

PLAN DE FORMATION

BTS NÉGOCIATION ET DIGITALISATION DE LA RELATION CLIENT

2025-2027

Durée en heures : 1 352 heures

*Diplôme d'Etat de niveau 5 « **BTS Négociation et Digitalisation de la Relation Client** » enregistrée au RNCP sous le numéro 38368 en date du 11/12/2023, délivrée par le Ministère de l'Education Nationale, de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche, codes NSF 312.*

I. LES OBJECTIFS

L'activité du titulaire du brevet de technicien supérieur Négociation et Digitalisation de la Relation Client (NDRC) s'inscrit dans un contexte de mutations profondes et permanentes des métiers commerciaux, liées elles-mêmes aux évolutions et à la place qu'occupe la fonction commerciale dans les stratégies des entreprises et des organisations.

Les nouvelles technologies et la dématérialisation des échanges complexifient le comportement des acheteurs et des consommateurs en même temps que leurs exigences s'intensifient. Mobiles et connectés en permanence, les clients attachent désormais autant d'importance aux services et à l'expérience offerts qu'au produit lui-même. La relation que le client va entretenir avec la marque et avec les commerciaux constitue plus que jamais un facteur clé de différenciation entre les offres. La mise en œuvre d'une stratégie commerciale et marketing totalement individualisée où le relationnel puise sa source dans l'intelligence des données implique que pour nouer une relation de proximité avec le client, le commercial doit avoir une connaissance extrêmement précise et unifiée du client pour répondre à ses attentes et anticiper ses besoins en temps réel.

Le technicien supérieur NDRC est un commercial généraliste, capable d'exercer dans tous les secteurs d'activités et dans tout type d'organisation, avec tout type de clientèle (B to B, B to C, B to G), quelle que soit la forme de la relation client (en présentiel, à distance, e-relation) et dans toute sa complexité.

Dans le cadre d'une stratégie omnicanale, il sait gérer de multiples points de contact pour installer une plus grande proximité avec les clients ; sa capacité à traduire leurs exigences de plus en plus élevées en solutions adaptées lui permet d'instaurer des relations durables de confiance. Il doit désormais asseoir, développer, accompagner et optimiser la valeur à vie des différents segments visés.

L'accélération de la digitalisation des activités commerciales conduit le titulaire du BTS NDRC à investir les contenus commerciaux liés à l'usage accru des sites web, des applications et des réseaux sociaux. Recommandations, avis, notations sur les réseaux sociaux, forums, blogs deviennent de fait des vecteurs de communication que le commercial doit intégrer pour développer la clientèle et avoir une forte réactivité. Au-delà de ces nouvelles pratiques professionnelles, le technicien NDRC doit posséder une véritable culture numérique pour agir à tout moment et en tout lieu.

Il 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. Il intervient également dans la chaîne de valeur de ses clients pour favoriser leur développement.

II. LES MODALITÉS ET CONDITIONS D'ACCÈS

La formation en 1^{ère} année est ouverte aux candidats suivants :

- Baccalauréat obtenu ou sous réserve d'obtention

La formation en 2^{ème} année est ouverte aux candidats suivants :

- Avoir validé une 1^{ère} année du même BTS dans un autre établissement

III. LE CONTENU DE LA FORMATION

BLOC 1 - Relation client et négociation-vente

176h00

- Cibler et prospecter la clientèle
- Négocier et accompagner la relation client
- Organiser et animer un évènement commercial
- Exploiter et mutualiser l'information commerciale

BLOC 2 - Relation client à distance et digitalisation

162h00

- Maîtriser la relation omnicanale
- Animer la relation client digitale
- Développer la relation client en e-commerce

BLOC 3 - Relation client et animation de réseaux

158h00

- Implanter et promouvoir l'offre chez des distributeurs
- Développer et animer un réseau de partenaires
- Créer et animer un réseau de vente directe

