

BTS NÉGOCIATION ET DIGITALISATION DE LA RELATION CLIENT (NDRC)

Diplôme d'État

RNCP 38368

DIPLÔMANTE

ÉLIGIBLE AU CPF



BTS NÉGOCIATION ET DIGITALISATION DE LA RELATION CLIENT (NDRC)

Préparez le diplôme d'État de niveau 5 "BTS - Négociation et digitalisation de la relation client" (RCNP38368)

RNCP 38368

FORMATION DIPLÔMANTE

16 À 24 MOIS

DURÉE

Durée estimée de l'action de formation : **1 350 heures en e-learning à distance**

PRÉREQUIS

Titre RNCP de **niveau 4** validé (niveau Bac)

CERTIFICATION

Diplôme d'État de niveau 5 "BTS - Négociation et digitalisation de la relation client" (RCNP38368).

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE

16 semaines effectives en milieu professionnel

ÉVALUATION

Tests en contrôle continu sur la plateforme en ligne durant la formation

EXAMENS

Épreuves écrites, pratiques et orales indépendantes les unes des autres ainsi qu'un dossier d'expérience professionnelle.



OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Gérer la relation client, de la prospection à la fidélisation
- Mettre en place des stratégies de négociation et de vente
- Animer un réseau de partenaires et de distributeurs
- Optimiser la relation client à distance via les outils digitaux
- Valoriser l'offre par l'animation commerciale on et offline
- Réaliser un diagnostic d'entreprise et proposer des solutions
- Exploiter les données commerciales pour booster la performance

PROGRAMME DE FORMATION

CULTURE GÉNÉRALE ET EXPRESSION

100 HEURES

COMMUNIQUER ORALEMENT

- Préparer un oral en interaction sur la base de documents
- Les questions - réponses sur la base de textes
- Argumenter ses réponses en démontrant ses connaissances culturelles
- Adapter son discours à son interlocuteur
- Préparer un oral en continu sur la base de documents
- L'analyse des documents et son développement
- Argumenter un développement en démontrant ses connaissances culturelles
- Adapter son discours à l'interlocuteur les différences avec l'interaction

EXPRESSION ÉCRITE ET ORALE

- Les accords
- La ponctuation
- L'importance de l'orthographe
- La structure et le plan
- Lier ses idées pour faire une progression
- Ce qui n'est pas clair pour vous ne le sera pas pour le lecteur
- La pertinence des arguments
- La variété des arguments, de la culture générale à l'exemple personnel

S'INFORMER, SE DOCUMENTER SUR UNE THÉMATIQUE PROPOSÉE

- Qu'est-ce qu'une bibliographie ?
- Savoir choisir une bibliographie en rapport avec le thème proposé
- L'utilisation des citations et des extraits
- Chercher de la documentation
- Eveiller sa curiosité
- Faire des liens avec le contexte, l'époque pour aller plus loin
- Organiser un outil d'acquisition de connaissances
- Le carnet de lecture
- La fiche de lecture

RÉALISER UNE PRODUCTION SUR LA BASE D'UNE REFLÉXION DOCUMENTÉE

- Les différents corpus qui sont proposés
- La notion de lien, le tableau de confrontation
- L'étude des documents en vue de trouver le sujet commun
- La compréhension et l'analyse d'un texte
- La compréhension et l'analyse d'une image
- Le choix des idées à retenir
- L'organisation des idées et la structure de la réponse
- La confrontation des documents
- Les arguments favorables ou contradictoires
- La structure
- Savoir donner son avis personnel
- Argumenter pour démontrer

ANGLAIS

120 HEURES

L'ENVIRONNEMENT PERSONNEL & PROFESSIONNEL

- Les tâches et activités quotidiennes de la maison
- Décrire sa famille
- Le génitif
- Les démonstratifs
- Les relations et les émotions
- Parler de ses collègues et sa hiérarchie
- Les adjectifs et pronoms possessifs
- Créer la cohésion
- Parler de sa ville, son quartier
- Décrire son lieu de travail

VIE PROFESSIONNELLE ET LA VIE AU BUREAU

- Les déterminants
- Traiter un retour client et gérer un mécontentement
- Écrire à un client
- Les comparatifs de supériorité et le superlatif
- Planifier son déplacement
- Compréhension orale : Faire des réservations
- Vocabulaire Accepter et refuser
- Donner des conseils avec must / should / could
- Vocabulaire - Décrire une expérience
- Prétérit

LES INDIVIDUS

- Se présenter professionnellement
- Cas pratique : Présenter un candidat
- Les pronoms personnels
- Les mots en wh
- Construire une question
- Exprimer ses préférences
- Les noms verbaux (ou gérondif)
- Cas pratique : Expliquer ce qu'on aime dans une offre d'emploi
- Les vêtements
- L'attitude et les émotions
- La vie privée et les réseaux sociaux
- L'accent tonique dans les mots
- Une semaine de travail type
- Heure et les différentes expressions du temps
- Donner le date
- Les adverbes de fréquence (1/2)
- Comment utiliser « CAN »
- Le present perfect pour parler de ses expériences
- Le rythme de la phrase

PRESENT YOUR COMPANY AND YOUR ROLE - DINING OUT

- Be + ing cours
- Asking questions
- Yourself
- Family, industry, job
- Sharing fun facts
- Company and structure
- Passive and active voice - cours
- Your industry
- Talking about your industry
- Talking about your role
- Invitations
- Accepting or declining with tact
- Restaurant reservations
- Hosting a meal
- Sharing opinions and preferences
- Role play
- Vocabulaire : réservations et commandes au restaurant
- Vocabulaire : payer l'addition et prendre congé

JOB HUNTING

- Expressing what you want or not
- Reviewing job announcements
- Job interview horror stories
- Job applications
- Salary negotiations – Role play
- Phonologie : Emphase Phonétique

