



**Brevet de Technicien Supérieur**  
**Niveau de formation III**

# **NEGOCIATION ET DIGITALISATION DE LA RELATION CLIENT**

## **PLAN DE FORMATION**

- ◆ Durée de formation : 2 années
  
- ◆ **CHAMP D'ACTIVITE DU TECHNICIEN SUPERIEUR NDRC** :.....page 3
  
- ◆ **DISCIPLINES ENSEIGNEES** : .....page 6
  - Culture générale et expression
  - Langue vivante étrangère : expression orale anglaise
  - Culture Economique, Juridique et Managériale (CEJM)
  - Relation client et négociation vente
  - Relation client à distance et digitalisation
  - Relation client et animation de réseaux
  - Ateliers de professionnalisation
  
- ◆ **REGLEMENT D'EXAMEN** : .....page 14

# CHAMP D'ACTIVITE DU TECHNICIEN SUPERIEUR NDRC

Commercial généraliste, capable d'exercer dans tous les secteurs d'activités et dans tout type d'organisation, avec tout type de clientèle (B to B, B to C, B to G), le titulaire du BTS NDRC est un expert de la relation client considérée sous toutes ses formes et dans toute sa complexité.

Dans le cadre d'une stratégie omnicanal, vous saurez :

- gérer de multiples points de contact pour installer une plus grande proximité avec vos clients
- traduire les exigences de plus en plus élevées de vos clients en solutions adaptées ce qui vous permettra d'instaurer des relations durables de confiance.

## ◆ PROFIL

### ➤ AUTONOMIE ET RESPONSABILITE

Le titulaire de ce BTS doit être capable d'assumer pleinement la responsabilité et le suivi de ses actions et des clients :

- Prise de décision en fonction du marché, de la politique de l'entreprise et des offres et pratiques de la concurrence
- Organisation de son travail et éventuellement celui de son équipe
- Suivi des résultats et des objectifs
- Gestion de son temps et de son budget

### ➤ MAITRISE DES TECHNOLOGIES

- Utilisation quotidienne des technologies de l'information et de la communication
- Recherche de productivité commerciale accrue

### ➤ APTITUDES PERSONNELLES

- Curiosité, persévérance, motivation, mobilité et disponibilité
- Esprit d'équipe, d'initiative et de créativité (dans les limites de l'autonomie dont il dispose)
- Gestion du stress inhérent à son travail

## ◆ COMPETENCES DEVELOPPEES

### Fonction 1 : VENTE ET GESTION DE LA RELATION CLIENT

#### CREATION ET DEVELOPPEMENT DE CLIENTELES

- Repérage et qualification des prospects, évaluation des potentiels et segmentation
- Elaboration et mise en œuvre de plans de prospection
- Budgétisation
- Planification et contrôle de l'efficacité

#### NEGOCIATION – VENTE

- Préparation de la négociation par collecte et analyse d'informations
- Choix et mise en œuvre d'une démarche de négociation et d'un plan de vente individualisé
- Elaboration, avec client, d'une solution commerciale
- Négociation de l'accord, mise en place de la solution

- Evaluation de l'efficacité de la négociation à court et moyen terme
- Suivi des affaires

#### CREATION DURABLE DE VALEUR DANS LA RELATION CLIENT

- Analyse et évaluation des clientèles : potentiel, rentabilité et risque
- Conception et mise en place d'actions de fidélisation (maintien, renouvellement, expansion) ou de reconquête
- Recherche et mise en œuvre des modalités de collaboration ou de partenariat
- Evaluation de l'efficacité des actions en terme de création de valeur

### **Fonction 2 : PRODUCTION D'INFORMATIONS COMMERCIALES**

#### INTEGRATION DU SYSTEME D'INFORMATION COMMERCIALE

- Mise en œuvre et respect des procédures d'accès et de contrôle du système d'information
- Repérage des différents acteurs du réseau de communication et de leurs rôles
- Appréciation de la dimension commerciale de l'information
- Maîtrise des ressources technologiques et de leurs évolutions