Culture générale et expression

80h00

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

Culture économique, juridique et managériale

196h00

- 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

Langue vivante étrangère

126h00

- Compréhension de l'oral
- Compréhension de documents écrits
- Production et interaction écrites
- Production et interaction orales

Informatique commerciale

40h00

- Technologies commerciales opérationnelles
- Informatique appliquée à la gestion de la relation avec la clientèle
- Informatique appliquée à la gestion de l'offre
- Informatique appliquée à la gestion commerciale

Atelier de professionnalisation

154h00

- Expérimenter des techniques et des pratiques professionnelles attachées aux trois blocs de compétences
- Être accompagné dans son développement professionnel

Activités annexes

120h00

- Séminaire de rentrée
- Boîtes à outils
- Projet Voltaire
- Communication
- Business Game
- Ateliers de professionnalisation
- Coaching

Examens blancs

140h00

TOTAL

1352h00

IV. LES MÉTHODES ET MOYENS PÉDAGOGIQUES

Dans le cadre de cette formation les apprenants sont accueillis dans des salles de cours équipées en postes informatiques, vidéoprojecteurs, écrans tactiles.

Dès leur inscription, les apprenants se voient attribuer une adresse mail et un compte informatique pour accéder au réseau Wifi de l'école et à la plateforme pédagogique.

A partir de cette plateforme, l'apprenant dispose des éléments suivants : dossiers professionnels, modules digitalisés, supports de cours, calendriers de formation, guide de l'apprenant, emplois du temps, actualités et événements de l'école...

Pour décupler l'accès au savoir et rendre le transfert de connaissances davantage interactif et convivial, la pédagogie s'appuie de plus en plus sur la puissance des technologies multimédia en permettant aux apprenants d'utiliser différentes bases de données.

Chaque cours (sauf exception) est complété de contenus digitaux (blended/e-learning). Ces contenus sont accessibles via la plateforme LMS. Un suivi est réalisé par les équipes pédagogiques afin de suivre la progression des apprenants. Plusieurs indicateurs sont pris en compte : le taux de participation global, l'avancement individuel du parcours intégral, l'avancement individuel pour chaque séance du parcours, le temps passé. En cas de questions sur les contenus, l'apprenant peut solliciter le formateur référent du bloc lors du coaching final assuré en fin de bloc. Un accompagnement technique est également disponible sur la plateforme LMS. Un onglet « Support » permet d'ouvrir le centre d'aide à l'apprenant afin de consulter des ressources, ou envoyer un message en cas de problème ou question.

V. LES MOYENS D'ENCADREMENT

Une équipe d'intervenant assure la qualité de la formation.

La liste est en annexe de ce document, elle est non exhaustive et sera mise à jour lors de la rentrée.

Un référent de la mobilité nationale et internationale est à la disposition des apprenants afin de les accompagner dans leur mobilité au sein de nos campus et à l'international : Philippe Akueson.

- Pour une mobilité nationale : referentmobilitenationale@competences-developpement.fr
- Pour une mobilité internationale : referentmobiliteinternationale@competences-developpement.fr

VI. LES SUIVIS ET ÉVALUATIONS

Contrôle des connaissances

Il est accordé une importance toute particulière au bon fonctionnement des épreuves de contrôle qui constituent pour le corps professoral, un moyen privilégié d'appréciation du travail fourni par les salariés.

Méthode d'évaluation du travail

L'évaluation du travail du salarié est effectuée par semestre selon différents modes : Contrôle continu, Examen final, Travaux professionnels (individuels et collectifs).

L'évaluation s'effectue selon des critères spécifiques à chacune des Unités d'Enseignement et dans des conditions spécifiques aux différents niveaux du cursus.

VII. LES CONDITIONS D'OBTENTION DU DIPLÔME

Le référentiel d'évaluation est organisé en unités constitutives d'un ensemble de compétences et connaissances cohérent au regard de la finalité du diplôme. Il peut comporter des unités dont l'obtention est facultative. Chaque unité correspond à un bloc de compétences et à une épreuve.