LES MÉDIAS, LES RÉSEAUX ET LA DIGITALISATION

- Vocabulaire : Donner son avis
- Vocabulaire : Les réseaux sociaux
- Exprimer le futur
- Vocabulaire : Vente à distance et la digitalisation
- Dénombrables et indénombrables
- Vocabulaire : Emailing et ciblage
- Parler de soi
- Parler de sa routine quotidienne
- Raconter son week-end
- Raconter un évènement passé
- Décrire des gens
- Décrire un lieu
- Faire visiter sa maison
- Conseils et situations hypothétiques

BUSINESS MEETINGS AND PURCHASING

- Managing a meeting
- Managing interruptions
- Vocabulary
- Reported speech video
- Introducing phrasal verbs
- Business phrasal verbs
- Role play
- Types of shopper
- Shopping stores
- Shopping online
- Vocabulaire : online retail
- Purchasing tech equipment
- Past perfect video + notion
- Past perfect - cours
- Méthodologie - la compréhension écrite
- Leaving a review
- Probabilities

IN THE OFFICE VS WORKING FROM HOME

- Types of meeting
- Expressions for meeting up
- Striking up conversation
- Storytelling
- Small talk
- Phonologie : la monotongue, la diphtongue et la triptongue
- Telephone calls
- Starting and ending calls – Role play
- Phonologie : son "i" long et "court"
- Managing connection issues
- Managing disruptions
- Role play

L'INTÉGRATION DE L'ENTREPRISE DANS SON ENVIRONNEMENT

- Définition des agents économiques
- Définition et rôle du marché
- La loi de l'offre et de la demande
- Le rôle de la concurrence et les relations de coopération
- Les dysfonctionnements du marché : asymétrie d'information et barrières à l'entrée
- Comprendre la notion d'externalité
- La définition du contrat, des conditions de validation et de négociation
- L'exécution et l'inexécution du contrat
- Comprendre les finalités économiques, sociales et sociétales de l'entreprise
- Le rôle de la RSE
- Comprendre la notion de partie prenante et sa typologie
- Le processus de création d'entreprise, l'étude de marché et le business plan
- L'entrepreneur selon Schumpeter
- Définition et rôle du manager
- L'intrapreneuriat en entreprise
- Définition et typologie des performances de l'entreprise
- Efficacité, Efficience, Objectifs SMART
- Le tableau de bord en entreprise

L'ORGANISATION DE L'ACTIVITÉ DE L'ENTREPRISE

- Comprendre les notions de capital et travail
- La loi des rendements marginaux décroissants en courte période
- La structure des coûts de l'entreprise
- La productivité et les gains de productivité
- Comprendre la chaîne de valeur de Porter et la stratégie d'impartition
- Le choix de la structure juridique
- La responsabilité civile contractuelle et la responsabilité civile délictuelle
- Les styles de management
- Les styles de management selon Likert et selon Black et Mouton
- Les structures classiques de l'entreprise, les structures flexibles de l'entreprise, les mécanismes de coordination et les configurations structurelles de Mintzberg
- Comprendre la notion de ressource
- Les compétences et les compétences fondamentales de l'entreprise
- Les modes de financement classiques
- Les modes de financement alternatifs : le crowdfunding

LA RÉGULATION DE L'ACTIVITÉ ÉCONOMIQUE

- Les politiques économiques
- La croissance économique
- L'inflation
- Le chômage
- Propriété industrielle, pratiques anticoncurrentielles et pratiques de concurrence déloyale
- Analyse des facteurs clés de l'entreprise et des avantages concurrentiels (le PESTEL)
- L'innovation et l'entreprise
- Les différentes formes d'innovation en entreprise

L'IMPACT DU NUMÉRIQUE SUR L'ENTREPRISE

- La logique du déversement sectoriel
- La place de marché
- Les externalités de réseau
- Les changements majeurs : dématérialisation, désintermédiation, l'automatisation
- L'économie collaborative
- L'ubérisation de l'économie
- Le droit patrimonial
- Le droit moral
- Le rôle de la CNIL et de la CIL et La RGPD
- Le contrat électronique et le droit du commerce en ligne
- Comprendre la notion de système d'information, du PGI et du CRM
- Les nouveaux outils collaboratifs
- Le management collaboratif

LES MUTATIONS DU TRAVAIL

- Comprendre le fonctionnement du marché du travail
- Le chômage volontaire et involontaire
- Les solutions face au chômage selon les libéraux et les keynésiens
- Le contrat de travail (mise en forme et nullité)
- Les clauses du contrat
- Les types de contrat (CDI, CDD, Contrat interim)
- Obligations de l'employeur en matière de santé et sécurité au travail
- Le cas du harcèlement
- La modification du contrat de travail
- La rupture du contrat de travail
- La gestion prévisionnelle des emplois et des compétences
- La motivation et son importance en entreprise
- Les théories de la motivation (Maslow, Herzberg, Adams)

ANALYSER UN PORTEFEUILLE CLIENTS

- La notion de portefeuille clients
- L'analyse du portefeuille clients
- La valeur client
- Les outils pour mesurer la rentabilité d'un client
- Les indicateurs de performance commerciale
- La prévision des ventes
- Le plan de prospection
- Techniques et outils de scoring des prospects
- Les besoins et les motivations d'achat

DÉVELOPPER DES RÉSEAUX PROFESSIONNELS

- Le social selling
- Les outils numériques pour gérer son réseau
- Le networking

CRÉER ET MAINTENIR UNE RELATION CLIENT DURABLE

- La personnalisation de la relation client
- La fidélisation et l'engagement du client
- Le diagnostic des besoins client
- Le processus d'achat
- Mesurer la satisfaction client
- Gérer les réclamations clients
- La résolution des litiges
- Adapter la relation client au fil du temps
- Intégrer l'upselling et le cross-selling dans la stratégie commerciale

ORGANISER UN ÉVÈNEMENT COMMERCIAL

- Définition des objectifs et choix du type d'évènement
- Application de synthèse
- Planification et gestion logistique d'un évènement
- Organiser un évènement
- Application de synthèse
- Budgétisation et rentabilité des évènements commerciaux
- Anticipation des contraintes et gestion des imprévus
- Définir les rôles d'un animateur
- Stratégies pour une expérience immersive réussie