#### GESTION DE L'INFORMATION COMMERCIALE

- Capture de l'information dans une démarche de veille commerciale
- Analyse, tri et formulation d'informations pertinentes
- Remontée ciblée de données relatives au marché et au client
- Utilisation systématique de l'information commerciale dans la relation client

#### CONTRIBUTION A L'AMELIORATION DU SYSTEME D'INFORMATION COMMERCIALE

- Evaluation de l'efficacité du système d'information en termes de productivité commerciale
- Appréciation de l'impact du système d'information sur le comportement professionnel
- Recherche de solutions alternatives et formulation de propositions

### **Fonction 3 : ORGANISATION ET MANAGEMENT DE L'ACTIVITE COMMERCIALE**

#### PILOTAGE DE L'ACTIVITE COMMERCIALE

- Mise en œuvre du système d'objectifs et de rémunération
- Mise en place d'une organisation individuelle et/ou collective (découpage des secteurs et/ou du portefeuille clients-projets)
- Planification de l'activité commerciale
- Formation, animation de l'équipe par motivation, stimulation et soutien
- Détection et gestion des dysfonctionnements

#### EVALUATION DE LA PERFORMANCE COMMERCIALE

- Mise en place et utilisation d'indicateurs qualitatifs et quantitatifs de mesure de la performance
- Evaluation du degré d'atteinte des objectifs et analyse des résultats
- Evaluation individuelle et collective des compétences
- Formulation de propositions pour améliorer le fonctionnement de l'équipe commerciale
- Bilan d'activité

#### PARTICIPATION A LA CONSTITUTION ET A L'ORGANISATION DE L'EQUIPE COMMERCIALE

- Définition des missions, profils et statuts adaptés
- Confrontation des besoins aux compétences disponibles
- Mise en place de la structure de l'équipe commerciale interne
- Choix et mise en place d'une organisation et d'une communication interne
- Choix et mise en œuvre des modalités de recrutement et de formation
- Suivi des carrières

### **Fonction 4 : MISE EN ŒUVRE DE LA POLITIQUE COMMERCIALE**

#### DECLINAISON DE L'OFFRE COMMERCIALE DANS SES DIFFERENTES DIMENSIONS

- Repérage de la marge de manœuvre autorisée par la politique commerciale
- Analyse des opportunités/contraintes
- Analyse du portefeuille clients/prospects
- Adaptation des objectifs commerciaux
- Ajustement de l'offre par sélection d'avantages concurrentiels significatifs

#### MISE EN ŒUVRE ET CONTROLE DU PLAN D' ACTIONS COMMERCIALES

- Choix et planification des opérations dans un cadre budgétaire défini
- Déclinaison des objectifs par opération
- Allocation des moyens humains, matériels et financiers
- Mise en œuvre et contrôle des opérations

#### PARTICIPATION A L'EVOLUTION DE LA POLITIQUE COMMERCIALE

- Propositions de modification des objectifs et de l'allocation des ressources afférentes
- Propositions de modification de l'offre commerciale dans des dimensions produit, prix, communication, distribution

# DISCIPLINES ENSEIGNEES

Durée : 2 années

## **BTS Négociation et Digitalisation de la Relation Client**

- \* Culture Générale et expression
- \* Langue vivante étrangère
- \* Culture Economique, Juridique et Managériale (CEJM)
- \* Relation client et négociation vente
- \* Relation client à distance et digitalisation
- \* Relation client et animation de réseaux
- \* Ateliers de professionnalisation

## **CULTURE GENERALE ET EXPRESSION**

La culture générale et expression a pour objectif de vérifier l'aptitude du commercial à communiquer avec efficacité dans la vie courante et la vie professionnelle. Le commercial doit avoir une connaissance suffisante de la langue (vocabulaire et syntaxe) et une capacité à analyser et à synthétiser avec exactitude la pensée d'autrui.

