

BUT Techniques de Commercialisation

Parcours business développement et management de la relation client

Code diplôme : 25131202

CFA UNION
8 boulevard Dubreuil
91400 ORSAY
contact@cfa-union.org / www.cfa-union.org

Mobilité internationale du CFA UNION



SOMMAIRE

Vos contacts	P.2
Les dates clefs de la formation	P.3
Présentation du diplôme :	
- Objectifs de la formation	P.4
- Compétences acquises	P.5
- Modalités d'organisation	P.6
- Modalités d'évaluation du diplôme	P.8
- Durée de la formation	P.8
Le programme	P.9
Le calendrier d'alternance	P.10
Les moyens humains	P.11
Fiche RNCP	P.12

VOS CONTACTS

• Contacts Pédagogiques

Responsables de la formation :

Géralde BIDEAU

geralde.bideau@universite-paris-saclay.fr

Tél : 06.95.17.72.16

Secrétariat pédagogique :

Valérie LHOSTE

valerie.lhoste@universite-paris-saclay.fr

Lieu de la formation : IUT de Sceaux

8 avenue Cauchy 91170 SCEAUX

• Contacts CFA

Conseiller formation : gestionnaire contrat d'apprentissage

Mélanie TAUPIN 01.69.15.35 10

melanie.taupin@cfa-union.org

Service financier :

Hanane AABOU 01.69.15.35.24 / 06.07.59.68.87

hanane.aabou@cfa-union.org

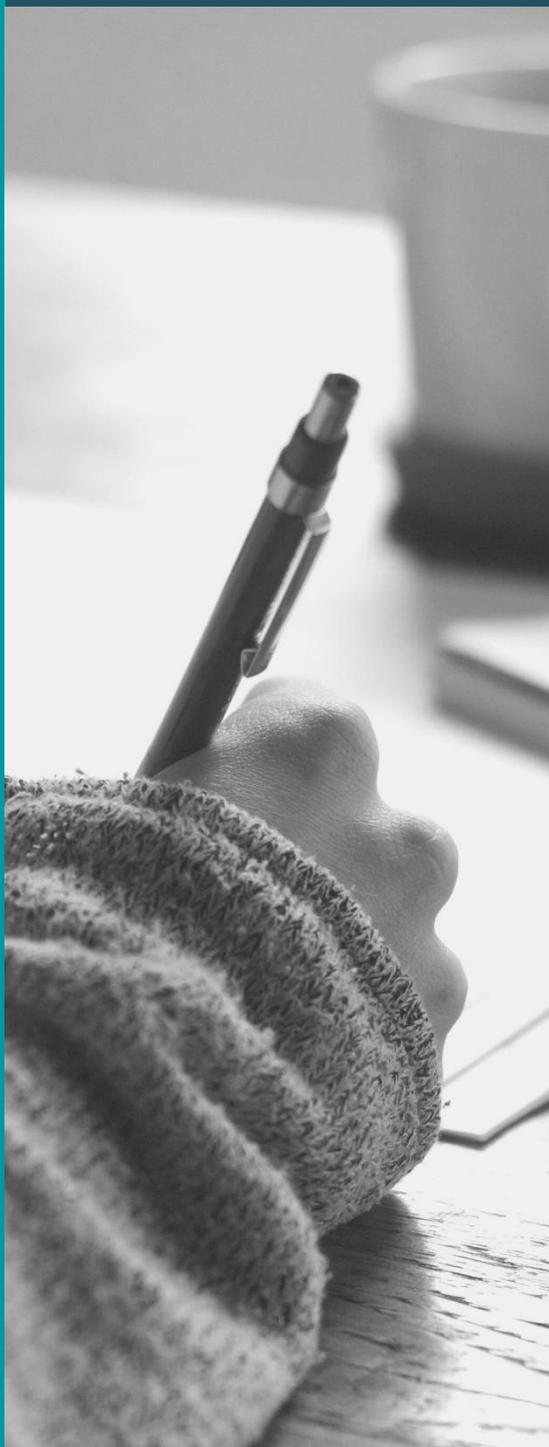
Référent handicap :

Anna TOTH 01.69.15.35 12

anna.toth@cfa-union.org

Adresse postale :

CFA UNION - 8 boulevard Dubreuil – 91400 ORSAY



DATES CLEFS DE LA FORMATION



- **Recrutement**

Sont admissibles : les étudiants de BUT2 en techniques de commercialisation qui remplissent les conditions d'un passage en BUT3, les étudiants venant d'autres cursus dont la demande d'équivalences a été acceptée et/ou qui auront reçu un avis favorable de la commission d'admission « passerelle » ou commission *ad hoc*.

Sont admis : les étudiants admissibles qui signent un contrat d'alternance avec une entreprise ou une organisation. Les missions attribuées à l'alternant devront correspondre au descriptif de la formation. Ces missions devront avoir été validées par le responsable de formation. L'alternant retenu devra enfin satisfaire à toutes les demandes administratives liées à son inscription dans la formation pour que son admission soit définitive.