REMONTER, VALORISER ET PARTAGER L'INFORMATION

- La veille commerciale
- Respect des réglementations (RGPD)
- Les critères de qualité d'une donnée

IDENTIFIER DES CIBLES DE CLIENTÈLE

- Ciblage stratégique, segmentation marketing, persona client
- Emailing, phoning, réseaux sociaux, salons, inbound/outbound marketing
- Méthode CROC, entonnoir de questionnement, objection CRAC
- Sectorisation, mapping, optimisation des déplacements
- CRM, tableaux de bord, business intelligence
- Taux de transformation, coût d'acquisition, retour sur investissement
- Indicateurs clés, data visualisation, Excel, Power BI

NÉGOCIER ET VENDRE UNE SOLUTION ADAPTÉE AU CLIENT

- Les bases de la communication interpersonnelle
- Les différents styles de communication
- Développer l'intelligence émotionnelle
- Les étapes d'une négociation commerciale
- La négociation en présentiel
- La négociation en e-relation
- Les principes de persuasion dans la négociation commerciale
- Présenter et défendre le prix
- L'offre commerciale
- L'argumentaire de vente
- Ajuster l'offre selon les retours et attentes des clients
- Le risque client
- Les modes de règlement et de financement

EXPLOITER UN ÉVÈNEMENT COMMERCIAL

- Méthode de collecte de données
- Structurer un reporting d'évènement : contenus et formats
- Formuler des recommandations stratégiques
- Stratégies de nurturing pour transformer les leads en clients
- Présentation des outils CRM
- Automatisation des relances et personnalisation du suivi client
- Techniques de relance commerciale

- Analyse des tendances et insights
- Le système d'information commerciale
- Classer et hiérarchiser les informations
- Les outils de diffusion interne et externe

CRÉER ET ENTRETENIR LA RELATION CLIENT À DISTANCE

- La relation client
- Les différents types de relation client
- L'omnicanalité
- Externalisation VS Internalisation
- Externalisation
- Base de données
- La prospection sortante
- Le script de vente
- Les mails
- La prospection entrante
- Gestion des réclamations
- La réglementation

APPRÉCIER LA PERFORMANCE COMMERCIALE À PARTIR D'INDICATEURS D'ACTIVITÉ

- Indicateurs qualitatifs et quantitatifs
- Satisfaction client
- Les indicateurs de satisfaction client
- Tableau de bord

ENCADRER ET ANIMER UNE ÉQUIPE DE TÉLÉACTEURS

- Droit du travail
- Annonce d'emploi
- Motiver les téléacteurs
- Evaluer les téléacteurs

LA DIGITALISATION DE LA RELATION CLIENT

- La digitalisation
- Les enjeux stratégiques de la digitalisation pour une entreprise
- Enjeux de la digitalisation pour le client
- La réglementation et le digital
- Les pages obligatoires pour un site vitrine
- La visibilité

DÉFINIR SA STRATÉGIE MARKETING

- Les médias sociaux
- Mise en place de sa stratégie digitale
- Persona

LE SITE VITRINE

- Les enjeux d'un site vitrine
- Structuration du contenu
- L'arborescence
- Le référencement naturel
- Le référencement payant

LES RÉSEAUX SOCIAUX

- Les différents types de RS
- Les algorithmes
- SSI
- La création de contenu
- Anticiper les contenus
- Mesurer son engagement
- Les influenceurs
- Animation de la communauté
- Le community manager

LA E-RÉPUTATION

- La e-réputation
- Comment gérer sa e-reputation
- Bad buzz

LA NEWSLETTER

- Qu'est-ce qu'une newsletter
- Les règles à savoir
- Trame newsletter
- Marketing automation
- Evaluer l'efficacité de la newsletter

STRATÉGIES POUR AUGMENTER LES VENTES

- Les différentes stratégies
- L'expérience utilisateur UI/UX
- Le tunnel d'achat
- Structure du site e-commerce
- Animations commerciales
- Le marketing automation
- Le paiement

LES OUTILS POUR DIAGNOSTIQUER L'ACTIVITÉ DU E-COMMERCE

- Les KPI
- Le tableau de bord
- Analyser ses résultats

RÔLE ET IMPORTANCE DU RÉFÉRENCIEMENT EN GRANDE DISTRIBUTION ET CIRCUIT SPÉCIALISÉ

- Le marché de la grande distribution
- Le référencement dans la grande distribution et les circuits spécialisés
- Le contrat de référencement
- Suivre les accords de référencement

ANIMATIONS ET MARKETING

- Les techniques d'animations commerciales
- Les actions de trade marketing et les promotions
- L'étude du comportement du consommateur

PARTICIPER AU DÉVELOPPEMENT D'UN RÉSEAU DE PARTENAIRES

- La notion de partenaire
- La sélection du partenaire
- Le contrat de partenariat
- La fidélisation des partenaires

MOBILISER UN RÉSEAU DE PARTENAIRES ET ÉVALUER LES PERFORMANCES

- Les outils d'animation du réseau
- L'évaluation du réseau de partenaires
- Le tableau de bord et le reporting

RECRUTER ET FORMER DES VENDEURS À DOMICILE INDÉPENDANTS

- Canaux de recrutement
- Élaboration d'une offre attractive pour les vendeurs indépendants
- Techniques d'entretien
- Formation continue et montée en compétences des vendeurs
- L'évaluation des performances

IMPULSER UNE DYNAMIQUE DE RÉSEAU

- Alignement des objectifs commerciaux et des actions d'animation
- Développement d'une culture de réseau (esprit d'équipe, partage des best practices)
- Techniques de motivation des vendeurs
- Réglementation du secteur de la vente directe
- Gestion des réclamations clients

