

B.U.T. Techniques de commercialisation business développement et management de la relation client

N° de fiche : RNCP35357

Nomenclature du niveau de qualification : Niveau 6

Codes NSF : 312 : Commerce, vente

312p : Gestion des échanges commerciaux

312t : Négociation et vente

Formacodes : 34554 : commerce

34037 : satisfaction client

41054 : banque assurance

34076 : gestion relation client

34573 : action commerciale

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
- Participation à la stratégie marketing et commerciale de l'organisation en situation d'activité commerciale en B to B ou en B to C
- Management de la relation client en situation d'activité commerciale en B to B ou en B to C

Secteur d'activité et type d'emploi

Secteurs d'activités

- 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(ère),
- Business developer.

Après 3 ans d'expérience :

- 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

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/35357>

Blocs de compétences

RNCP35357BC01 : 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.

RNCP35357BC02 : 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.

RNCP35357BC03 : 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.

RNCP35357BC04 : Participer à la stratégie marketing et commerciale de l'organisation

- Réaliser un diagnostic avant la mise en place d'actions commerciales
- 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)

RNCP35357BC05 : Manager la relation client

- 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.

RNCP35357BC06 : 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.

RNCP35357BC07 : 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.

RNCP35357BC08 : 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.

RNCP35357BC09 : 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.

RNCP35357BC10 : 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.