- Date de la formation : 08/09/2023 au 06/09/2024

- Réunion d'information destinée aux stagiaires : fin octobre 2023

Date de la rentrée universitaire : 08/09/2023

Présentation du diplôme

➤ Objectifs de la formation :

Le Bachelor Universitaire de Technologie Techniques de Commercialisation forme de futurs cadres intermédiaires capables d'intervenir dans toutes les étapes de la commercialisation d'un bien ou d'un service.

Le parcours « Business développement et management de la relation client » vise à former les étudiants au développement de l'activité commerciale tout en veillant à la satisfaction client pour bâtir une relation durable. Dans le cadre de l'adaptation locale, ce parcours permet également de former les étudiants à des spécificités sectorielles, celles de la bancassurance essentiellement.

➤ **Les compétences attestées :**

• **Conduire des actions marketing :**

- en analysant avec des outils pertinents les contextes économiques, juridiques, commerciaux et financiers
- en évaluant de manière adaptée les principaux acteurs de l'offre sur le marché
- en quantifiant la demande et en appréciant le comportement du consommateur
- en analysant avec les outils appropriés les compétences et les ressources de l'entreprise
- en élaborant un mix adapté à la cible et positionné par rapport aux concurrents
- en adoptant une posture citoyenne, éthique et écologique.

• **Vendre une offre commerciale :**

- en respectant l'ordre des étapes de la négociation commerciale et une démarche éthique.
- en élaborant les documents commerciaux adaptés à la situation commerciale et dans le respect de la réglementation
- en utilisant de façon efficace des indicateurs de performance fixés par l'organisation
- en prospectant à l'aide d'outils adaptés -en adaptant sa communication verbale et non verbale à la situation commerciale.

• **Communiquer sur l'offre commerciale :**

- en élaborant une stratégie de communication en cohérence avec le mix
- en utilisant les outils de la communication commerciale adaptés à la demande et aux contraintes de l'organisation
- en produisant des supports de communication efficaces et qualitatifs
- en respectant la réglementation en vigueur.

• **Participer à la stratégie marketing et commerciale de l'organisation :**

- en identifiant les opportunités de développement les plus prometteuses
- en manquant efficacement les équipes commerciales
- en élaborant une offre adaptée au contexte sectoriel du client.

• **Manager la relation client :**

- en développant une culture partagée de service client
- en pilotant la satisfaction et l'expérience client tout au long du parcours dans une perspective durable
- en valorisant le portefeuille client par l'exploitation des données client dans le respect de la réglementation.

➤ **Modalités d'organisation de la formation**

Alternance d'une semaine en entreprise / une semaine en centre de formation (hors périodes de vacances scolaires qui sont prioritairement des semaines en entreprise et hors congés légaux ou jours chaumés). Ce rythme d'alternance inclut 5 jours de révisions minimum sur l'ensemble de la formation en alternance. Il est susceptible de modifications à la marge.

La formation s'organise autour :

Semestre 5 :

		ECTS
UE 5.1	Marketing : Conduire les actions marketing	8
UE 5.2	Vente : Vendre une offre commerciale	8
UE 5.4	Business développement : Participer à la stratégie marketing et commerciale de l'organisation	7
UE 5.5	Relation client : Manager la relation client	7

		UE5.1	UE5.2	UE5.4	UE5.5	ID
R5.01	Stratégie d'entreprise 1	X				16
R5.02	Négocier dans des contextes spécifiques-1		X			16
R5.03	Financement et régulation de l'économie	X				12
R5.04	Droit des activités commerciales 2	X	X			12
R5.05	Analyse financière	X	X			12
R5.06	Anglais appliqué au commerce-5	X	X	X	X	12
R5.07	LVB appliquée au commerce 5	X	X	X	X	12
R5.08	Expression Communication Culture 5	X	X			16
R5.09	PPP-5	X	X	X	X	8
R5.BDMRC.10	RCN appliquées au business développement et au management de la relation client			X	X	12
R5.BDMRC.11	Développement des pratiques managériales			X		20
R5.BDMRC.12	Management de la valeur client			X	X	20
R5.BDMRC.13	Marketing des services			X	X	24
R5.BDMRC.14	Pilotage de l'équipe commerciale			X		20
SAF5.SMF.01	Mise en oeuvre et pilotage de la stratégie client d'une entreprise	X	X	X	X	64
Portfolio	Portfolio					16
TOTAL						292
Heures projets tuteurés						100

Semestre 6 :

		ECTS
UE 6.1	Marketing : Conduire les actions marketing	5
UE 6.2	Vente : Vendre une offre commerciale	5
UE 6.4	Business développement : Participer à la stratégie marketing et commerciale de l'organisation	10
UE 6.5	Relation client : Manager la relation client	10

		UE6.1	UE6.2	UE6.4	UE6.5	ID
R6.01	Stratégie d'entreprise 2	X				12
R6.02	Négocier dans des contextes spécifiques 2		X			12
R6.BDMRC.03	Management des comptes-clés (KAM)			X		16
R6.BDMRC.04	Nouveaux comportements des clients				X	12
Portfolio	Portfolio	X	X	X	X	16
	Adaptation locale					0
	Stage BDMRC ou activité entreprise	X	X	X	X	16
TOTAL						84
Heures projets tuteurés						100

➤ **Modalités d'évaluation et de sanction du diplôme**

Chaque ressource ou SAÉ est évaluée en contrôle continu. La note finale est obtenue par une combinaison d'épreuves écrites et orales (individuelles ou collectives). Le nombre d'épreuves, leurs formats, ainsi que leurs coefficients sont précisés en début de chaque séquence.

