

# BTS

## Négociation Relation Client

Diplôme délivré par l'Education Nationale

### « Négociateur, vendre et manager »

Voici les missions du titulaire du BTS Négociation Relation Client, ex BTS Force de Vente.

Les exigences des consommateurs, l'ouverture des marchés et les évolutions technologiques font que les métiers commerciaux changent

Ce technicien supérieur est un vendeur-manager commercial qui gère la relation client dans sa globalité, de la prospection à la fidélisation. Son activité s'exerce vers une clientèle potentielle existante ou non de l'entreprise.

A terme, il sera capable de maîtriser la vente et la gestion de la relation client, de produire et d'analyser des données commerciales mais aussi de manager l'activité commerciale et de former une équipe performante et opérationnelle de commerciaux.

Dans la pratique, il doit privilégier les technologies nouvelles de l'information et de la communication, lesquelles conditionnent sa performance.

#### Qualités personnelles requises

Autonomie  
Esprit d'équipe  
Sens de l'écoute  
Dynamisme  
Organisation  
Rigueur et adaptabilité

#### Perspectives professionnelles

Négociateur, représentant  
Attaché commercial  
Responsable de secteur  
Distributeur  
Chef des ventes  
Assistant Manager, Manager

#### Matières enseignées et examen

Français  
Anglais  
Economie Générale-Droit  
Management des Entreprises  
Management et gestion  
d'Activités Commerciales  
Communication commerciale  
Conduite et Présentation de projets  
Commerciaux

Mode	Durée	Coef.
Écrit	4h	3
Oral	30 mn	3
Ecrit	<i>Réforme</i>	
Ecrit	<i>En cours</i>	
Écrit	5h	4
Oral	40 mn	4
Oral	1h	4

#### Epreuve facultative

Langue vivante 2	Oral	20 mn	1
------------------	------	-------	---

#### Conditions d'admission

Etre titulaire du BAC, avoir satisfait à l'étude du dossier et à l'entretien de motivation, entretien permettant aussi de vérifier les qualités de bases requises.

#### L'Alternance et son Rythme

La formation diplômante se déroule sur 2 ans en contrat de professionnalisation. Le rythme de l'alternance est de 1 semaine en formation, 2 semaines en entreprise suivant le calendrier transmis à l'étudiant et à l'entreprise. Avant l'examen qui a lieu mi-mai, les étudiants passent 2 semaines au Centre de Formation pour une révision intensive. Evaluations et examens blancs réguliers durant la formation.

# PROGRAMME DETAILLE

## BTS Négociation Relation Client

### Culture et Expression française

- ✓ Connaître et respecter les conditions préalables à toute communication orale.
- ✓ Exposés oraux, analyse et résumé de texte
- ✓ Se fixer des objectifs et les faire connaître.
- ✓ Entraînement à l'analyse et à la synthèse à partir De texte d'actualité.

### Economie

- ✓ Introduction à la connaissance économique
  - Nature de l'activité économique
  - Grands courants de la pensée économique
  - Interdépendances économiques nationales et internationales
- ✓ Les acteurs de la vie économique et sociale
  - Les ménages et la consommation
  - Les entreprises et la production
  - L'Etat et ses interventions
  - Les groupes sociaux et leur influence
- ✓ Prix et revenus
  - Structure des marchés et formation des prix
  - Formation des revenus, répartition et inégalités
- ✓ La monnaie et le financement de l'économie
  - Fonctions et formes de la monnaie
  - Les mécanismes de création monétaire
  - Le système et marché financier
- ✓ Evolution et analyse des grandeurs globales
  - Comptabilité nationale, les agrégats
  - L'équilibre macro-économique
- ✓ Formes d'organisation de l'activité économique
  - Economies capitalistes, socialistes
- ✓ Développement et croissance
  - Inflation, chômage, sous développement

### Droit

- ✓ Le cadre juridique de l'activité économique
  - Le cadre institutionnel
  - Les pouvoirs économiques publics et privés
  - Les sources du droit
  - L'organisation judiciaire
- ✓ Les mécanismes juridiques fondamentaux
  - Les actes et les faits juridiques
  - La formation et l'exécution des contrats
  - La responsabilité civile et pénale
- ✓ L'entreprise et l'activité commerciale
  - L'approche juridique de l'entreprise
  - l'entreprise individuelle
  - L'entreprise sociétaire
- ✓ Les relations juridiques entreprises -salariés
  - Le contrat de travail (formation, exécution, rupture)
  - La représentation des salariés
  - La négociation collective
  - Les conflits collectifs et leur résolution
- ✓ Les relations juridiques de l'entreprise-consommateur
  - La protection du consommateur
  - La protection de l'acheteur à crédit
- ✓ Les relations interentreprises
  - La coopération interentreprises
  - La concurrence
  - La propriété industrielle

### Langue Vivante : Anglais

- ✓ Aptitude à la compréhension orale d'informations à caractère professionnel par le biais du téléphone et de la télévision

### Mercatique

- ✓ La mercatique, une démarche centrée sur le client
- ✓ Le contexte de l'action commerciale
- ✓ L'analyse de la clientèle
- ✓ L'adaptation des solutions commerciales aux cibles prospects/client

### Management Commercial

- ✓ Le cadre managérial : le management et l'équipe
- ✓ Les orientations managériales : la constitution d'une équipe
- ✓ Le management opérationnel : mise en œuvre des plans d'actions commerciales, animation de l'équipe, management du réseau de vente.

### Gestion Commerciale

- ✓ Gestion des marges de manœuvre dans la négociation : prix, règlement, financement, marges
- ✓ La gestion de la rentabilité et du risque client
- ✓ La gestion de l'action commerciale : estimation de l'effort commercial, prise de décision, planification

### Communication - Négociation

- ✓ Introduction à la consommation
- ✓ 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/particuliers
- ✓ La négociation entreprise/distributeurs

### Technologies Commerciales

- ✓ Technologies, ressources, organisation du système d'information du service commercial
- ✓ Technologies commerciales opérationnelles : Recherche d'informations commerciales, utilisation de bases de données, organisation de la prospection, gestion du temps, communication et formation commerciale

### Projets Commerciaux

Au sein de l'entreprise commerciale, l'étudiant doit réaliser des missions l'amenant à :

- Exploiter et partager l'informations
- Organiser, planifier et gérer
- Prendre des décisions commerciales

L'approche doit être professionnelle (outils adaptés)