect de la politique commerciale définie par l'entreprise.

Les 3 pôles de compétences du nouveau BTS



Le titulaire du BTS NDRC accompagne le client/usager tout au long du processus commercial et intervient sur l'ensemble des activités avant, pendant et après l'achat : conseils, prospection, animation, devis, veille, visites, négociation-vente/achat, suivi après-vente/achat. Cet accompagnement se fait directement ou via un réseau de partenaires.

Selon l'organisation et la taille de la structure d'accueil, ses missions sont focalisées sur une ou plusieurs activités et peuvent parfois couvrir la totalité du processus commercial.

En lien direct avec le client, le titulaire du BTS NDRC est un vecteur de communication interne et externe.

Le stage en milieu professionnel a lieu dans une ou plusieurs organisations – de forme artisanale, commerciale ou industrielle - proposant des biens /ou des prestations de services à une clientèle de particuliers ou de professionnels.

Le tuteur ou le maître d'apprentissage contribue à la construction des compétences du stagiaire ou de l'apprenti.

Garantes de la qualité de la formation et de son adaptation aux opportunités et contraintes des métiers commerciaux, les périodes de stage en entreprise constituent un levier important d'insertion professionnelle.

I - Objectifs

Le stage en milieu professionnel a pour objectif de permettre à l'étudiant d'acquérir et/ou d'approfondir des compétences professionnelles en situation réelle de travail et d'améliorer sa connaissance du milieu professionnel et de l'emploi. Il permet une utilisation régulière des outils digitaux grâce à l'accès aux ressources numériques de l'entreprise.

Le stage en milieu professionnel est particulièrement valorisé lors des épreuves du Brevet de technicien supérieur Négociation et Digitalisation de la Relation Client.

II - Modalités

Les stages sont organisés avec le concours des milieux professionnels et sont placés sous le contrôle des autorités académiques dont relève l'étudiant.

La durée totale du stage sur l'ensemble de la période de formation est de 16 semaines.

Chaque période de stage fait l'objet d'une convention signée entre les représentants de l'organisme d'accueil et l'établissement de formation de l'étudiant.

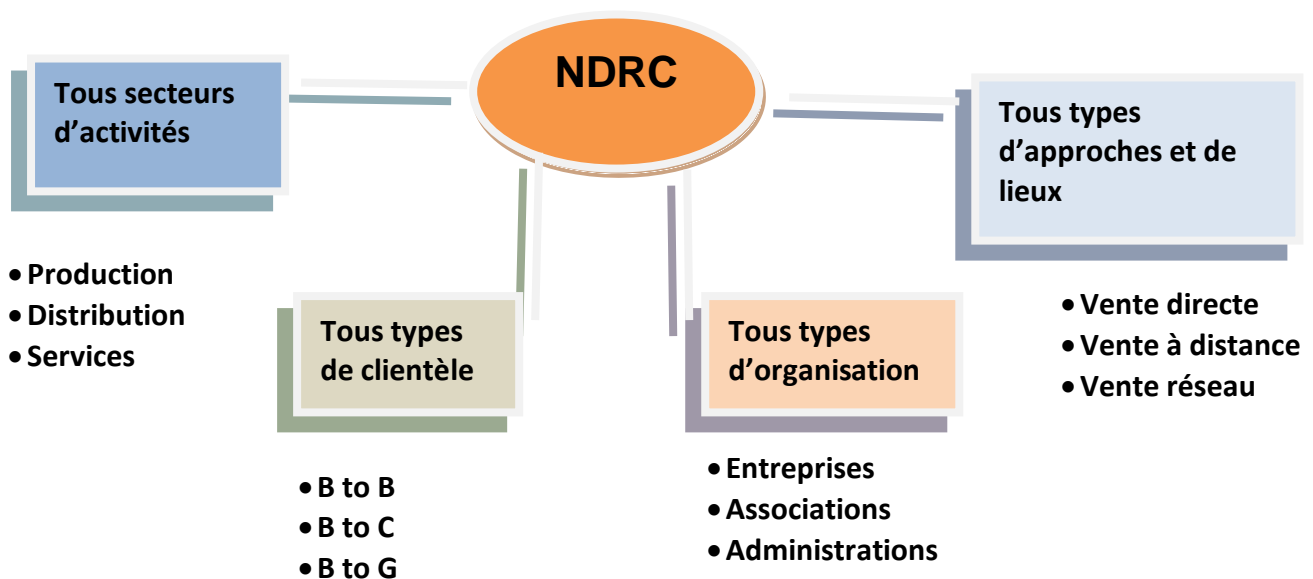
Cette convention est établie conformément aux dispositions et décrets en vigueur.