➤ **Durée de la formation /an**

BUT 3 FA : 416h en 1 an (376 d'enseignement classique + 40 heures d'encadrement de projets)

Ce nombre d'heures d'enseignement comprend les heures d'enseignement classiques à quoi s'ajoute la proportion des heures de projets tutorés qui donnent lieu à un enseignement encadré en présentiel.

Programme simplifié de la formation

Parcours DMRC

BLOC

BCC1 (UE5.1 UE6.1)	Pour construire une solution client étendue à tous les secteurs d'activités
BCC2 (UE5.2 UE6.2)	Pour mener une vente complexe
BCC4 (UE5.4 UE6.4)	Pour agir en tant que responsable de l'équipe commerciale
BCC5 (UE5.5 UE6.5)	Pour agir en tant que responsable de l'équipe relation client

		ECTS
UE5.1	Marketing Conduire les actions marketing	8
UE5.2	Vente Vendre une offre commerciale	8
UE5.4	Business Développement Participer à la stratégie marketing et commerciale et l'organisation	7
UE5.5	Relation client Manager la relation client	7

		ECTS
UE6.1	Marketing Conduire les actions marketing	5
UE6.2	Vente Vendre une offre commerciale	5
UE6.4	Business Développement Participer à la stratégie marketing et commerciale et l'organisation	10
UE6.5	Relation client Manager la relation client	10

Les moyens

- L'équipe pédagogique

Sur demande

BUT - Techniques de Commercialisation : Business développement et management de la relation client

N° de fiche
RNCP35357

Nomenclature du niveau de qualification : Niveau 6

Code(s) NSF :

- 312 : Commerce, vente
- 312p : Gestion des échanges commerciaux
- 312t : Négociation et vente
-

Formacode(s) :

- 34554 : commerce
- 41054 : banque assurance
- 34573 : action commerciale
- 34037 : satisfaction client
- 34076 : gestion relation client
-

Date d'échéance de l'enregistrement : 31-08-2026

CERTIFICATEURS

Nom légal	SIRET	Nom commercial	Site internet
MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR DE LA RECHERCHE ET DE L'INNOVATION	11004401300040	-	-
CY CERGY PARIS UNIVERSITE	13002597600015	IUT de Cergy-Pontoise	https://cyiut.cyu.fr/
UNIV PARIS XIII PARIS-NORD VILLETANEUSE	19931238000017	IUT de Saint-Denis	https://iutsd.univ-paris13.fr/
UNIV POLYTECHNIQUE HAUTS-DE-FRANCE	19593279300019	IUT de Valenciennes	http://www.uphf.fr/IUT/
UNIVERSI AVIGNON ET DES PAYS DE VAUCLU	19840685200204	IUT d'Avignon	https://iut.univ-avignon.fr/
UNIVERSITE AMIENS PICARDIE JULES VERNE	19801344300017	IUT d'Amiens	https://www.iut-amiens.fr/
UNIVERSITE AMIENS PICARDIE JULES VERNE	19801344300017	IUT de l'Aisne	https://iut-aisne.u-picardie.fr/
UNIVERSITE AMIENS PICARDIE JULES VERNE	19801344300017	IUT de l'Oise	https://iut-oise.u-picardie.fr/
UNIVERSITE BREST BRETAGNE OCCIDENTALE	19290346600014	IUT de Quimper	https://www.univ-brest.fr/iut-quimper/
UNIVERSITE CLAUDE BERNARD LYON 1	19691774400019	IUT Lyon 1	https://iut.univ-lyon1.fr/
UNIVERSITE CLERMONT AUVERGNE	13002277500014	IUT Clermont Auvergne	https://iut.uca.fr/

