

BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR NEGOCIATION ET DIGITALISATION DE LA RELATION CLIENT

PROGRAMME DE LA FORMATION

Compétences du domaine professionnel

● Relation et négociation-vente

1 – Cibler et prospector la clientèle

- ◆ Analyser un portefeuille client
- ◆ Identifier des cibles de clientèle
- ◆ Mettre en œuvre et évaluer une démarche de prospection
- ◆ Développer des réseaux professionnels

2 – Négocier et accompagner la relation client

- ◆ Négocier et vendre une solution adaptée au client
- ◆ Créer et maintenir une relation client durable

3 – Organiser et animer un évènement commercial

- ◆ Organiser un évènement commercial
- ◆ Animer un évènement commercial
- ◆ Exploiter un évènement commercial

4 – Exploiter et mutualiser l'information commerciale

- ◆ Remonter, valoriser et partager l'information commerciale
- ◆ Collaborer à l'interne en vue de développer l'expertise commerciale

SAVOIRS ASSOCIES :

Marketing :

- ❖ Marketing stratégique, marketing opérationnel (mix)
- ❖ Marché et politiques commerciales (offre, demande, environnement, concurrence, positionnement, marchéage, prix, produits, communication)
- ❖ Comportement d'achat du consommateur/usager
- ❖ Politique de marque
- ❖ Marketing évènementiel
- ❖ Marketing relationnel (conquête client, fidélisation)
- ❖ Conquête de marché, démarches et techniques de prospection (objectifs, diagnostic, segmentation, ciblage, positionnement, actions)



Communication/négociation :

- ❖ Théories et concepts de communication
- ❖ Communication personnelle
- ❖ Éléments psychologiques et sociologiques d'analyse de relation interpersonnelle (personnalité, rôles, jeux de pouvoir, groupe, efficacité relationnelle)
- ❖ Formes et situations de communication (face à face, à distance, téléphonique, etc.)
- ❖ Stratégies de communication (événementielle, unifiée, digitale, etc.)
- ❖ Négociation-vente (situations, diagnostic client, B to B, B to G, marges de manœuvre, conflits, litiges, etc.)

Gestion commerciale :

- ❖ Évaluation de la performance et de l'activité commerciales (indicateurs de pilotage, tableaux de bord, résultats, coûts, risques, etc.)
- ❖ Analyse quantitative et qualitative de la relation client et du portefeuille client (valeur client, marge, rentabilité, indicateurs de fidélisation, comportement d'achat, etc.)
- ❖ Gestion budgétaire
- ❖ Règlements et financements
- ❖ Gestion du temps
- ❖ Organisation commerciale et prospection opérationnelle (plan de tournées, couverture géographique, géolocalisation)

Management :

- ❖ Gestion de la performance collective (organisation activité, valorisation, animation, motivation)
- ❖ Communication managériale

Statistiques/représentations graphiques :

- ❖ Data client
- ❖ Analyse des indicateurs commerciaux (évolution, position, dispersion, prévision)
- ❖ Techniques de prévision des ventes
- ❖ Représentations graphiques

Savoirs technologiques /web :

- ❖ Veille commerciale
- ❖ Système d'information commerciale (collecte, stockage, traitement, partage de l'information)
- ❖ Applications et logiciels commerciaux et de relation client (PGI, CRM, progiciels réseaux)
- ❖ Outils de communication et de gestion commerciale (outils et applications nomades, gestionnaires d'activité, de tournées et de projets, planification, etc.)

Savoirs juridiques :

- ❖ Protection des données (droits et obligations)
- ❖ Droit de la consommation (information et protection du consommateur)
- ❖ Relations contractuelles commerciales
- ❖ Contrat de vente (conditions générales de vente, crédits, recours et litiges commerciaux)
- ❖ Règlementation de la concurrence

● Relation client à distance et digitalisation

1 – Maîtriser la relation client omnicanal

- ◆ Créer et entretenir la relation client à distance
- ◆ Apprécier la performance commerciale à partir d'indicateurs d'activité
- ◆ Encadrer et animer une équipe de téléacteurs

2 – Animer la relation client digitale

- ◆ Produire, publier et assurer la visibilité des contenus digitaux
- ◆ Impulser, entretenir et réguler une dynamique e-relationnelle
- ◆ Entretenir la visibilité digitale

3 – Développer la relation client en e-commerce

- ◆ Dynamiser un site de e-commerce
- ◆ Faciliter et sécuriser la relation commerciale
- ◆ Evaluer le trafic et le référencement du site
- ◆ Analyser les résultats des ventes et des opérations de e-commerce