Plusieurs exercices seront abordés pour réaliser l'objectif fixé :

- Analyse et résumé de textes
- Etude logique d'une argumentation
- Composition d'un essai à partir de textes ou de documents
- Constitution et analyse d'une documentation
- Etude de documents.

## **LANGUE VIVANTE 1 ANGLAIS**

L'enseignement des langues se donne pour objectifs :

- Leur enrichissement culturel et intellectuel
- La consolidation, l'extension, la diversification, l'adaptation des acquis linguistiques des étudiants de niveau B2

Composante nécessaire d'une formation professionnelle évolutive et adaptée à notre temps, cet enseignement doit prendre en considération les ressources, les intérêts et les besoins des étudiants en fonction de leur scolarité antérieure et des spécificités linguistiques de la qualification professionnelle recherchée.

Le stagiaire doit être capable :

- Compréhension de documents écrits
- Compréhension de l'oral
- Dialoguer dans une perspective professionnelle.

## **CULTURE ECONOMIQUE, JURIDIQUE ET MANAGERIALE**

Dans les sections des techniciens supérieurs du secteur tertiaire, la finalité de l'enseignement de l'économie générale vise à développer certaines capacités spécifiques :

- Identifier et mobiliser les mécanismes et les théories économiques qui s'appliquent à la situation analysée ;
- Synthétiser une documentation économique ;
- Exposer ses analyses et ses propositions de manière cohérente et argumentée ;
- Produire un écrit utilisant le vocabulaire économique approprié et témoignant d'une réflexion construite par rapport aux questions posées.
- Disposer d'une culture économique, juridique et managériale nécessaire à la compréhension des enjeux et des défis auxquels doivent répondre les entreprises
- S'approprier le cadre économique, juridique et managérial de son activité professionnelle
- Mobiliser les compétences économiques, juridiques et managériales nécessaires à la réalisation des objectifs et des activités de l'entreprise
- Intégrer les dimensions économique, juridique et managériale des compétences professionnelles liées à la spécialité de BTS
- Communiquer avec différentes parties prenantes de l'entreprise.

## **L'INTÉGRATION DE L'ENTREPRISE DANS SON ENVIRONNEMENT**

### **Comment s'établissent les relations entre l'entreprise et son environnement économique ?**

- Identifier les principaux agents économiques en relation avec l'entreprise et leurs rôles (ménages, entreprises, banques, État)
- Présenter le fonctionnement des marchés sur lesquels intervient l'entreprise
- Repérer l'existence d'externalités pour l'entreprise

### **Comment les contrats sécurisent-ils les relations entre l'entreprise et ses partenaires ?**

- Qualifier une situation précontractuelle et repérer le processus de formation d'un contrat
- Analyser et évaluer les conditions de la validité, les clauses et les effets juridiques d'un contrat

### **De quelle manière l'entreprise s'inscrit-elle dans son environnement ?**

- Identifier les finalités économique, sociale et sociétale de l'entreprise
- Caractériser les différentes parties prenantes de l'entreprise
- Caractériser les étapes de création d'une entreprise
- Distinguer une démarche entrepreneuriale d'une démarche managériale
- Identifier les différentes composantes de la performance de l'entreprise

## **LA RÉGULATION DE L'ACTIVITÉ ÉCONOMIQUE**

### **Quel est le rôle de l'État dans la régulation économique ?**

- Identifier les principales politiques économiques et leurs outils
- Repérer l'impact des politiques sur l'environnement de l'entreprise

### **Comment les activités économiques sont-elles régulées par le droit ?**

- Repérer les enjeux du droit de la concurrence et du droit de la propriété industrielle pour l'entreprise

### **Comment l'entreprise intègre-t-elle la connaissance de son environnement dans sa prise de décision ?**

- Repérer les principaux éléments du macro environnement de l'entreprise
- Analyser les évolutions de l'environnement et en identifier les conséquences sur la situation de l'entreprise