UNIVERSITE D'ARTOIS	19624401600016	IUT de Lens	http://www.iut-lens.univ-artois.fr/
UNIVERSITE D'EVRY VAL D'ESSONNE	19911975100014	IUT d'Evry Val d'Essonne	http://www.iut-evry.fr/
UNIVERSITE D'AIX MARSEILLE	13001533200013	IUT d'Aix-Marseille	https://iut.univ-amu.fr/
UNIVERSITE D'ANGERS	19490970100303	IUT d'Angers-Cholet	https://www.univ-angers.fr/
UNIVERSITE DE BESANCON	19251215000363	IUT de Belfort-Montbéliard	http://www.iut-bm.univ-fcomte.fr/
UNIVERSITE DE BORDEAUX	13001835100010	IUT de Bordeaux	https://www.iut.u-bordeaux.fr
UNIVERSITE DE BRETAGNE SUD	19561718800600	IUT de Vannes	https://www.iutvannes.fr/
UNIVERSITE DE CAEN NORMANDIE	19141408500016	IUT Grand Ouest Normandie	http://iut-grand-ouest-normandie.unicaen.fr/
UNIVERSITE DE HAUTE ALSACE	19681166500013	IUT de Colmar	http://www.iutcolmar.uha.fr/
UNIVERSITE DE LIMOGES	19870669900321	IUT du Limousin	https://www.iut.unilim.fr/
UNIVERSITE DE LORRAINE	13001550600012	IUT de Metz	http://iut-metz.univ-lorraine.fr/
UNIVERSITE DE LORRAINE	13001550600012	IUT de Thionville-Yutz	http://iut-thionville-yutz.univ-lorraine.fr/
UNIVERSITE DE LORRAINE	13001550600012	IUT Epinal - Hubert Curien	https://iut-epinal.univ-lorraine.fr/
UNIVERSITE DE LORRAINE	13001550600012	IUT Nancy-Charlemagne	https://iut-charlemagne.univ-lorraine.fr/
UNIVERSITE DE MONTPELLIER	13002054800017	IUT de Montpellier - Sète	https://iut-montpellier-sete.edu.umontpellier.fr
NANTES UNIVERSITE	13002974700016	IUT de Saint-Nazaire	https://iut-sn.univ-nantes.fr/
UNIVERSITE DE PARIS	13002573700011	IUT de Paris - Rives de Seine	https://iutparis-seine.u-paris.fr/
UNIVERSITE DE PAU ET DU PAYS DE L'ADOUR	19640251500239	IUT de Bayonne et du Pays Basque	https://www.iutbayonne.univ-pau.fr/
UNIVERSITE DE LA ROCHELLE	19170032700015	IUT de La Rochelle	https://www.iut-larochelle.fr/
UNIVERSITE DE POITIERS	19860856400375	IUT d'Angoulême	https://iut-angouleme.univ-poitiers.fr/
UNIVERSITE PAUL SABATIER TOULOUSE III	19311384200010	IUT Paul Sabatier	https://iut.univ-tlse3.fr/
UNIVERSITE DE POITIERS	19860856400375	IUT de Poitiers-Niort-Châtelleraut	https://iutp.univ-poitiers.fr/
UNIVERSITE DE RENNES I	19350936100013	IUT de Saint-Brieuc	https://iut-stbrieuc.univ-rennes1.fr
UNIVERSITE DE ROUEN NORMANDIE	19761904200017	IUT de Rouen	http://iutrouen.univ-rouen.fr/
UNIVERSITE DE ROUEN NORMANDIE	19761904200017	IUT d'Evreux	http://iutevreux.univ-rouen.fr/
UNIVERSITE DE STRASBOURG	13000545700010	IUT Robert Schuman	https://iutrs.unistra.fr/
UNIVERSITE CLERMONT AUVERGNE	13002277500014	IUT Clermont Auvergne	https://iut.uca.fr/

UNIVERSITE DE TOULON	19830766200017	IUT de Toulon	https://iut.univ-tln.fr/
UNIVERSITE DIJON BOURGOGNE	19211237300019	IUT de Dijon	https://iutdijon.u-bourgogne.fr/www/
UNIVERSITE DIJON BOURGOGNE	19211237300019	IUT du Creusot	https://iutlecreusot.u-bourgogne.fr/
UNIVERSITE D'ORLEANS	19450855200677	IUT de l'Indre	https://www.univ-orleans.fr/fr/iut-indre
UNIVERSITE DU LITTORAL COTE D OPALE	19594403800205	IUT du Littoral Côte d'Opale	http://www.iut.univ-littoral.fr/
UNIVERSITE GRENOBLE ALPES	13002139700091	IUT de Valence	https://www.iut-valence.fr/
UNIVERSITE GRENOBLE ALPES	13002139700091	IUT 2 de Grenoble	https://iut2.univ-grenoble-alpes.fr/
UNIVERSITE JEAN MONNET SAINT ETIENNE	19421095100456	IUT de Roanne	https://iut-roanne.univ-st-etienne.fr
UNIVERSITE JEAN MONNET SAINT ETIENNE	19421095100456	IUT de Saint-Etienne	https://www.iut.univ-st-etienne.fr
UNIVERSITE LE HAVRE NORMANDIE	19762762300121	IUT Le Havre	https://www-iut.univ-lehavre.fr/
UNIVERSITE PARIS EST CRETEIL VAL DE MARNE	19941111700013	IUT de Sénart/Fontainebleau	https://www.iutsf.u-pec.fr/
UNIVERSITE PARIS EST CRETEIL VAL DE MARNE	19941111700013	IUT de Créteil-Vitry	https://iut.u-pec.fr/
UNIVERSITE GUSTAVE EIFFEL	13002612300013	IUT de Marne la Vallée	http://iut.u-pem.fr/
UNIVERSITE PARIS-SACLAY	13002602400054	IUT de Sceaux	https://www.iut-sceaux.universite-paris-saclay.fr/
UNIVERSITE PAUL SABATIER TOULOUSE III	19311384200010	IUT de Tarbes	https://www.iut-tarbes.fr/
UNIVERSITE SAVOIE MONT BLANC	19730858800015	IUT d'Annecy	https://www.iut-acy.univ-smb.fr/
UNIVERSITE TOULOUSE II	19311383400017	IUT de Figeac	https://iut-figeac.univ-tlse2.fr/
UNIVERSITE VERSAILLES ST QUENTIN YVELINE	19781944400013	IUT de Vélizy-Rambouillet	https://www.iut-velizy-rambouillet.uvsq.fr/
UNIVERSITE DE LILLE	13002975400012	IUT C - Roubaix	http://iut-c.univ-lille.fr/
UNIVERSITE DE REIMS CHAMPAGNE-ARDENNE	19511296600799	IUT de Troyes	https://www.iut-troyes.univ-reims.fr/
UNIVERSITE COTE D'AZUR	13002566100013	IUT de Nice Côte d'Azur	https://iut.univ-cotedazur.fr/