Pendant le stage, l'étudiant a obligatoirement la qualité d'étudiant - stagiaire et non de salarié.

Le stage en milieu professionnel repose sur une relation à caractère pédagogique entre 3 partenaires :

- l'entreprise partenaire confie à l'étudiant des activités professionnelles correspondant au référentiel et au niveau d'exigence du diplôme ;
- l'étudiant définit avec l'entreprise et l'équipe pédagogique les missions à réaliser pour chacune des périodes ;
- l'équipe pédagogique encadre, conseille, met en cohérence et articule les différentes modalités d'appropriation des compétences et des savoirs. Elle veille notamment à ce qu'ils soient transférables à d'autres situations professionnelles comparables.

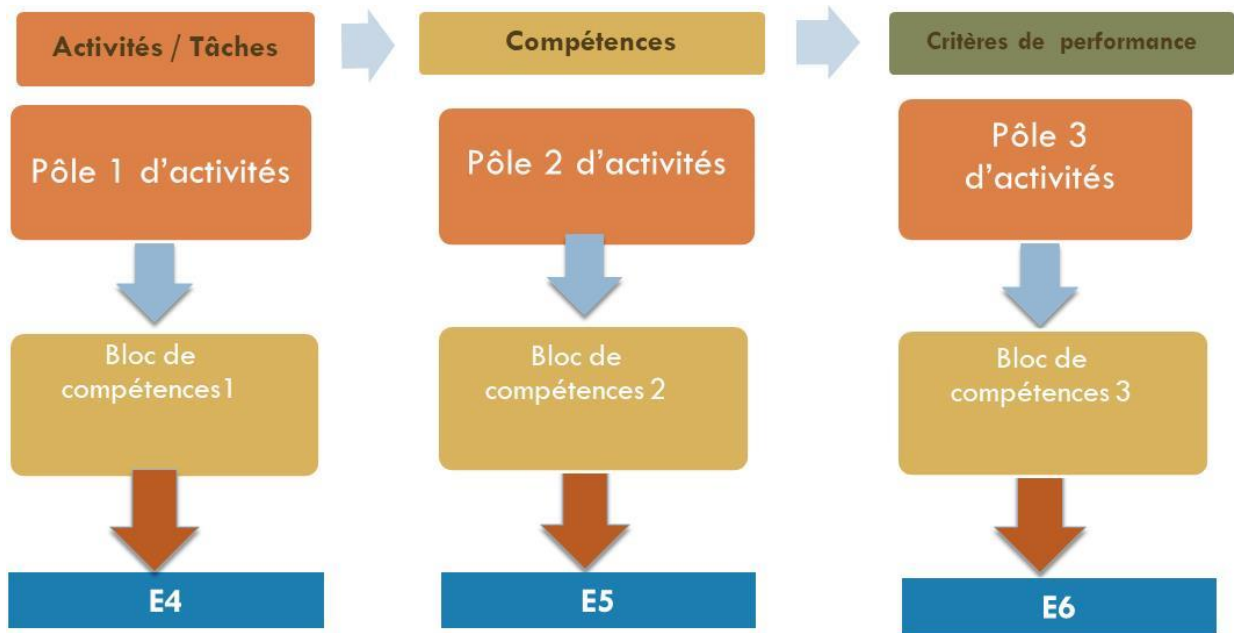
En fin de stage, **une attestation est remise au stagiaire** par le responsable de l'entreprise d'accueil. Elle précise les dates et la durée du stage.