## **L'ORGANISATION DE L'ACTIVITÉ DE L'ENTREPRISE**

### **Comment les facteurs économiques déterminent-ils les choix de production ?**

- Caractériser la structure de coût de l'entreprise
- Analyser l'influence de paramètres économiques (taux d'intérêt, coût des facteurs...) sur les décisions de l'entreprise
- Argumenter le choix de l'entreprise entre « faire » ou « faire-faire »

### **Comment choisir une structure juridique pour l'entreprise ?**

- Justifier le choix d'une structure juridique d'entreprise adaptée à une situation donnée

### **Quelles réponses apporte le droit face aux risques auxquels s'expose l'entreprise ?**

- Caractériser le risque d'une situation donnée - Identifier la nature juridique de la responsabilité d'une entreprise dans une situation donnée
- Analyser une situation juridique d'entreprise mettant en œuvre la responsabilité civile contractuelle ou extracontractuelle

### **Comment l'entreprise organise-t-elle ses ressources ?**

- Caractériser les styles de management
- Repérer le rôle des différentes parties prenantes et des contre-pouvoirs
- Identifier le type de structure, les mécanismes de coordination et de contrôle au sein de l'entreprise
- Repérer les ressources et les compétences au sein de l'entreprise
- Distinguer les différents processus de l'entreprise

### **Quel financement pour l'entreprise ?**

- Identifier le besoin de financement de l'entreprise en fonction du cycle (exploitation /investissement)
- Recenser les solutions de financement adaptées à l'entreprise dans une situation donnée.

## **L'IMPACT DU NUMÉRIQUE SUR LA VIE DE L'ENTREPRISE**

### **Comment le numérique transforme-t-il l'environnement des entreprises ?**

- Identifier les conséquences du numérique sur les modes de production et de consommation de biens et services de l'entreprise
- Analyser les conséquences du numérique dans les relations d'échange de l'entreprise

### **Dans quelle mesure le droit répond-il aux questions posées par le développement du numérique ?**

- Identifier pour l'entreprise les modalités juridiques de protection des actifs immatériels
- Caractériser les conséquences juridiques des choix opérés par l'entreprise sur la protection des personnes, des données
- Qualifier et analyser les clauses de contrats relatives à une vente ou à une prestation de service numérique

### **Quelle est l'incidence du numérique sur le management ?**

- Repérer le rôle du système d'information dans le fonctionnement de l'entreprise
- Identifier les conséquences du déploiement du numérique sur le management et les processus décisionnels de l'entreprise

## **LES MUTATIONS DU TRAVAIL**

### **Quelles sont les principales évolutions du marché du travail ?**

- Décrire les principales tendances du marché du travail
- Caractériser l'action des pouvoirs publics pour accompagner les transformations du marché du travail

### **Comment le droit prend-il en considération les besoins des entreprises et des salariés ?**

- Analyser un contrat de travail et justifier les clauses de ce contrat au regard des besoins de l'entreprise et des salariés
- Caractériser les obligations de l'employeur en matière de protection des salariés
- Identifier les dispositifs de formation au sein de l'entreprise
- Identifier le rôle du droit négocié - Identifier le rôle des partenaires sociaux dans l'entreprise
- Qualifier une modification ou une rupture du rapport d'emploi et en déduire les conséquences juridiques

### **Quel est l'impact des mutations du travail sur l'emploi et les conditions de travail ?**

- Proposer des actions appropriées dans le cadre d'une gestion des emplois et des compétences
- Identifier les leviers de motivation conciliant l'objectif de l'entreprise et les attentes de l'individu

## **LES CHOIX STRATÉGIQUES DE L'ENTREPRISE**

### **Comment le diagnostic éclaire-t-il les choix stratégiques de l'entreprise ?**

- Identifier les différentes étapes d'une démarche d'analyse stratégique
- Présenter les principaux éléments d'un diagnostic interne et/ou externe de l'entreprise