Le diplôme est obtenu par l'obtention d'une note moyenne supérieure à 10/20 à l'ensemble des épreuves. Le candidat ayant déjà validé des blocs de compétences peut être dispensé des épreuves correspondantes.

VIII. LES MODALITÉS D'ORGANISATION

Nos campus sont ouverts de 8h00 à 18h00.

Un guide « Bien vivre mon année, le guide de tous les services aux apprenants » est remis chaque année aux apprenants dès leur inscription. Ce guide comporte des informations sur l'accessibilité et l'aménagement du campus.

IX. RECUEIL DES APPRÉCIATIONS

Dans le cadre de sa démarche qualité, l'école recueille les appréciations des apprenants par module ou à la fin de chaque semestre sous la forme d'un questionnaire de satisfaction en ligne. Il recueille également la satisfaction globale des apprenants en fin de formation.

Les questions portent sur la formation ainsi que sur les conditions de vie et de travail à IDRAC Business School.

Les données recueillies sont analysées et permettent d'assoir une démarche d'amélioration de la qualité des cours dispensés.

ANNEXE

Liste des intervenants (liste non exhaustive)

| NOM – Prénom | Qualification |
|---------------------------|---|
| ANGLIVIEL Nathalie | Master 2 Sciences économiques et sociales - Maître de conférences |
| ARNAUDON Marjolaine | Master droit de l'entreprise |
| BAOUSSON Jérôme | Master's degree, Business, Management, Marketing and Related Support Services |
| BELLAVOINE Xavier | Maîtrise en Sciences de gestion |
| BELLET Matthieu | BTS Gestion de la PME |
| BENBEKHTI Imad | MBA Manager de la Stratégie commerciale et marketing |
| BERGEMANN Manfred | DESS Economie |
| BERRADA Loubna | Doctorat Littérature |
| BERTHET Vanessa | DEA Droit public |
| BIREMBAUX Richard | Licence STAPS, Sciences & Techniques des Activités Physiques et Sportives |
| BOLLETOT NAGUIN Julie | Master Management du Commerce International |
| BOUGHANMI Moncef | Master Droit Economie et Gestion |
| BOUJNAH Mounir | Maîtrise en Lettres et Arts |
| BOULLIER Karine | DESS, Master 2 Droit du travail |
| BOZBIYIK Oya | Master 2 Didactique des langues étrangères et TCIE |
| BULAN Richard | Master 2 Etudes Médiévales |
| BUTTET Frédéric | DESS Qualité, Sécurité et Environnement des Installations et Equipements |
| CABUT GILLES | Maîtrise des lettres modernes |
| CAUSSE Fabienne | Bachelor en Langues |
| CHARPENTIER Jean | Bachelor Marketing Communication Publicité |
| CHAVANA Laurent | DESS Économie et droit de l'énergie |
| COMBAUDOU Antoine | Master 2 Marketing-Communication |
| DARAGON Guy | Maîtrise Marketing vente |
| DARMAYAN Valérie | Maîtrise Langues Etrangères Appliquées |
| DAVAL Clément | Master 2 Management des organisations et des Projets Stratégiques |
| DE KLERK Fabienne | Licence professionnelle Management de projets touristiques et de loisirs |
| DECROOCQ Marie | Master Sciences Economiques de Gestion - Management des entreprises |
| DESCOMBES Isabelle | Master 2 Marketing et gestion des entreprises |
| DILLY Adam | BA French and Management studies |
| DUPONT Emmanuelle | Master Manager des Entreprises |
| DUTHIL Jérôme | Master de Méthodes Informatiques Appliquées à la Gestion des Entreprises |
| ELLA-MENYE Gustave Honoré | Master en langues |
| ETIENNE Muriel | Licence de Droit |
| FIOT Camille | MBA Manager de la Communication et du Marketing |
| FLOREE Hervé | Certification Formateur - Consultant - Niveau II |
| FONTANA Denis | Master Manager du Marketing et de la performance commerciale |