SAVOIRS ASSOCIES :

Savoirs technologiques/web :

- ❖ Outils de communication à distance et expérience client (matériels, logiciels et applications)
- ❖ Outils de supervision et de gestion d'appels
- ❖ Production et publication de contenus digitaux (application gestion de contenus, traitement image et vidéo, transfert de fichiers, gestion e-commerce, etc.)
- ❖ Analyse et traitement de Data client
- ❖ Référencement web
- ❖ Audience digitale
- ❖ Hébergement

Communication/négociation :

- ❖ Communication interpersonnelle
- ❖ Situation de communication / négociation
- ❖ Supports et médias de communication à distance et digitale
- ❖ Communication à distance (stratégies, techniques, gestion des conflits, gestion du stress)
- ❖ Communication unifiée (fonctionnalités et caractéristiques, services, sécurité, gestion des incidents)
- ❖ Communication digitale (stratégie de communication web et communautaire, production et animation web/communautaire, e-réputation, production et animation web)

Marketing :

- ❖ Web marketing et e-commerce
- ❖ Réseaux sociaux
- ❖ Création de trafic
- ❖ Inbound marketing ou marketing entrant
- ❖ Data et connaissance client
- ❖ Collecte de l'information
- ❖ Organisation et indexation des données

- ❖ Protection des données stockées et transmises
- ❖ Méthodes d'analyse et de traitement
- ❖ Data et création de valeur client ajoutée

Pilotage de activités commerciales digitales :

- ❖ Web-marketing et e-commerce
- ❖ Stratégie des médias communautaires
- ❖ Animation de communautés
- ❖ E-réputation et pratique du community management

Management d'équipe :

- ❖ Communication managériale
- ❖ Pilotage et évaluation de la performance individuelle et collective (objectifs, indicateurs d'évaluation, tableaux de bord, formation, recrutement, accompagnement)
- ❖ Community management
- ❖ Leviers individuels et collectifs de la stimulation et de la motivation

Statistiques/représentations graphiques :

- ❖ Mesure et représentation de la performance commerciale individuelle et collective
- ❖ Mesure et représentation des ratios de la relation client à distance
- ❖ Mesure et représentation du trafic sur le site de e-commerce
- ❖ Statistiques et mesures d'audience

Gestion commerciale :

- ❖ Pilotage des activités commerciales
- ❖ Ratios et tableaux de bord
- ❖ Gestion budgétaire
- ❖ Règlements et financements
- ❖ Gestion des processus commerciaux (PGI et modules de GRC)

Savoirs juridiques :

- ❖ Droit du travail (recrutement, temps de travail, santé et sécurité au travail, formation)
- ❖ Droit du web : contrats numériques, propriété intellectuelle, protection des données personnelles, droit à l'image, responsabilités des prestataires, droit des marques
- ❖ Droit de la consommation (information et protection du consommateur en matière de transactions web)
- ❖ Contrat de vente (conditions générales de vente, crédits, recours et litiges commerciaux)

● Relation client et animation de réseaux

1 – Planter et promouvoir l'offre chez les distributeurs

- ◆ Valoriser l'offre sur le lieu de vente
- ◆ Mettre en œuvre des animations
- ◆ Développer la présence dans le réseau de distributeurs

2 – Développer et piloter un réseau de partenaires

- ◆ Participer au développement d'un réseau de partenaires
- ◆ Mobiliser un réseau de partenaires et évaluer les performances

3 – Créer et animer un réseau de vente directe

- ◆ Prospector, organiser des rencontres et vendre en réunion
- ◆ Recruter et former des vendeurs à domicile indépendants
- ◆ Impulser une dynamique de réseau

SAVOIRS ASSOCIES :

Communication/négociation :

- ❖ Négociation vente grande distribution – offre communication – typologies d’acheteurs – négociation prix
- ❖ Négociation vente revendeurs – partenaires – grossistes – (processus décisionnel, typologies d’acheteurs)
- ❖ Négociation vente B to C (demande, comportement du consommateur, motivations d’achat)

Management :

- ❖ Organisation du réseau de distribution, diversité des métiers
- ❖ Management du réseau de vente (animation, communication)
- ❖ Management opérationnel (recrutement, formation, objectifs, rémunération, animation, évaluation des équipes)
- ❖ Gestion de projet
- ❖ Pilotage de l’activité commerciale
- ❖ Management relationnel
- ❖ Communication managériale
- ❖ Gestion des conflits

Marketing :

- ❖ Techniques de vente en grande distribution (référencement, merchandising, etc.)
- ❖ Réseaux et stratégies de distribution
- ❖ Techniques d’animation commerciale