Compétences à aborder durant les stages

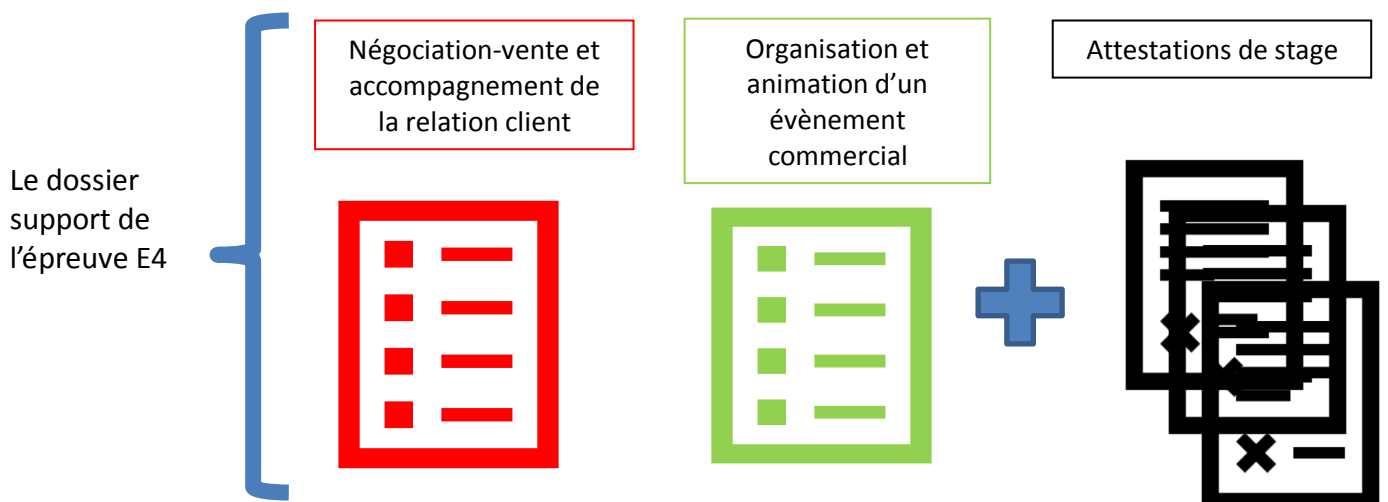
Pôle 1 d'activités : relation et négociation-vente	
ACTIVITÉS / TÂCHES	RÉSULTATS ATTENDUS
Développement de clientèle <input type="checkbox"/> Gestion de portefeuille clients <input type="checkbox"/> Animation d'opérations de prospection	Amélioration de la performance commerciale Précision du ciblage Efficacité et efficacité de la prospection
Négociation, vente et valorisation de la relation client <input type="checkbox"/> Élaboration d'un diagnostic client <input type="checkbox"/> Proposition, négociation et vente d'une offre personnalisée <input type="checkbox"/> Accompagnement du client	Réduction du risque client Développement des Ventes et de la marge commerciale Augmentation de la connaissance et de la valeur Client
Animation de la relation client <input type="checkbox"/> Participation à des salons <input type="checkbox"/> Organisation d'opérations commerciales <input type="checkbox"/> Animation d'espaces commerciaux	Amélioration de la notoriété commerciale Identification des évolutions et des opportunités Commerciales Rentabilité des évènements commerciaux
Veille et expertise commerciales <input type="checkbox"/> Reporting de l'activité commerciale - Qualification de Data client <input type="checkbox"/> Diagnostic en termes de relation client et de performance commerciale	Enrichissement de la connaissance de L'environnement commercial et de la clientèle Développement de valeur ajoutée dans la relation Client Contribution à la réactivité commerciale
Pôle 2 d'activités : Relation client à distance et digitalisation	
ACTIVITÉS / TÂCHES	RÉSULTATS ATTENDUS
Gestion de la relation client à distance <input type="checkbox"/> Prospection et identification d'opportunités commerciales <input type="checkbox"/> Vente à distance <input type="checkbox"/> Accompagnement, conseil et traitement des demandes clients <input type="checkbox"/> Mise à jour des data client <input type="checkbox"/> Supervision et animation d'équipes	Concrétisation des opportunités commerciales Atteinte des objectifs de productivité Amélioration de la satisfaction des clients et des commanditaires Augmentation de la connaissance et de la valeur client
Gestion de la e-relation client <input type="checkbox"/> Animation de communautés, de forums et de réseaux sociaux <input type="checkbox"/> Animation de site et publication de contenus à caractère commercial <input type="checkbox"/> Suivi, modération et exploitation des échanges <input type="checkbox"/> Maintient de la visibilité digitale	Pertinence et cohérence des contenus digitaux Développement du e-traffic Renforcement de la e-réputation