### **Quels sont les choix stratégiques opérés par l'entreprise ?**

- Présenter les étapes de la décision stratégiques
- Identifier et analyser les choix stratégiques de l'entreprise
- Analyser la pertinence de choix stratégiques de l'entreprise

## Pôle 1 d'activités : RELATION CLIENT ET NEGOCIATION VENTE

### **Description générale**

Spécialiste de la relation client en face à face, le titulaire du BTS NDRC inscrit son activité professionnelle dans le respect de la politique commerciale définie par l'organisation. Cette activité vise à développer, asseoir, accompagner un portefeuille clients et à optimiser leur valeur à vie.

Le titulaire du BTS NDRC :

- Développe un portefeuille client à partir de l'analyse de son marché, de son secteur, de son entreprise et des cibles de prospects ;
- Propose, négocie et vend une solution et des conseils adaptés aux clients dans le respect des règles éthiques et déontologiques ;
- Organise, anime des évènements commerciaux ;
- Exploite et enrichit les informations commerciales issues de son activité en mutualisant l'information en interne à l'aide des processus/outils dédiés.

<b>ACTIVITÉS / TACHES</b>	<b>RÉSULTATS ATTENDUS</b>
<p style="text-align: center;"><b>Développement de clientèle</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Gestion de portefeuille client</li> <li>- Animation d'opération de prospection</li> </ul>	<p>Amélioration de la performance commerciale Précision du ciblage Efficacité et efficiente de la prospection</p>
<p style="text-align: center;"><b>Négociation, vente et valorisation de la relation client</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Élaboration d'un diagnostic client</li> <li>- Proposition, négociation et vente d'une offre personnalisée</li> <li>- Accompagnement du client</li> </ul>	<p>Réduction du risque client Développement des ventes et de la marge commerciale Augmentation de la connaissance et de la valeur client</p>
<p style="text-align: center;"><b>Animation de la relation client</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Participation à des salons</li> <li>- Organisation d'opérations commerciales</li> <li>- Animation d'espaces commerciaux</li> </ul>	<p>Amélioration de la notoriété commerciale Identification des évolutions et des opportunités commerciales Rentabilité des évènements commerciaux</p>
<p style="text-align: center;"><b>Veille et expertise commerciales</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Reporting de l'activité commerciale</li> <li>- Qualification de Data client</li> <li>- Diagnostic en termes de relation client et de performance commerciale</li> </ul>	<p>Enrichissement de la connaissance de l'environnement commercial et de la clientèle Développement de valeur ajoutée dans la relation client Contribution à la réactivité commerciale</p>
<p><b>LIAISONS FONCTIONNELLES</b></p> <p>Intégré au service commercial, le technicien supérieur NDRC est en lien avec tout acteur de la relation client en fonction du mode d'organisation et du degré d'intégration de la fonction commerciale dans l'entreprise (responsable régional, chef des ventes, personnels des centres de contacts, des services marketing et comptables des services de production, des unités de recherche et développement, des services de logistique et de communication événementielle, etc.).</p>	

## Pôle 2 d'activités : RELATION CLIENT A DISTANCE ET DIGITALISATION

### **Description générale**

Le titulaire du BTS NDRC inscrit son activité au cœur de la digitalisation de la relation client et des activités commerciales. A ce titre, il installe une communication unifiée avec les clients afin de garantir une relation sans rupture dans le respect des procédures préalablement définies par l'organisation et dans le cadre d'un contact multicanal.

En dehors d'autres contextes, le titulaire du BTS NDRC peut exercer son activité au sein d'un service interne de relation client à distance ou sur une plate-forme chez un prestataire spécialisé dans la relation client à distance (centres de relation client, entreprises spécialisées dans l'e-relation). Ces structures sont de dimension variable allant d'un poste unique à un plateau d'appel intégrant une ou plusieurs équipes de téléacteurs.