CENTRALE D'ACHAT ET NÉGOCIATION

- La centrale d'achat
- Négocier le référencement dans la grande distribution
- Le rôle du chef de secteur GMS et du merchandiser
- Négocier l'implantation de l'offre

DÉVELOPPER LA PRÉSENCE DANS LE RÉSEAU DE DISTRIBUTEURS

- Comprendre les relations producteurs-distributeurs
- La notion de coût et de marge
- La stratégie de distribution
- Les outils d'analyse concurrentielle
- Faire le diagnostic du rayon
- Etudier la zone de chalandise et la clientèle cible
- Les techniques d'argumentation et de persuasion
- La stratégie de développement du réseau
- Repérer les opportunités de référencement
- Le plan d'action commerciale

PROSPECTER, ORGANISER DES RENCONTRES ET VENDRE EN RÉUNION

- Le marché de la vente directe à domicile
- Le métier de vendeur à domicile indépendant
- La segmentation de la clientèle
- La prospection des hôtes
- Le développement du fichier client des conseillers
- Les outils pour recruter des hôtes
- Le CRM
- L'organisation et l'animation de la réunion
- La posture du conseiller
- L'argumentation du VDI et le traitement des objections
- Les techniques pour booster les ventes du VDI

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE



Pendant la formation, une période de 16 semaines en entreprise est requise pour valider le diplôme. Voici toutes les informations dont vous aurez besoin pour réaliser cette expérience dans les meilleures conditions.

LES STRUCTURES

ENTREPRISES DE COMMERCE

- Agences immobilières
- Concessionnaires automobiles
- Magasins spécialisés (sport, mode, électroménager, etc.)
- Boutiques physiques avec site e-commerce

PRESTATAIRES DE SERVICES

- Agences de communication ou marketing
- Banques, assurances, mutuelles
- Sociétés de téléphonie ou d'énergie
- Organismes de formation

STARTUPS / TPE / PME

LES MÉTIERS

- **CONSEILLER COMMERCIAL**
- **TECHNICO-COMMERCIAL**
- **CHARGÉ DE CLIENTÈLE**
- **TÉLÉVENDEUR /
TÉLÉCONSEILLER**
- **ANIMATEUR DES VENTES**
- **CHARGÉ(E) DE RELATION CLIENT**
- **ASSISTANT(E) COMMERCIAL(E)**
- **ASSISTANT(E) E-COMMERCE**
- **CHARGÉ(E) DE PROSPECTION
DIGITALE**
- **ATTACHÉ(E) COMMERCIAL(E)**

TYPES DE CONTRAT

- Stage conventionné
- Contrat à durée déterminée

DURÉE

- 16 semaines
- Réalisable en plusieurs fois (8 semaines la 1ère année et 8 semaines la 2ème)

LES MISSIONS À RÉALISER

- Prospecter de nouveaux clients (téléphone, email, terrain)
- Préparer et mener des rendez-vous de vente
- Suivre un portefeuille clients et gérer les relances
- Animer une campagne commerciale ou promotionnelle
- Participer à la gestion d'un site e-commerce
- Créer du contenu pour les réseaux sociaux ou une newsletter
- Utiliser un CRM pour suivre la relation client
- Réaliser une enquête de satisfaction ou une étude de marché

VOTRE EXPÉRIENCE



Notre plateforme d'apprentissage en ligne a été conçue pour vous offrir une formation fluide et interactive. Avec des supports variés et un accès simplifié, vous progressez à votre rythme et dans les meilleures conditions.

LES SUPPORTS PÉDAGOGIQUES



COURS VIDÉO DE HAUTE QUALITÉ

Plongez dans nos cours vidéo de haute qualité, disponibles 24h/24 pour un apprentissage efficace et une expérience d'apprentissage enrichissante.



EXERCICES ET CAS PRATIQUES

Mettez en pratique ce que vous avez appris avec nos exercices et cas pratiques conçus pour renforcer votre compréhension et affiner vos compétences.



SUPPORTS ÉCRITS TÉLÉCHARGEABLES

Accédez à un condensé des informations des vidéos grâce à nos supports écrits téléchargeables, permettant une révision efficace où que vous soyez.



QUIZ EN FIN DE MODULE

Mesurez votre compréhension avec nos quiz en fin de module, conçus pour vous auto-évaluer et valider efficacement vos acquis.



WEBINAIRES DE FORMATION

Enrichissez votre expérience d'apprentissage avec nos webinaires interactifs ! Profitez de discussions et de conseils enrichissants pour élargir vos connaissances.



SAYNÈTES ET MISES EN SITUATION

Découvrez la réalité du métier à travers nos saynètes et mises en situation, et plongez dans des expériences concrètes pour affiner vos compétences.

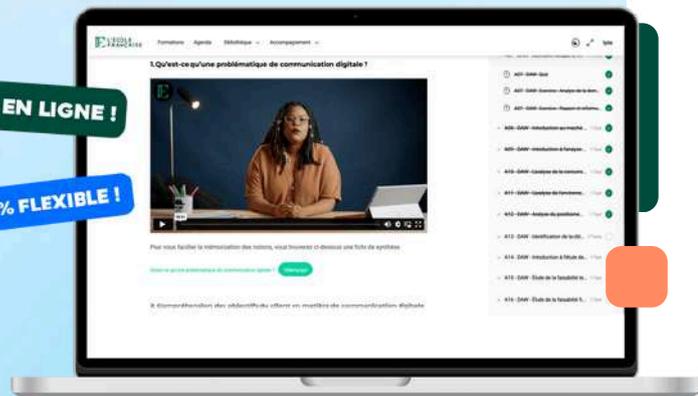
LA PLATEFORME DE FORMATION

- Accessible 24h/24 et 7j/7
- Facile à prendre en main
- Suivi de la progression
- Possibilité de replay
- Prise de rendez-vous intégrée

VOTRE RÉUSSITE COMMENCE ICI !

100% EN LIGNE !

100% FLEXIBLE !