RESUME DE LA CERTIFICATION

Objectifs et contexte de la certification :

Le titulaire du Bachelor Universitaire de Technologie Techniques de Commercialisation intervient dans toutes les étapes de la commercialisation d'un bien ou d'un service : de l'étude de marché à la vente en passant par la stratégie marketing, la communication commerciale, la négociation et la relation client. Il couvre les secteurs d'activités en lien avec les métiers de la vente, du marketing et de la communication. Il est polyvalent, autonome et évolutif.

Le titulaire du BUT Techniques de commercialisation business développement et management de la relation client est un spécialiste de la relation commerciale qu'il exerce au sein de tout type d'entreprise industrielle, commerciale et de service.

Activités visées :

Conduite des actions marketing :

- en situation de développement d'un produit
- en situation de développement d'un service
- en situation de développement d'une activité non marchande.

Vente d'une offre commerciale :

- en situation de vente en B to C
- en situation de vente en B to B.

Communication de l'offre commerciale :

- en situation de communication de l'offre en tant qu'annonceur
- en situation de communication de l'offre en tant qu'agence de communication.

Participation à la stratégie marketing et commerciale de l'organisation:

- en situation d'activité commerciale en B to B
- en situation d'activité commerciale en B to C.

Management de la relation client :

- en situation d'activité commerciale en B to B
- en situation d'activité commerciale en B to C.

Compétences attestées :

Conduire des actions marketing :

- en analysant avec des outils pertinents les contextes économiques, juridiques, commerciaux et financiers
- en évaluant de manière adaptée les principaux acteurs de l'offre sur le marché
- en quantifiant la demande et en appréciant le comportement du consommateur
- en analysant avec les outils appropriés les compétences et les ressources de l'entreprise
- en élaborant un mix adapté à la cible et positionné par rapport aux concurrents
- en adoptant une posture citoyenne, éthique et écologique.

Vendre une offre commerciale :

- en respectant l'ordre des étapes de la négociation commerciale et une démarche éthique.
- en élaborant les documents commerciaux adaptés à la situation commerciale et dans le respect de la réglementation
- en utilisant de façon efficace des indicateurs de performance fixés par l'organisation
- en prospectant à l'aide d'outils adaptés -en adaptant sa communication verbale et non verbale à la situation commerciale.

Communiquer sur l'offre commerciale :

- en élaborant une stratégie de communication en cohérence avec le mix
- en utilisant les outils de la communication commerciale adaptés à la demande et aux contraintes de l'organisation
- en produisant des supports de communication efficaces et qualitatifs
- en respectant la réglementation en vigueur.

Participer à la stratégie marketing et commerciale de l'organisation :

- en identifiant les opportunités de développement les plus prometteuses
- en manquant efficacement les équipes commerciales
- en élaborant une offre adaptée au contexte sectoriel du client.

Manager la relation client :

- en développant une culture partagée de service client
- en pilotant la satisfaction et l'expérience client tout au long du parcours dans une perspective durable
- en valorisant le portefeuille client par l'exploitation des données client dans le respect de la réglementation.

Compétences transversales :

Se servir du numérique :

-en utilisant les outils numériques de référence et les règles de sécurité informatique pour acquérir, traiter, produire et diffuser de l'information ainsi que pour collaborer en interne et en externe

Exploiter les données à des fins d'analyse :

- en identifiant, sélectionnant et analysant avec esprit critique diverses ressources dans son domaine de spécialité pour documenter un sujet et synthétiser ces données en vue de leur exploitation
- en analysant et synthétisant des données en vue de leur exploitation -en développant une argumentation avec esprit critique .