Savoirs technologiques/web :

- ❖ Data, bases de données réseaux
- ❖ Applications et logiciels commerciaux et de relation réseau (PGI, CRM, progiciels réseaux)
- ❖ Outils de communication et de gestion commerciale (outils et applications nomades, suivi d’activité, planification, etc.)
- ❖ Veille digitale, veille commerciale

Savoirs juridiques :

- ❖ Droit de la distribution
- ❖ Droit de la consommation : information et protection du consommateur
- ❖ Contrats de partenariats
- ❖ Droit du travail (statuts des commerciaux, salariés, VRP, agents, VDI, etc.)
- ❖ Code éthique de la vente directe et réglementation

Gestion commerciale :

- ❖ Analyse du risque
- ❖ Prix et marges
- ❖ Règlements et financements

Statistiques/représentations graphiques :

- ❖ Outils statistiques et graphiques de suivi des ventes et d’évaluation des équipes commerciales

● Epreuves orales professionnelles

- **Relation client et négociation** (coef. 5 – durée 1 h)

Cette épreuve vise à évaluer la capacité du candidat à :

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

Le dossier comprend 2 fiches descriptives d'activités professionnelles, l'une relative à une négociation-vente et à l'accompagnement d'une relation client, l'autre relative à l'organisation et à l'animation d'un évènement commercial.

- **Relation client et animation de réseaux** (coef. 3 – durée 40 mn)

Cette épreuve vise à évaluer la capacité du candidat à :

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

Le dossier comprend 3 fiches descriptives d'activités professionnelles de nature différente selon le type de réseaux (distributeurs, partenaires et vente directe) ainsi qu'une étude réflexive réseau se présentant sous une forme rédigée de deux pages recto-verso.

- **Epreuve pratique** (coef.2 – durée 40 mn)

Relation client à distance et digitalisation.

Cette épreuve se déroule sur poste informatique et permet d'évaluer les compétences suivantes :

- Animer la relation client digitale
 - ✓ Produire, publier et assurer la visibilité des contenus digitaux
 - ✓ Impulser, entretenir et réguler une dynamique e-relationnelle
- Développer la relation client en e-commerce
 - ✓ Dynamiser un site de e-commerce
 - ✓ Faciliter et sécuriser la relation commerciale
 - ✓ Diagnostiquer l'activité de e-commerce.

Matières générales

● Culture économique, juridique et managériale

- L'intégration de l'entreprise dans son environnement
 - ◆ Les relations entre l'entreprise et son environnement économique
 - ◆ Les contrats
 - ◆ L'entreprise dans son environnement

Etablissement Privé – Domaine James Watt – 19, Allée James Watt 33700 MERIGNAC

Tél. 05 57 57 71 71 – Fax 05 57 57 71 70 – e-mail : info@altea-formation.com – Internet : ww.altea-formation.com

SAS au capital de 40 000 € - Siret 437 808769 00040 – NAF 8559 A – N° de déclaration d'existence 72 33 05694 33 n° de TVA intracommunautaire : FR 50 437 808 769

- La régulation de l'activité économique
 - ◆ Le rôle de l'Etat dans la régulation économique
 - ◆ Le rôle du droit dans la régulation
 - ◆ Les caractéristiques de l'environnement : facteurs politiques, légaux, économiques, socioculturels, technologiques et environnementaux
- L'organisation de l'activité de l'entreprise
 - ◆ L'influence des facteurs économiques sur les choix de production
 - ◆ Les facteurs de choix d'une structure juridique
 - ◆ Les types de risques
 - ◆ Responsabilité civile, pénale, etc.
 - ◆ Les ressources et les compétences au sein de l'entreprise
 - ◆ Les styles de management
 - ◆ Le besoin de financement
- L'impact du numérique sur la vie de l'entreprise
 - ◆ Les conséquences sur les modes de production et de consommation de biens et services de l'entreprise
 - ◆ Les modalités juridiques de protection des actifs immatériels
 - ◆ La protection des personnes, des données
 - Le contrat de vente électronique
 - Le contrat de prestations de service numérique
 - ◆ Le rôle du système d'information dans le fonctionnement de l'entreprise
- Les mutations du travail
 - ◆ Les principales évolutions du marché du travail
 - Les contrats de travail
 - La protection du salarié
 - ◆ La gestion prévisionnelle des emplois et des compétences
- Les choix stratégiques de l'entreprise
 - ◆ Le diagnostic interne et externe
 - ◆ Les domaines et les choix d'activités stratégiques

● Communication en langue vivante étrangère

● Culture générale et expression