

Filière commerce / Vente

➔ Niveau de formation :
1er cycle (Bac+2)

➔ Scolarité : classique
et alternance

A

L

P

BTS Négociation et relation client

Objectifs de la formation

Le changement de comportement des consommateurs, l'ouverture des marchés et les évolutions technologiques ont conduit à une mutation des métiers commerciaux.

L'objectif est de former les managers de la vente, des commerciaux capables de gérer une relation commerciale dans sa globalité, de la prospection à la fidélisation.

Le domaine d'activité couvre 4 fonctions principales :

- ➔ Vente et gestion de la relation client (création et développement de clientèle, négociation, vente, gestion de la relation client).
- ➔ Production de l'information commerciale (intégration du système d'information commerciale, gestion de l'information).
- ➔ Organisation et management de l'activité commerciale (pilotage de l'activité commerciale, évaluation de la performance, constitution et organisation de l'équipe commerciale).

Programme du BTS Négociation et Relation Client

- ➔ **Culture et expression française.**
- ➔ **Langue vivante A** (B en option).
- ➔ **Economie générale.**
- ➔ **Economie d'entreprise.**
- ➔ **Droit.**
- ➔ **Marketing** : le contexte de l'action du commercial (marché, demande, concurrence), analyse de la clientèle, adaptation aux cibles prospects/clients.
- ➔ **Gestion commerciale** : la gestion dans la négociation (prix, financements, marges), la gestion de la rentabilité et du risque client, la gestion de l'action commerciale.
- ➔ **Management commercial** : le cadre managérial, l'équipe, le management opérationnel.
- ➔ **Communication** : la communication dans les relations managériales et professionnelles, les fondamentaux de la négociation commerciale (diagnostic, stratégie, outils), la négociation entreprises/particuliers et entreprises/entreprises et entreprise/distributeur.
- ➔ **Technologies commerciales** : l'environnement technologique du commercial, les technologies commerciales opérationnelles (recherche d'informations, bases de données, gestion du temps, communication commerciale).
- ➔ **Informatique** (traitement de texte, tableur)
- ➔ **Internet** (utilisation et découverte de potentialités techniques d'un site WEB)
- ➔ **Stages en entreprise** (16 semaines)



➔ Mise en oeuvre de la politique commerciale (déclinaison de l'offre commerciale, adaptation et mise en oeuvre du plan d'action, évolution de la politique commerciale).

Le degré d'intervention et d'autonomie dépend principalement de la taille de l'entreprise.

Un emploi repose sur trois axes : soutien de l'activité commerciale (prospecteur, promotion des ventes, animateur des ventes), relation client (attaché commercial, chargé de clientèle), management des équipes commerciales (responsable des ventes, assistant manager, superviseur, responsable de secteur).

Qualités et aptitudes

Energie physique, confiance en soi, résistance au stress, motivation pour les missions de terrain, mobilité, sens de la communication et de la négociation.

Débouchés

Attaché commercial, négociateur, acheteur, chargé d'études de marché, assistant ou chef de produit marketing et vente, chargé de clientèle, conseiller en merchandising, assistant chef de rayon...



Poursuite des études

- ➔ **Filière Commerce** :
3^e année de spécialisation et préparation du Diplôme Européen d'Etudes Supérieures de Marketing (**DEESMA**) et/ou le Bachelor Affaires Internationales et Commerce.
4^e et 5^e années : préparation du **MASTERE SPECIALISE**.
- ➔ **Autre filière** :
Se référer aux formations 2^e et 3^e cycles de l'Institut de Commerce et de Gestion (page 32 de cette plaquette).