| NOM – Prénom | Qualification |
|----------------------------|--|
| FRAPPIN Odhran | Master 1 Langues, Littératures et Civilisations Etrangères |
| FRISCIA Jean Michel | Master en Gestion Européenne et Affaires Internationales |
| GAUDET Sylvie | CAPET Economie Gestion Commerciale |
| GAUTIER Antoine | Maîtrise en droit |
| GOUTTEBARON Martial | Master Marketing Opérationnel |
| GOYER POYARD Leslie | DEA Langue, Littérature et civilisations Françaises |
| GUERFALI Zouhair | Master Sciences de gestion : comptabilité, contrôle audit |
| GUIRAUD Claudine | Licence Langues, Littératures et Civilisations Etrangères |
| HERLEIN Julien | Master Métiers de l'Enseignement, de l'éducation et de la formation |
| HOUBART Hervé | Titre professionnel Formateur pour adultes, Ingénierie pédagogique |
| JABBANE Ali | Master Métiers de l'enseignement, de l'éducation et de la formation |
| LANGLOIS Damien | DESS Stratégie et Gestion Commerciale |
| LANOE CIARLINI Laura | Master Management et Administration des entreprises |
| LARGUIER Charles | MBA Manager de la Stratégie Commerciale |
| LAURENCE ALMIENTO Sandrine | Mastère 2 Expert en stratégie digital |
| LAWSON Séverine | BTS Négociation et digitalisation de la relation client |
| LECHOWSKI Catherine | BTS Action Commerciale |
| LEVASSOR Laurent | Doctorat Littératures Comparées |
| MADSEN Sarah | Bachelor Modern languages |
| MENAA Abdelaziz | Doctorat en Droit |
| MINGAUD Julien | Master 2 en Sciences Humaines et Sociales |
| MO David | Titre professionnel formateur professionnel d'adultes |
| MONTAGUT Marie-Alexandra | Bac+3 Responsable de développement commercial |
| MORALES Fabien | Doctorat en sciences juridiques |
| MOREL Charlotte | MBA Responsable de Développement et Commercialisation Internationaux |
| NEKRACH Soukaina | Master Business Development Ingénierie d'Affaires |
| NOEL Caroline | Master Business, management, marketing and related support services |
| OGIER Mathilde | Master Arts Lettres Langues |
| PICHOT Alexandre | MBA Management |
| PIERRE Vanessa | DEUG en Droit, Titre FPA Formateur Professionnel d'Adultes |
| PILLARD Mélanie | Master 2 Ingénierie des Systèmes d'Information |
| PONTUS Franck | Maîtrise en assurances |
| PUPIER Stéphane | BTS Transport |
| QUELEN Laurence | DEA littérature française et comparée |
| QUINZONI Sigolène | BTS Négociation et digitalisation de la relation client |
| RENESSIO-MARQUES Jean-Paul | Licence de Sciences Humaines et Sociales |
| ROUBAUD Lucas | Master Sciences Humaines & sociales |
| ROUSSEAU Christophe | Master en Informatique |
| SCHMUTZ Felix | Master Etude de la communication et des médias |
| SCHMUTZ Axel | DEUG Sciences Economiques |

| NOM – Prénom | Qualification |
|--------------------|--|
| SERVAT Annie | DUT Gestion des Entreprises et des Administrations |
| SIMIONI Nathalie | DESS Statistiques et économétrie |
| VERGNES Aurélie | Master Sciences Humaines et Sociales |
| VERGNES Gwendoline | Bachelor Chef de projet digital |
| VIDAL Corinne | DESS Sciences Economiques |
| WHITE Shane | BA in Business studies |
| ZHUO Laetitia | Master Affaires Internationales |