

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
<ul style="list-style-type: none"> • Cibler et prospecter la clientèle • Négocier et accompagner la relation client • Organiser et animer un événement commercial • Exploiter et mutualiser l'information commerciale 	
BLOC 2 - Relation client à distance et digitalisation	162h00
<ul style="list-style-type: none"> • 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
<ul style="list-style-type: none"> • 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
<ul style="list-style-type: none"> • 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
<ul style="list-style-type: none"> • 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
<ul style="list-style-type: none"> • 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'asseoir 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	Maitrise 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 entreprise
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