S'exprimer et communiquer à l'écrit et à l'oral :

- en se servant aisément des différents registres d'expression écrite et orale de la langue française -en communiquant par oral et par écrit, de façon claire et non-ambiguë, en français et dans au moins une langue étrangère.

Agir en responsabilité au sein d'une organisation professionnelle :

- en situant son rôle et sa mission au sein d'une organisation pour s'adapter et prendre des initiatives.
- en respectant les principes d'éthique, de déontologie et de responsabilité environnementale.
- en travaillant en équipe et en réseau ainsi qu'en autonomie et responsabilité au service d'un projet.
- en analysant ses actions en situation professionnelle, s'autoévaluer pour améliorer sa pratique.

Se Positionner vis à vis d'un champ professionnel :

- en identifiant et situant les champs professionnels potentiellement en relation avec les acquis et la mention ainsi que les parcours possibles pour y accéder
- en caractérisant et valorisant son identité, ses compétences et son projet professionnel en fonction d'un contexte
- en identifiant le processus de production, de diffusion et de valorisation des savoirs.

Modalités d'évaluation :

Validation des compétences par évaluation orale, écrite et pratique lors de mises en situation professionnelle (rédaction et réalisation de rapports, plans, schémas, études techniques, exposé oral de présentation d'équipement ou de procédé, mise en situation sur des pilotes et en stage et projet, études de cas, évaluation du travail réalisé en stage et projet)

BLOCS DE COMPETENCES

N° et intitulé du bloc	Liste de compétences	Modalités d'évaluation
RNCP35357BC01 Conduire les actions marketing	<ul style="list-style-type: none"> -Analyser l'environnement d'une entreprise en repérant et appréciant les sources d'informations (fiabilité et pertinence) -Mettre en œuvre une étude de marché dans un environnement simple -Choisir une cible et un positionnement en fonction de la segmentation du marché -Concevoir une offre cohérente et éthique en termes de produits, de prix, de distribution et de communication -Diagnostiquer l'environnement en appréhendant les enjeux sociaux et écologiques -Mettre en œuvre une étude de marché dans un environnement complexe -Mettre en place une stratégie marketing dans un environnement complexe -Concevoir un mix étendu pour une offre complexe -Mettre en place des outils de veille pour anticiper les évolutions de l'environnement -Elaborer une stratégie marketing dans un environnement instable (sanitaire, économique ou 	Validation des compétences par évaluation orale, écrite et pratique lors de mises en situation professionnelle (rédaction et réalisation de rapports, plans, schémas, études techniques - exposé oral de présentation d'équipement ou de procédé - mise en situation sur des pilotes et en stage et projet, études de cas, évaluation du travail réalisé en stage et projet)

	<p>interne)</p> <ul style="list-style-type: none"> -Faire évoluer l'offre à l'aide de leviers de création de valeur -Intégrer la RSE dans la stratégie de l'offre 	
<p>RNCP35357BC02</p> <p>Vendre une offre commerciale</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Préparer un plan de découverte qui permette de profiler le client et découvrir ses besoins -Concevoir un argumentaire de vente qui permette de proposer une solution adaptée aux besoins du client -Concevoir des OAV efficaces -Evaluer la performance commerciale au moyen d'indicateurs -Recourir aux techniques adaptées à la démarche de prospection -Recourir aux codes d'expression spécifiques et professionnels -Convaincre en exprimant avec empathie l'offre en termes d'avantages personnalisés -Négocier le prix : défendre, valoriser l'offre en percevant les stratégies d'achat -Maîtriser les éléments juridiques et comptables de l'offre -Utiliser les OAV (feuille de calcul, supports d'argumentation...) à bon escient pour convaincre -Organiser le suivi de ses résultats pour gagner en performance au sein de l'équipe commerciale -Prendre en compte les enjeux de la fonction achat pour la performance économique de l'entreprise -Identifier les techniques d'achat employées par un acheteur professionnel -Elaborer des outils de gestion et de calcul efficaces (facture, échéancier, devis) pour la vente complexe -Maîtriser les codes propres à l'univers spécifique rencontré : achat, finance, industrie, international, etc 	<p>Validation des compétences par évaluation orale, écrite et pratique lors de mises en situation professionnelle (rédaction et réalisation de rapports, plans, schémas, études techniques - exposé oral de présentation d'équipement ou de procédé - mise en situation sur des pilotes et en stage et projet, études de cas, évaluation du travail réalisé en stage et projet)</p>
<p>RNCP35357BC03</p> <p>Communiquer l'offre commerciale</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Identifier les cibles et objectifs de communication en tenant compte de la cohérence du mix -Analyser de manière pertinente les moyens de communication commerciale (médias, hors médias, médias sociaux) -Elaborer des supports simples (Imprimé Sans Adresse, affiches, dossier de sponsoring,...) -Analyser les indicateurs post campagne (impact, efficacité) -Elaborer une stratégie de communication adaptée au brief agence -Etablir une stratégie de moyens en utilisant les indicateurs de choix des supports -Proposer un plan de com 360° en élaborant les supports et en veillant à leur efficacité -Mettre en œuvre une stratégie digitale : blog, réseaux sociaux, influenceurs, en mesurant leurs performances et en veillant à l'e-reputation. 	<p>Validation des compétences par évaluation orale, écrite et pratique lors de mises en situation professionnelle (rédaction et réalisation de rapports, plans, schémas, études techniques - exposé oral de présentation d'équipement ou de procédé - mise en situation sur des pilotes et en stage et projet, études de cas, évaluation du travail réalisé en stage et projet).</p>
<p>RNCP35357BC04</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Réaliser un diagnostic avant la mise en place d'actions commerciales 	<p>Validation des compétences par évaluation orale, écrite et pratique</p>

