



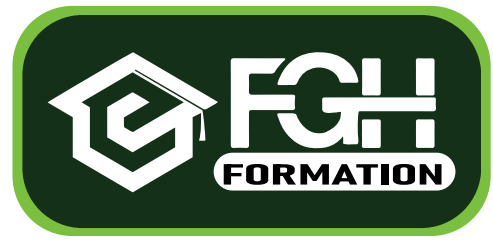
BTS NDRC

NÉGOCIATION ET DIGITALISATION DE LA RELATION CLIENT

PROGRAMME DE FORMATION

LE BTS NDRC

NÉGOCIATION ET DIGITALISATION DE LA RELATION CLIENT



Le **BTS NDRC** est un diplôme d'État de niveau Bac+2
(niveau 5 du RNCP)

Il forme des professionnels polyvalents de la vente, du commerce et de la relation client dans un environnement de plus en plus digitalisé.

La formation est dispensée uniquement en alternance sur 2 ans, selon **un rythme hybride** pensé pour concilier apprentissage théorique et expérience terrain :

- **14h** de cours/semaine
- **21h** en entreprise/semaine
- **2 jours**/mois en centre de formation

VOLUME HORAIRE

14H

Cours

21H

Entreprise

Cours **DISTANCIEL + PRESENTIEL** 2jours/mois - **14h/semaine**

Entreprise - **21h/semaine**

Cours **PRESENTIEL**
2 jours/mois

DURÉE

2 ans en alternance

Contrat d'apprentissage

NIVEAU

Bac +2

Niveau **5** RNCP

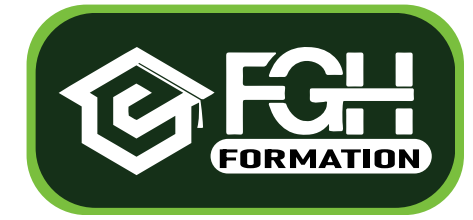
Titre reconnu par l'État

LES ENSEIGNEMENTS GÉNÉRAUX



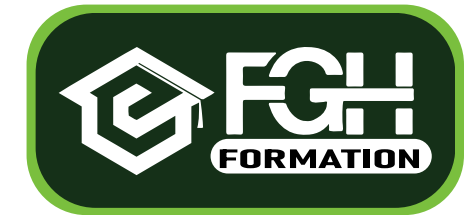
MATIÈRES	COMPÉTENCES	MODALITÉS D'ÉVALUATION
Culture générale & expression	<ul style="list-style-type: none">• Rendre compte d'une culture acquise en cours de formation• Apprécier un message ou une situation• Communiquer par écrit ou oralement• Appréhender un message• Réaliser un message	Épreuve ponctuelle écrite 3h
Anglais	<ul style="list-style-type: none">• Niveau B2 du CECRL (écrit) : Compréhension de documents écrits• Production et interactions écrites• Niveau B2 du CECRL (oral) : Production orale en continu• Interaction orale	Épreuve Ponctuelle orale 30 min préparation + 30 min d'oral
Culture économique, juridique et managériale	<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 en mobilisant des notions et méthodologies• Établir un diagnostic préparant une prise de décision stratégique• Exposer des analyses et propositions de manière cohérente et argumentée	Épreuve ponctuelle écrite 4h

LES ENSEIGNEMENTS PROFESSIONNELS



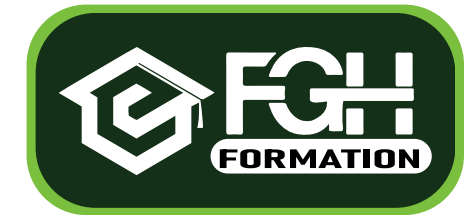
MATIÈRES	COMPTÉTENCES	ATTENDUS	MODALITÉS D'ÉVALUATION
RELATION CLIENT ET NÉGOCIATION-VENTE	<ul style="list-style-type: none">• Cibler et prospecter la clientèle• Négocier et accompagner la relation client• Organiser et animer un évènement commercial• Exploiter et mutualiser l'information commerciale	<ul style="list-style-type: none">• Amélioration de la performance commerciale• Précision du ciblage• Efficacité et efficience de la prospection• Réduction du risque client• Développement des ventes et de la marge commerciale• Augmentation de la connaissance et de la valeur client• Amélioration de la notoriété commerciale• Identification des évolutions et opportunités commerciales• Rentabilité des évènements commerciaux• Enrichissement de la connaissance de l'environnement et de la clientèle• Développement de valeur ajoutée dans la relation client• Contribution à la réactivité commerciale	CCF 2 Situations d'évaluation

LES ENSEIGNEMENTS PROFESSIONNELS



MATIÈRES	COMPTÉTENCES	ATTENDUS	MODALITÉS D'ÉVALUATION
RELATION CLIENT À DISTANCE ET DIGITALISATION	<ul style="list-style-type: none">• Maîtriser la relation client omnicanale• Animer la relation client digitale• Développer la relation client en e-commerce	<ul style="list-style-type: none">• Concrétisation des opportunités commerciales• Atteinte des objectifs de productivité• Amélioration de la satisfaction des clients et des commanditaires• Augmentation de la connaissance et de la valeur client• Pertinence et cohérence des contenus digitaux• Développement du e-traffic• Renforcement de la e-réputation• Développement des ventes et de la marge en e-commerce• Enrichissement de l'expérience client• Optimisation du référencement web	Épreuve écrite ponctuelle 3h + Épreuve pratique ponctuelle 40 min

LES ENSEIGNEMENTS PROFESSIONNELS



MATIÈRES	COMPTÉTENCES	ATTENDUS	MODALITÉS D'ÉVALUATION
RELATION CLIENT ET ANIMATION RÉSEAUX	<ul style="list-style-type: none">• Planter et promouvoir l'offre chez des distributeurs• Développer et animer un réseau de partenaires• Créer et animer un réseau de vente directe	<ul style="list-style-type: none">• Respect des accords de référencement• Optimisation de l'implantation de l'offre• Amélioration de la couverture du réseau• Développement de la taille du réseau *• Renforcement des liens au sein du réseau• Efficacité des partenariats• Développement des ventes et des contacts réseau• Efficacité et pérennisation du réseau	CCF 2 Situations d'évaluation