L'ACCOMPAGNEMENT



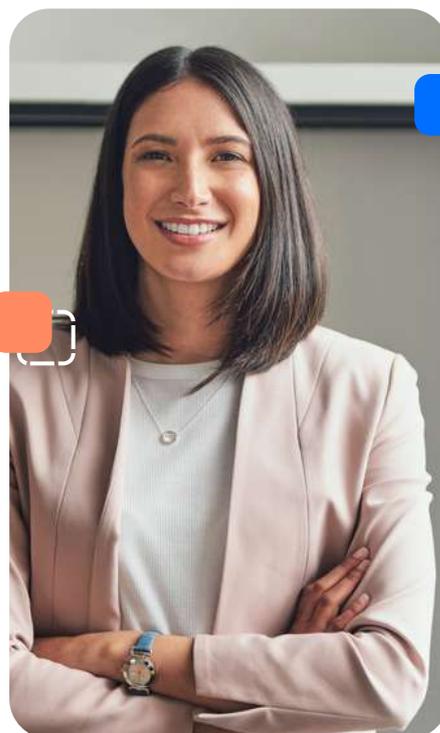
Découvrez l'accompagnement sur mesure de L'École Française conçu pour garantir votre réussite et faciliter votre parcours de formation.

VOTRE MENTOR DÉDIÉ : UN PROFESSIONNEL DU SECTEUR

- **Conseils pro** : Vous partage des conseils et astuces basés sur une riche expérience dans le domaine
- **Évolution des compétences** : Revient sur les notions clés et donne des explications détaillées
- **Boost de motivation** : Écoute et encourage pour surmonter les moments de doute et de challenge
- **Orientation carrière** : Informe et conseille pour aider à définir et à réaliser les objectifs professionnels
- **Retours continus** : Vous fait des retours réguliers et constructifs pour optimiser l'apprentissage

SES MISSIONS :

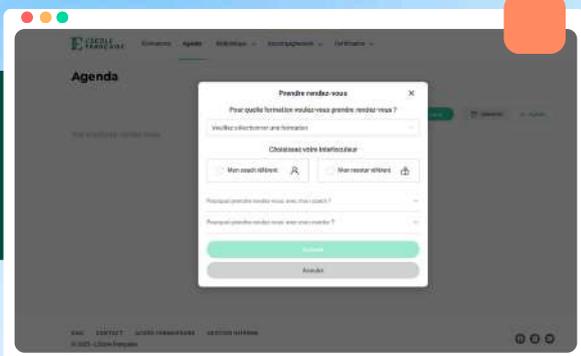
Vous projeter dans la réalité du secteur et partager des conseils clés pour réussir professionnellement



VOTRE RENDEZ-VOUS EN 1 CLIC

- Depuis l'onglet Agenda
- Sur le créneau qui vous convient
- Avec le mentor de votre choix
- Pour répondre à toutes vos questions
- Et bien plus encore !

VOTRE SÉANCE INDIVIDUELLE VOUS ATTEND



LES EXAMENS



À la fin de la formation, le candidat passe le BTS NDRC en candidat libre dans un centre désigné par le Rectorat. L'inscription, obligatoire via l'application Cyclades, se fait entre octobre et novembre de l'année précédente, avec dépôt des justificatifs avant la date fixée par chaque Académie.

LES ÉPREUVES DE MATIÈRES GÉNÉRALES

UE1 Culture générale et expression - Épreuve écrite : 4h

- **Objectif** : Évaluer la capacité de l'apprenant à comprendre et analyser un texte ainsi qu'à produire un écrit structuré et argumenté.
- **Déroulement** :
 - Partie 1 : Compréhension et analyse de documents.
 - Partie 2 : Production écrite sous forme d'un essai argumenté en lien avec une thématique d'actualité.

UE2 Communication en langue vivante étrangère - Épreuve orale : 30 minutes de préparation + 30 minutes d'épreuve

- **Objectif** : Évaluer la capacité de l'apprenant à comprendre une langue vivante étrangère écrite et à s'exprimer de manière claire et professionnelle à l'oral.
- **Déroulement** : L'épreuve se compose d'une évaluation de la compréhension écrite et d'une interaction orale en lien avec une situation professionnelle.

UE3 Culture économique, juridique et managériale - Épreuve écrite : 4 heures

- **Objectif** : Apprécier la capacité de l'apprenant à mobiliser les compétences acquises pour éclairer des problématiques de gestion d'entreprise à travers un questionnement croisant les champs disciplinaires économique, juridique et managérial.
- **Déroulement** : L'épreuve repose sur une étude de cas sous forme de dossier et une série de questions permettant une analyse approfondie des thématiques abordées.

LES ÉPREUVES DE SPÉCIALISATION

UE4 Relation client et négociation-vente - Épreuve orale : 40 minutes de préparation + 40 minutes d'épreuve orale

- **Objectif** : Évaluer les compétences de l'apprenant en développement de clientèle, négociation, vente et accompagnement de la relation client, animation de la relation client et veille et expertise commerciale.
- **Déroulement** : L'épreuve est une mise en situation professionnelle orale sur la base d'un dossier faisant référence aux situations professionnelles vécues ou observées par le candidat.

LES EXAMENS



À la fin de la formation, le candidat passe le BTS NDRC en candidat libre dans un centre désigné par le Rectorat. L'inscription, obligatoire via l'application Cyclades, se fait entre octobre et novembre de l'année précédente, avec dépôt des justificatifs avant la date fixée par chaque Académie.

UE5 Relation client à distance et digitalisation - Épreuve écrite (3 heures) + Épreuve pratique (40 minutes)

- **Objectif** : Vérifier la capacité de l'apprenant à gérer la relation client à distance, la e-relation client et la vente en e-commerce.
- **Déroulement** : L'épreuve comporte une étude de cas sur la gestion d'une relation client omnicanale et une évaluation pratique sur l'utilisation des outils numériques et la communication digitale.

