

# B.U.T. Techniques de commercialisation business international : achat et vente

N° de fiche : RNCP35355

Nomenclature du niveau de qualification : Niveau 6

Codes NSF : 312 : Commerce, vente

310 : Spécialités plurivalentes des échanges et de la gestion

Formacodes : 34254 : commerce international

34554 : commerce

34024 : achat

34052 : marketing

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

Certificateur : Université Dijon Bourgogne | SIRET : 19211237300019 | IUT de Dijon-Auxerre

## Résumé de la certification

### Activités visées

- Conduite des actions marketing en situation de développement d'un produit, d'un service ou d'une activité non marchande
- Vente d'une offre commerciale en situation de vente en B to C ou en B to B
- Communication de l'offre commerciale en situation de communication de l'offre en tant qu'annonceur ou agence de communication
- Formulation d'une stratégie de commerce à l'international en situation de mise en œuvre d'une stratégie dans une entreprise de taille PME/PMI ou dans une grande entreprise, d'import/export sur la zone Europe ou sur la zone Grand-Export
- Pilotage des opérations à l'international pour un bien de grande consommation, pour un bien de grande industrie ou pour une activité de services

## Secteur d'activité et type d'emploi

### Secteurs d'activités

- G : Commerce ; réparation d'automobiles et de motocycles
- I : Hébergement et restauration
- J : Information et communication
- K : Activités financières et d'assurance
- S : Autres activités de services

### Type d'emplois accessibles

Débutant :

- Assistant responsable de zone,
- Commercial junior,
- Assistant chef de zone,
- Adjoint responsable import-export,
- Adjoint cadre direction internationale,
- Assistant acheteur,
- Assistant approvisionnements,
- Assistant responsable de groupes d'achat .

Après 2 ou 3 ans d'expérience :

- Administration de ventes export,
- Acheteur,
- Approvisionneur,
- Responsable import-export.

### Code(s) ROME

- D1402 - Relation commerciale grands comptes et entreprises
- M1705 - Marketing
- M1101 - Achats
- N1202 - Gestion des opérations de circulation internationale des marchandises
- E1103 - Communication

## Voies d'accès à la certification

L'accès à la formation peut se faire :

- Après un parcours de formation sous statut d'élève ou étudiant
- Après un parcours de formation continue
- En contrat de professionnalisation
- En contrat d'apprentissage
- Par expérience

Pour toutes ces voies d'accès, le jury présidé par le directeur de l'IUT comprend 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.

## Intégralité de la fiche

Consultez la fiche sur le site de France compétences

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/35355>

## Blocs de compétences

### RNCP35355BC01 : Conduire les actions marketing

- 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
- Élaborer une stratégie marketing dans un environnement instable (sanitaire, économique ou interne)
- Faire évoluer l'offre à l'aide de leviers de création de valeur
- Intégrer la RSE dans la stratégie de l'offre.

### RNCP35355BC02 : Vendre une offre commerciale

- 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
- Évaluer 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
- Élaborer 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.

### RNCP35355BC03 : Communiquer l'offre commerciale

- 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)
- Élaborer des supports simples (Imprimé Sans Adresse, affiches, dossier de sponsoring, ...)
- Analyser les indicateurs post campagne (impact, efficacité)
- Élaborer une stratégie de communication adaptée au brief agence
- Établir 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-réputation.

### RNCP35355BC04 : Formuler une stratégie de commerce à l'international

- Réaliser de manière structurée un diagnostic export/import à l'aide d'outils stratégiques (collecte des informations en interne)
- Collecter les informations de l'environnement international (identifier les sources pertinentes de données, identifier les outils de collecte de données, s'assurer de la fiabilité des données)
- Sélectionner les marchés opportuns, à l'export et à l'import à l'aide d'indicateurs
- Évaluer le diagnostic export/import et faire des préconisations
- Évaluer les marchés internationaux en prenant en compte le contexte géo-éco-politique, les particularités culturelles et les enjeux éthiques
- Proposer le mode d'entrée (filiale, joint venture, etc.) le plus adéquat.

### **RNCP35355BC05 : Piloter les opérations à l'international**

- Gérer les processus de vente et d'achat à l'international ; identifier et sélectionner les fournisseurs
- Suivre les opérations logistiques à l'international grâce à l'appréhension des enjeux de la chaîne logistique
- Sélectionner le mode de transport, l'incoterm, l'assurance et les modalités de paiement dans une logique d'optimisation des coûts
- Positionner l'offre en fonction des spécificités culturelles identifiées sur le(s) marché(s) ciblé(s)
- Mobiliser ses connaissances en processus de vente et d'achat dans des situations interculturelles
- Optimiser la chaîne logistique à l'international en intégrant les enjeux environnementaux et éthiques
- Gérer l'administration des ventes/achats à l'international notamment grâce à l'évaluation des modalités de financement de l'opération d'import ou d'export
- Proposer l'offre marketing adaptée au(x) marché(s) ciblé(s).

### **RNCP35355BC06 : Usages numériques**

- 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.

### **RNCP35355BC07 : Exploitation de données à des fins d'analyse**

- 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.

### **RNCP35355BC08 : Expression et communication écrites et orales**

- 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.

### **RNCP35355BC09 : Action en responsabilité au sein d'une organisation professionnelle**

- 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.

### **RNCP35355BC10 : Positionnement vis à vis d'un champ professionnel**

- Identifier et situer les champs professionnels potentiellement en relation avec les acquis et la mention ainsi que les parcours possibles pour y accéder
- 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.