<p>Participer à la stratégie marketing et commerciale de l'organisation</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Mesurer l'importance du choix des cibles commerciales -Travailler en équipe tout en respectant le rôle de chacun -Adapter l'offre à une demande client -Mettre en œuvre la stratégie marketing et commerciale au sein de l'équipe -Fédérer les équipes autour de la réussite des objectifs marketing et commerciaux -Co-construire une offre en collaboration avec les parties prenantes concernées (externes et internes). 	<p>lors de mises en situation professionnelle (rédaction et réalisation de rapports, plans, schémas, études techniques - exposé oral de présentation d'équipement ou de procédé - mise en situation sur des pilotes et en stage et projet, études de cas, évaluation du travail réalisé en stage et projet).</p>
<p>RNCP35357BC05 Manager la relation client</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Intégrer la satisfaction client dans la réussite de la relation commerciale et la réputation de l'entreprise -Piloter sa relation client au moyen d'indicateurs -Traiter les réclamations client pour optimiser l'activité -Exploiter de façon pertinente les outils de la relation client -Asseoir la réussite de la relation client sur la cohérence globale de l'organisation (outils, processus, communication, structure organisationnelle...) -Optimiser l'expérience client par la mise en place d'un processus d'amélioration continue -Contribuer à la diffusion de la culture client au sein de l'organisation -Faire évoluer les outils de la relation client. 	<p>Validation des compétences par évaluation orale, écrite et pratique lors de mises en situation professionnelle (rédaction et réalisation de rapports, plans, schémas, études techniques - exposé oral de présentation d'équipement ou de procédé - mise en situation sur des pilotes et en stage et projet, études de cas, évaluation du travail réalisé en stage et projet</p>
<p>RNCP35357BC06 Usages numériques</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Utiliser les outils numériques de référence et les règles de sécurité informatique pour acquérir, traiter, produire et diffuser de l'information ainsi que pour collaborer en interne et en externe. 	<p>Contrôle continu intégral mobilisant notamment des mises en situation professionnelle à partir desquelles est demandée une démarche autoréflexive et de démonstration des compétences acquises</p>
<p>RNCP35357BC07 Exploitation de données à des fins d'analyse</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Identifier, sélectionner et analyser avec esprit critique diverses ressources dans son domaine de spécialité pour documenter un sujet et synthétiser ces données en vue de leur exploitation. -Analyser et synthétiser des données en vue de leur exploitation. -Développer une argumentation avec esprit critique. 	<p>Contrôle continu intégral mobilisant notamment des mises en situation professionnelle à partir desquelles est demandée une démarche autoréflexive et de démonstration des compétences acquises</p>
<p>RNCP35357BC08 Expression et communication écrites et orales</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Se servir aisément des différents registres d'expression écrite et orale de la langue française. -Communiquer par oral et par écrit, de façon claire et non-ambiguë, dans au moins une langue étrangère 	<p>Contrôle continu intégral mobilisant notamment des mises en situation professionnelle à partir desquelles est demandée une démarche autoréflexive et de démonstration des compétences acquises</p>

<p>RNCP35357BC09</p> <p>Action en responsabilité au sein d'une organisation professionnelle</p>	<p>Situer son rôle et sa mission au sein d'une organisation pour s'adapter et prendre des initiatives -Respecter les principes d'éthique, de déontologie et de responsabilité environnementale -Travailler en équipe et en réseau ainsi qu'en autonomie et responsabilité au service d'un projet - Analyser ses actions en situation professionnelle, s'autoévaluer pour améliorer sa pratique</p>	<p>Contrôle continu intégral mobilisant notamment des mises en situation professionnelle à partir desquelles est demandée une démarche autoréflexive et de démonstration des compétences acquises</p>
<p>RNCP35357BC10</p> <p>Positionnement vis-à-vis d'un champ professionnel</p>	<p>Caractériser et valoriser son identité, ses compétences et son projet professionnel en fonction d'un contexte - Identifier le processus de production, de diffusion et de valorisation des savoirs</p>	<p>demandée une démarche autoréflexive et de démonstration des compétences acquises</p>

Description des modalités d'acquisition de la certification par capitalisation des blocs de compétences et/ou par équivalence :

L'intégralité de la certification s'obtient par la validation de tous les blocs de compétences.