UE6 Relation client et animation de réseaux - Épreuve orale : 30 minutes + dossier professionnel

- **Objectif** : Apprécier la capacité du candidat à analyser le contexte commercial et réaliser le diagnostic d'un réseau, à mettre en œuvre des actions d'animation de ce réseau et à analyser le résultat des actions menées auprès des différentes cibles.
- **Déroulement** : L'épreuve consiste en une présentation et un entretien portant sur les expériences de l'apprenant en matière de gestion et d'animation de réseaux professionnels.

ÉVALUATION DE L'EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE

L'étudiant est évalué sur sa capacité à :

- Analyser un portefeuille clients et cibler efficacement la prospection.
- Maîtriser la négociation et adapter ses techniques aux situations commerciales.
- Collecter des informations commerciales fiables et proposer des actions cohérentes avec la stratégie de l'entreprise.
- Utiliser efficacement les outils de communication à distance et personnaliser la relation client.
- Assurer un reporting rigoureux, suivre les indicateurs de performance et optimiser les actions commerciales.
- Animer un réseau de partenaires, développer les ventes, valoriser les produits, et respecter la réglementation et l'éthique commerciale.

NOS OFFRES

	BASE	PREMIUM
Accès exclusif au groupe Facebook réservé aux apprenants	✓	✓
Conférences spécialisées pour développer votre employabilité	✓	✓
Masterclass interactives animées en direct	✓	✓
Fiches synthèse et supports de cours PDF téléchargeables	✓	✓
Annales, examens blancs et conseils de révision	✓	✓
Cours vidéos engageants avec des formateurs experts	✓	✓
Accès à nos modules de coaching carrière	✓	✓
Accès illimité aux contenus et leurs mises à jour à vie	✗ Limité à 3 ans	✓
Coaching personnalisé jusqu'à la certification	✓	✓
Séances privées illimitées* de mentorat avec un expert	Limité à 24 séances	✓
<small>*à raison de 1 séance/jour pendant 2 ans</small>		
TARIFS	145.75€ pendant 24 mois soit 3 499€ au total Éligible à la prise en charge	166.63€ pendant 24 mois soit 3 999€ au total Éligible à la prise en charge

LES POINTS CLÉS



ACCOMPAGNEMENT

Coaching personnalisé

Profitez de l'accompagnement 100% sur mesure pour avancer sereinement dans votre formation.

Mentorat illimité

Profitez de séances privées avec un expert du secteur. Corrections d'exercices, révisions, projet professionnel, il vous guide vers la réussite.

Service client prioritaire

Un problème ? Une question ? Un besoin ? Obtenez une réponse dans les plus brefs délais par mail ou par téléphone.



COMPÉTENCES

Cours vidéo accessibles à vie

Accédez à vos contenus de formation en illimité et l'ensemble de leurs mises à jour à vie

Préparation aux examens

Annales, examens blancs, conseils, obtenez votre diplôme dans les meilleures conditions.

Approche pratique

Entraînez-vous grâce aux nombreux exercices, quiz et cas pratiques disponibles



ÉCHANGES

Communauté d'apprenants

Rejoignez notre groupe Facebook privé pour échanger avec les autres apprenants et profitez d'actualités sur votre formation.



Notre communauté d'apprenant sur Facebook



EXPERTISE

Conférence spécialisées

Profitez de l'accompagnement 100% sur mesure pour avancer sereinement dans votre formation.

Masterclass interactives

Vivez des moments d'échanges avec un professionnel du secteur autour de thématiques clés en lien avec votre formation.

LES FINANCEMENTS

Pour faciliter l'accès à nos formations, **plusieurs financements** sont à votre disposition. **Vous pouvez choisir de financer votre formation par :**

- Carte bancaire en mensualités
- Votre entreprise grâce à son Plan de Formation ou son
- Opérateur de compétences
- Les organismes publics comme France Travail
- Votre Compte Personnel de Formation (CPF)



LE SECTEUR

LES ENJEUX ACTUELS

Face à l'évolution constante **des marchés et des comportements d'achat**, les enjeux du commerce intègrent **la maîtrise des tendances actuelles** et la capacité à instaurer **une relation client de confiance**. Ces éléments sont déterminants pour construire une stratégie commerciale efficace et pérenne.

→ Évolution des attentes clients

L'ère moderne voit les consommateurs devenir de plus en plus exigeants en matière de personnalisation et de réactivité des marques. Ils recherchent des expériences d'achat sur-mesure et des interactions plus humaines, même en ligne.

OPPORTUNITÉ

Se différencier en offrant des expériences client exceptionnelles, renforçant ainsi la fidélité et augmentant la valeur à vie du client.

→ Automatisation et nouvelles technologies

La transformation digitale entraîne une intégration croissante des technologies d'automatisation dans le commerce. Ces outils promettent d'améliorer l'efficacité, de réduire les coûts et d'offrir des expériences client plus fluides.

OPPORTUNITÉ

Ces innovations technologiques permettent d'optimiser les processus, mais aussi de devancer la concurrence en offrant des services novateurs.

→ Durabilité et responsabilité sociale

De plus en plus, les consommateurs tiennent compte des impacts environnementaux et sociaux de leurs achats. La durabilité est devenue un critère de choix majeur et les entreprises sont tenues de faire preuve de responsabilité éthique.

OPPORTUNITÉ

Les marques qui intègrent des pratiques durables et responsables dans leurs stratégies commerciales ont l'occasion de capter un marché croissant de consommateurs conscients et engagés, renforçant ainsi leur image et leur positionnement.



LES GRANDES LIGNES

Responsabilités diverses :

- Étude de marché
- Gestion de portefeuilles
- Négociation commerciale
- Suivi des ventes
- Mise en place de stratégies de vente

Cadre professionnel : Entreprises de toutes tailles, boutiques, plateformes e-commerce.

