

Le titulaire du BTS Négociation et Relation Client a pour perspective d'être le premier interface entre l'entreprise et son marché.

IL EXERCE son activité dans des organisations ou entreprises qui proposent des biens et/ou des services à une clientèle de particuliers ou de professionnels (utilisateurs, prescripteurs, revendeurs).

IL PARTICIPE à la gestion de la relation client dans sa globalité, de la prospection jusqu'à la fidélisation et il contribue ainsi à la croissance du chiffre d'affaires, à l'organisation et à la politique commerciale de l'entreprise.

IL VEILLE à la maîtrise des technologies de l'information et de la communication autour d'une équipe de vente développant une démarche active en direction de la clientèle.

EMPLOIS VISÉS

- Commercial(e)
- Chargé(e) de clientèle
- Animateur(trice) des ventes
- Responsable de secteur

RÈGLEMENT D'EXAMEN

Le BTS est délivré à tous les candidats ayant obtenu une moyenne générale supérieure ou égale à 10 sur 20 à l'ensemble des épreuves de l'examen affectées de leur coefficient.

ÉPREUVES	MODE	DURÉE	COEFF.
Management et gestion d'activités commerciales	Écrit	5 h	4
Communication commerciale	Oral	40 mn	4
Conduite et présentation de projets commerciaux	Oral	1 h	4
Culture générale et expression	Écrit	4 h	3
Communication en langue vivante étrangère	Oral	30 mn	3
Économie et droit	Écrit	4 h	3

VOTRE PROFIL

- CAPACITÉ D'ÉCOUTE
- SENS DE LA COMMUNICATION
- APTITUDE À LA NÉGOCIATION
- DISPONIBILITÉ ET DYNAMISME
- SENS DES RESPONSABILITÉS
- ORGANISATION

VOTRE PROGRAMME

DURÉE DES ÉTUDES : 2 ans

- Culture générale et expression _____
- Langue vivante étrangère _____
- Environnement économique _____
 - > Économie générale
 - > Management des entreprises
- Environnement juridique _____
 - > Droit civil
 - > Droit commercial
 - > Droit du travail
- Mercatique _____
 - > Démarche centrée sur le client
 - > Contexte de l'action commerciale (marché, demande, concurrence, environnement)
 - > Analyse de la clientèle
 - > Stratégie et solutions commerciales (offre, prix, réseaux de distribution...)
- Gestion commerciale _____
 - > Marges de manœuvre en négociation
 - > Prix, règlement, financement, marges
 - > Gestion de la rentabilité et du risque client
 - > Portefeuille clients/prospects
- Management commercial _____
 - > Définition des procédures managériales
 - > Constitution de l'équipe commerciale
 - > Organisation de l'activité, plans d'actions
 - > Animation de l'équipe et management du réseau de vente
- Communication-Négociation _____
 - > Efficacité des relations entre acteurs
 - > Impact de l'environnement social
 - > Communication managériale
 - > Négociation commerciale (comportements, achat, plan de vente)
- Technologies commerciales _____
 - > Environnement et technologies
 - > Bases de données clients/prospects
 - > Plans de prospection et gestion du temps
 - > Communication commerciale
- Action Vente Appliquée _____
 - > Préparation et suivi des actions ventes appliquées
 - > Maîtrise des techniques de l'entretien
- Option automobile possible (réalisée en partenariat avec le GNFA) _____
 - > Les nouvelles technologies automobiles et les avantages clients
 - > L'environnement de la vente automobile et juridique
 - > Les modes de financements aux particuliers et aux professionnels
 - > L'identification, l'estimation physique et la négociation commerciale, la reprise VO