SECTEUR D'ACTIVITE ET TYPE D'EMPLOI

Secteurs d'activités :

Le titulaire d'un BUT Techniques de Commercialisation Business développement et management de la relation client exerce son activité dans toutes les organisations qui gèrent des relations clients en B to B et /ou B to C. Les secteurs d'activités sont multiples tels que : banque, assurance, immobilier, tourisme, distribution, agroalimentaire, cosmétique, textile, automobile.

C : Banque, assurance, immobilier

D : Commerce, vente et grande distribution

M: Support d'entreprise

Type d'emplois accessibles :

Débutant :

- Chargé(e) de clientèle,
- Chargé (e) de clientèle e-commerce,
- Adjoint (e) service clients,
- Technico-commercial (e),
- Commercial(e),
- Téléconseiller(e),
- Business développer,

Après 3 ans

- Manager relation client,
- Directeur (trice) commercial(e),
- Responsable service relation client,
- Cadre commercial,
- Responsable commercial (e)

Code(s) ROME :

- D1402 - Relation commerciale grands comptes et entreprises
- M1704 - Management relation clientèle
- M1705 - Marketing
- E1103 – Communication

Références juridiques des réglementations d'activité :

VOIES D'ACCES

Le cas échéant, prérequis à la validation des compétences :

Validité des composantes acquises :

Voie d'accès à la certification	Oui	Non	Composition des jurys
---------------------------------	-----	-----	-----------------------

Après un parcours de formation sous statut d'élève ou d'étudiant	X		Jury présidé par le directeur de l'IUT et comprenant les chefs de départements, pour au moins la moitié des enseignants-chercheurs et enseignants, et pour au moins un quart et au plus la moitié de professionnels en relation étroite avec la spécialité concernée, choisies dans les conditions prévues à l'article 612-1 du code de l'éducation
Après un parcours de formation continue	X		Jury présidé par le directeur de l'IUT et comprenant les chefs de départements, pour au moins la moitié des enseignants-chercheurs et enseignants, et pour au moins un quart et au plus la moitié de professionnels en relation étroite avec la spécialité concernée, choisies dans les conditions prévues à l'article 612-1 du code de l'éducation.
En contrat de professionnalisation	X		Jury présidé par le directeur de l'IUT et comprenant les chefs de départements, pour au moins la moitié des enseignants-chercheurs et enseignants, et pour au moins un quart et au plus la moitié de professionnels en relation étroite avec la spécialité concernée, choisies dans les conditions prévues à l'article 612-1 du code de l'éducation
Par candidature individuelle		X	-
Par expérience	X		Jury présidé par le directeur de l'IUT et comprenant les chefs de départements, pour au moins la moitié des enseignants-chercheurs et enseignants, et pour au moins un quart et au plus la moitié de professionnels en relation étroite avec la spécialité concernée, choisies dans les conditions prévues à l'article 613-4 du code de l'éducation.
En contrat d'apprentissage	X		Jury présidé par le directeur de l'IUT et comprenant les chefs de départements, pour au moins la moitié des enseignants-chercheurs et enseignants, et pour au moins un quart et au plus la moitié de professionnels en relation étroite avec la spécialité concernée, choisies dans les conditions prévues à l'article 612-1 du code de l'éducation.
	Oui	Non	
Inscrite au cadre de la Nouvelle Calédonie	X		
Inscrite au cadre de la Polynésie française	X		

LIENS AVEC D'AUTRES CERTIFICATIONS PROFESSIONNELLES, CERTIFICATIONS OU HABILITATIONS

Lien avec d'autres certifications professionnelles, certifications ou habilitations : Oui
Certifications professionnelles, certifications ou habilitations en équivalence au niveau européen ou international :

Certifications professionnelles enregistrées au RNCP en équivalence :

N° de la fiche	Intitulé de la certification professionnelle reconnue en équivalence	Nature de l'équivalence (totale, partielle)
RNCP2927	DUT Techniques de commercialisation	partielle

Liens avec des certifications et habilitations enregistrées au Répertoire spécifique :

BASE LEGALE

Référence des arrêtés et décisions publiés au Journal Officiel ou au Bulletin Officiel (enregistrement au RNCP, création diplôme, accréditation...) :

Date du JO / BO	Référence au JO / BO
12-12-2019	Arrêté du 6 décembre 2019 portant réforme de la licence professionnelle
-	Université Côte d'Azur, arrêté du : 15/07/2021

Date d'effet de la certification	01-09-2021
Date d'échéance de l'enregistrement	31-08-2026

POUR PLUS D'INFORMATIONS

Statistiques :

Lien internet vers le descriptif de la certification :

Le certificateur n'habilite aucun organisme préparant à la certification

Référentiel d'activité, de compétences et d'évaluation :

[Référentiel d'activité, de compétences et d'évaluation](#)