Compétences requises :

- Connaissance des marchés
- Techniques de vente
- Suivi clientèle et fidélisation
- Analyse de données
- Capacités relationnelles

Perspectives de carrière :

Postes de responsable commercial, manager de ventes ou directeur des opérations commerciales

LES MÉTIERS

COMMERCIAL TERRAIN

RÉMUNÉRATION : 1 700-2 700€ NET/MOIS

Développe le portefeuille clients d'une zone géographique en menant des actions de prospection, de négociation et de vente sur le terrain, en contact direct avec les clients.

CHARGÉ DE CLIENTÈLE

RÉMUNÉRATION : 1 900-3 000€ NET/MOIS

Assure le suivi et la fidélisation d'un portefeuille clients, en répondant à leurs besoins, en proposant des solutions adaptées et en garantissant leur satisfaction sur le long terme.

CONSEILLER COMMERCIAL

RÉMUNÉRATION : 1 500-2 800€ NET/MOIS

Accueille, conseille et vend des produits ou services, en identifiant les besoins du client et en apportant des réponses personnalisées pour conclure la vente.

ANIMATEUR DES VENTES

RÉMUNÉRATION : 1 700-3 500€ NET/MOIS

Dynamise les points de vente ou les réseaux de distribution en mettant en place des actions commerciales, en formant les équipes et en valorisant les produits pour stimuler les ventes.

LES CHIFFRES DU RECRUTEMENT

+70 000 PROJETS DE RECRUTEMENT

Le secteur du commerce est un secteur porteur avec +70 000 offres disponibles sur le site de France Travail couvrant l'ensemble de la France.

RÉMUNÉRATION

La rémunération dans le secteur du commerce est extrêmement variable puisqu'elle repose principalement sur les performances des commerciaux.

POURSUITE D'ÉTUDES

Le BTS NDRC est une excellente porte d'entrée vers le monde professionnel, mais il offre aussi de nombreuses opportunités de poursuite d'études pour approfondir ses compétences et accéder à des postes à plus haute responsabilité.

BACHELOR COMMERCE

- Prérequis : Bac +2
- Durée : 12 mois
- Niveau obtenu : Bac +3



Modalités

Modalités d'assistance du stagiaire lors de la séquence de formation réalisée à distance

1- Les compétences et les qualifications des personnes chargées d'assister le bénéficiaire de la formation :

Florence Tersiguel :

Master of Science in Management – Kedge Business School, spécialisation Marketing Management, Directrice de la formation de L'École Française, accompagnée de son équipe pédagogique.

Alexandre Tirman :

Directeur des consultants pédagogiques de L'École Française, assisté d'une équipe de conseillers experts métiers dédiés par parcours de formation.

2- Les modalités techniques selon lesquelles le stagiaire est accompagné ou assisté, les périodes et les lieux mis à sa disposition pour s'entretenir avec les personnes chargées de l'assister ou les moyens dont il dispose pour contacter ces personnes

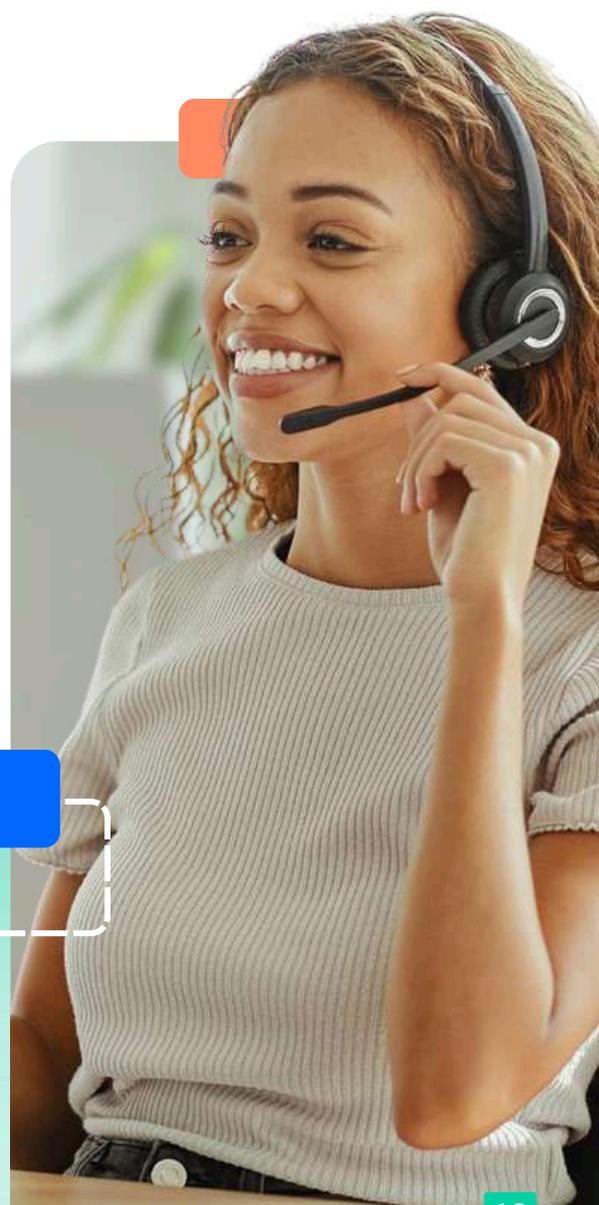
Pendant toute la durée de la formation, le stagiaire est accompagné dans tous les cas via la messagerie intégrée à la plateforme e-learning de L'École Française.

Il peut également solliciter un accompagnement technique ou pédagogique par e-mail à l'adresse : support@lecolefrancaise.fr. Le stagiaire peut solliciter un ou plusieurs rendez-vous personnalisés avec un professionnel expert via la plateforme Calendly intégrée dans la plateforme e-learning.

Les professionnels experts disposent des qualités suivantes : fibre pédagogique, aisance orale, écrite et relationnelle, expertise métier.

3- Les délais dans lesquels les personnes en charge de son suivi sont tenues de l'assister en vue du bon déroulement de l'action, lorsque cette aide n'est pas apportée de manière immédiate.