Gestion de la vente en e-Commerce <input type="checkbox"/> Valorisation en ligne de l'offre et des promotions commerciales <input type="checkbox"/> Suivi et régulation du processus de vente <input type="checkbox"/> Mise en œuvre d'animations commerciales en e-commerce. <input type="checkbox"/> Évaluation du trafic et du référencement du site <input type="checkbox"/> Analyse des résultats des ventes et des opérations de e-commerce	Développement des ventes et de la marge en e-commerce Enrichissement de l'expérience client Optimisation du référencement web
Pôle 3 d'activités : Relation client et animation de réseaux	
ACTIVITÉS / TÂCHES	RÉSULTATS ATTENDUS
Animation de réseaux de distributeurs <input type="checkbox"/> Négociation de l'implantation de l'offre sur le lieu de vente <input type="checkbox"/> Conseil en matière d'expérience de consommation <input type="checkbox"/> Mise en œuvre d'animations <input type="checkbox"/> Suivi et développement du référencement	Respect des accords de référencement Optimisation de l'implantation de l'offre Amélioration de la couverture du réseau
Animation de réseaux de partenaires <input type="checkbox"/> Sélection et constitution de réseaux de partenaires, d'apporteurs d'affaires et de prescripteurs <input type="checkbox"/> Animation, stimulation et développement de réseaux <input type="checkbox"/> Évaluation des performances du réseau	Développement de la taille du réseau Renforcement des liens au sein du réseau Efficacité des partenariats
Animation de réseaux de vente directe <input type="checkbox"/> Animation, vente et conseil à domicile <input type="checkbox"/> Développement d'un réseau de conseillers de vente à domicile	Développement des ventes et des contacts réseau Efficacité et pérennisation du réseau

La certification



E4 – Le dossier support de l'évaluation

- Des **activités réelles, vécues ou observées**, par le candidat durant sa formation ou au cours de son activité professionnelle



E5 - Une épreuve ponctuelle composée de 2 parties distinctes



1^{ère} partie : épreuve ponctuelle écrite

Etude de cas reposant sur un contexte réel d'organisation, avec production d'un écrit structuré sur une question de réflexion commerciale



2^{ème} partie : épreuve ponctuelle pratique

L'épreuve se déroule sur poste informatique dans le centre d'examen, sans temps de préparation, le candidat traite le sujet proposé.

Mobilisation pour le Bloc 2 de deux types d'approches certificatives :

- ❖ l'une davantage centrée, mais pas exclusivement, sur les contextes de Relation Client à distance
- ❖ l'autre centrée, mais pas exclusivement sur les contextes de RC digitale ou en e-commerce

E6 - Le dossier support de l'évaluation

- E6 porte sur l'expérience réseau décrite à travers **3 fiches descriptives d'activités professionnelles** et **une étude réflexive réseau**