En tant que superviseur, il encadre et anime une équipe de téléacteurs (recrutement, intégration, formation, planification, stimulation, coordination, fixation des objectifs, gestion des appels complexes, etc.). Le titulaire du BTS NDRC participe à la communication web tant sur les contenus que dans l'animation de communautés. Il intervient sur tout le processus commercial de vente en e-commerce.

<b>ACTIVITÉS / TACHES</b>	<b>RÉSULTATS ATTENDUS</b>
<p><b>Gestion de la relation client à distance</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Prospection et identification d'opportunités commerciales</li> <li>- Vente à distance</li> <li>- Accompagnement, conseil et traitement des demandes clients</li> <li>- Mise à jour des data client</li> <li>- Supervision et animation d'équipes</li> </ul>	<p>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</p>
<p><b>Gestion de la e-relation client</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Animation de communautés, de forums et de réseaux sociaux</li> <li>- Animation de site et publication de contenus à caractère commercial</li> <li>- Suivi, modération et exploitation des échanges</li> <li>- Maintien de la visibilité digitale</li> </ul>	<p>Pertinence et cohérence des contenus digitaux Développement du e-traffic Renforcement de la e-réputation</p>
<p><b>Gestion de la vente en e-Commerce</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Valorisation en ligne de l'offre et des promotions commerciales</li> <li>- Suivi et régulation du processus de vente</li> <li>- Mise en œuvre d'animations commerciales en e-commerce</li> <li>- Évaluation du trafic et du référencement du site</li> <li>- Analyse des résultats des ventes et des opérations de e-commerce</li> </ul>	<p>Développement des ventes et de la marge en e-commerce Enrichissement de l'expérience client Optimisation du référencement web</p>

### **LIAISONS FONCTIONNELLES**

Les liaisons sont déterminées par une organisation du travail hiérarchisée et pilotée par un système élaboré d'indicateurs de performance.

De plus, pour le titulaire du BTS NDRC exerçant chez un prestataire de relation à distance externalisée, il existe une relation fonctionnelle vis-à-vis du donneur d'ordre, client du prestataire, pour lequel il s'engage à véhiculer une image et des valeurs.

## Pôle 3 d'activités : RELATION CLIENT ET ANIMATION DE RESEAUX

### **Description générale**

Dans le cadre de la relation-client en réseaux, le titulaire du BTS NDRC exerce son activité dans trois grands types de réseaux : les réseaux de distributeurs, les réseaux de partenaires et les réseaux de vente directe.

De manière transversale, ses activités sont la collecte d'informations pour le reporting, les animations adaptées au contexte local, le partage de bonnes pratiques et la diffusion d'informations actualisées, notamment celles concernant la réglementation et les évolutions sectorielles.

En tant qu'animateur au sein d'un réseau de vente aux distributeurs, le titulaire du BTS NDRC développe le chiffre d'affaires et la part d'implantation de ses produits au sein d'une enseigne commerciale. Le contrôle du respect des référencements négociés, l'optimisation des linéaires et l'amélioration de l'expérience client sont les trois piliers de la relation client.

En tant qu'animateur au sein d'un réseau de partenaires, le titulaire du BTS NDRC mobilise des prescripteurs, des apporteurs d'affaires, des entreprises pour développer les ventes et valoriser l'image de l'entreprise. Ces réseaux peuvent être juridiquement formalisés (contrats de partenariat ou de franchise).

En tant qu'animateur en vente directe, le titulaire du BTS NDRC est en contact avec le consommateur dans le cadre d'une relation client individualisée en face à face, par réunion ou par atelier, soit au domicile du client, soit sur son lieu de travail.