Dans tous les cas, une assistance sera apportée au stagiaire dans un délai maximal de 7 jours après l'envoi d'un e-mail à l'adresse suivante : support@lecolefrancaise.fr



ÉVALUATION DES RÉSULTATS ET MODALITÉS DE SUIVI DE L'ACTION DE FORMATION

Chaque complétion d'un chapitre (ex. : cours vidéo) de la plateforme de formation à distance est enregistrée et conservée dans la base de données MySQL de la plateforme. Un rapport nominatif peut être édité à tout moment pour vérifier l'assiduité et la complétion des chapitres, et suivre l'exécution de l'action.

Au cours de la réalisation de la séquence de l'action de formation à distance, les acquis des stagiaires seront évalués grâce à différents tests en ligne (quiz type QCM, étude de cas, mise en situation, etc.).

Des e-mails de relance pourront également être adressés au Stagiaire, lorsque celui-ci n'aura pas exécuté la totalité de l'action de formation.



MODALITÉS DE SANCTION DE L'ACTION DE FORMATION

1- Certificateur et certification professionnelle

- **Certificateur : MINISTRE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA RECHERCHE**
- **Titre certifié : BTS - Négociation et digitalisation de la relation client (RNCP38368) Niveau 5.**

2- Modalités d'inscription aux épreuves du bloc de compétences de la certification professionnelle

A l'issue de votre formation, le candidat présente en candidat libre l'examen BTS Négociation et Digitalisation de la Relation Client (NDRC) dans un centre sélectionné par le Rectorat de sa région.

Les inscriptions aux examens se font généralement entre octobre N-1 et Novembre N-1 pour des épreuves qui se dérouleront entre Mai et Juin de l'année N.

Les inscriptions se font exclusivement en ligne via l'application Cyclades. Pour que l'inscription soit définitive, il est nécessaire de téléverser toutes les pièces justificatives requises sur l'espace candidat Cyclades avant une échéance du mois de Novembre N-1 (fixé chaque année par chaque Académie).

3- Modalités d'évaluation lors des épreuves

La certification est composée de 6 blocs de compétences. Chaque bloc comporte une épreuve écrite et/ou orale indépendante les unes des autres. Une épreuve d'évaluation de l'expérience professionnelle complète les examens.

Vous retrouverez le détail des épreuves par bloc de compétences ainsi que leur durée à la page 12.

4- Document délivré après le passage du bloc de la certification professionnelle

Le candidat obtient le Brevet de Technicien Supérieur (BTS) "Négociation et Digitalisation de la Relation Client"

Celui-ci est valable à vie

ACCESSIBILITÉ HANDICAP

Nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap physique à la condition qu'elles puissent utiliser un ordinateur, une tablette et/ou un smartphone.

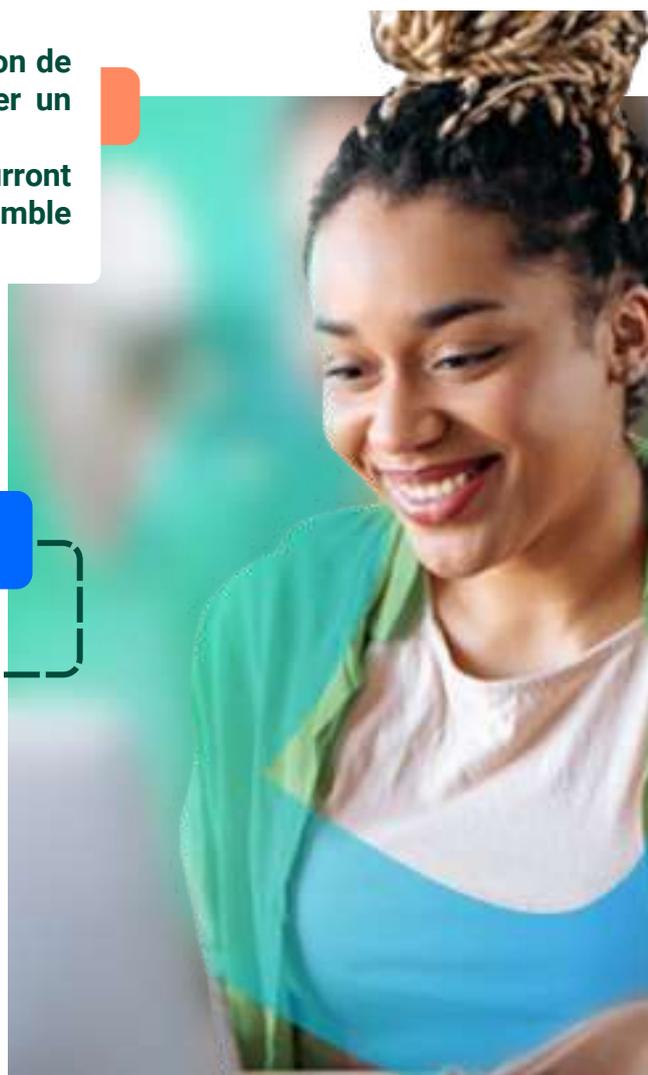
Les personnes malentendantes et malvoyantes ne pourront toutefois pas bénéficier de manière autonome de l'ensemble des services proposés :

Les personnes malentendantes ne pourront pas exploiter l'audio de nos contenus vidéo et les formats podcast quand ils sont proposés, ni bénéficier des rendez-vous téléphoniques avec nos mentors.

Resteront accessibles : les visuels de nos contenus vidéos, nos supports de formation écrits (qui, selon le type de formation choisie, peuvent couvrir plus de 80 % des contenus vidéo) et la réalisation des quiz en ligne nécessaires à la réalisation de la formation.

Les personnes malvoyantes ne pourront pas exploiter les visuels de nos contenus vidéos et nos supports de formation écrits, ni réaliser les quiz en ligne sans être accompagnées.

Resteront accessibles : l'audio de nos contenus vidéo, les formats podcast quand ils sont proposés et les rendez-vous téléphoniques avec nos mentors.



EF L'ÉCOLE FRANÇAISE



lecolefrancaise.fr