<b>ACTIVITÉS / TACHES</b>	<b>RÉSULTATS ATTENDUS</b>
<p><b>Animation de réseaux de distributeurs</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Négociation de l'implantation de l'offre sur le lieu de vente</li> <li>- Conseil en matière d'expérience de consommation</li> <li>- Mise en œuvre d'animations</li> <li>- Suivi et développement du référencement</li> </ul>	<p>Respect des accords de référencement Optimisation de l'implantation de l'offre Amélioration de la couverture du réseau</p>
<p><b>Animation de réseaux de partenaires</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sélection et constitution de réseaux de partenaires, d'apporteurs d'affaires et de prescripteurs</li> <li>- Animation, stimulation et développement de réseaux</li> <li>- Évaluation des performances du réseau</li> </ul>	<p>Développement de la taille du réseau Renforcement des liens au sein du réseau Efficacité des partenariats</p>
<p><b>Animation de réseaux de vente directe</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Animation, vente et conseil à domicile</li> <li>- Développement d'un réseau de conseillers de vente à domicile</li> </ul>	<p>Développement des ventes et des contacts réseau Efficacité et pérennisation du réseau</p>

### **LIAISONS FONCTIONNELLES**

Dans le cadre de la vente en réseau, l'activité du titulaire du BTS NDRC s'inscrit dans des accords de partenariat et de référencement. Elle dépend étroitement des fonctions supports (marketing, communication, études, logistique, etc.). Dans la vente directe, le titulaire du BTS NDRC dispose d'une très grande autonomie liée au statut de vendeur à domicile indépendant.

# ATELIERS DE PROFESSIONNALISATION

## → Objectifs généraux

Les ateliers de professionnalisation constituent un espace ouvert, souple en termes horaires, qui doit faire l'objet d'une réflexion approfondie de la part de l'équipe pédagogique, afin d'accompagner au plus près la professionnalisation de chaque étudiant.

**Les ateliers de professionnalisation sont un moment privilégié pour tester, expérimenter, simuler les techniques et pratiques professionnelles relevant des trois blocs de compétences tout en accompagnant l'étudiant dans son développement professionnel.**

Les ateliers de professionnalisation sont axés sur des enseignements transversaux couvrant plusieurs champs de compétences :

- Le suivi du jeune en entreprise, favoriser la professionnalisation par une collaboration forte avec les partenaires et/ou milieux professionnels
- Des modules de compétences professionnelles :
  - Renforcer la maîtrise des compétences sociales,
  - Développer la maîtrise des compétences transversales et mobilisables dans l'ensemble des disciplines,
  - Renforcer la maîtrise des compétences rédactionnelles,
  - Favoriser l'autonomie et prise d'initiatives, Formaliser le projet professionnel et/ou de poursuite d'études

## REGLEMENT D'EXAMEN

<b>BTS NEGOCIATION ET DIGITALISATION DE LA RELATION CLIENT</b>			
<b>Epreuves</b>	<b>Coef</b>	<b>Durée</b>	<b>Type épreuve</b>
<b>U1. Culture générale et expression</b>	<b>3</b>	<b>4 h</b>	<b>Ecrit</b>
<b>U2. Communication en langue vivante étrangère</b>	<b>3</b>	<b>30 min. (+30 min de préparation)</b>	<b>Oral</b>
<b>U3. Culture économique, juridique et managériale</b>	<b>3</b>	<b>4 h</b>	<b>Ecrit</b>
<b>U4. Relation client et négociation-vente</b>	<b>5</b>	<b>1 h (+40 min de préparation)</b>	<b>Oral</b>
<b>U5. Relation client et digitalisation</b>	<b>4</b>	<b>3 h</b>	<b>Ecrit</b>
		<b>40 min.</b>	<b>Oral</b>
<b>U6. Relation client et animation de réseaux</b>	<b>3</b>	<b>40 min.</b>	<b>Oral</b>
<b>Langue vivante étrangère 2 (facultatif)</b>		<b>20 min. (+ 20 min de préparation)</b>	<b>Oral</b>