

NOM :
PRENOM :
CLASSE :

J.8.2-VM
N° 658/26-DGG/DIFO
Le 15 juin 2026

Objet : Objectifs du stage en entreprise des élèves de **BTS Négociation et Digitalisation de la Relation Client** (première année)

L'organisation de la formation en entreprise, se répartit suivant une planification qui se décline comme suit :

- un stage de 4 semaines en fin d'année civile
- un stage de 4 semaines en fin d'année scolaire

Les actions menées en entreprise doivent correspondre aux activités, prévues au référentiel, présentées dans ce document.

Il est nécessaire de cadrer en amont les missions en abordant :

- Les objectifs poursuivis,
- Les modalités prévues pour atteindre les objectifs précités (responsabilités et missions confiées au stagiaire),
- Les informations que l'entreprise ou l'organisation s'engage à fournir afin d'aider le stagiaire dans son travail,
- Les moyens matériels, humains et financiers nécessaires aux missions confiées ;
- Les modalités de tutorat (nom du tuteur au sein de l'entreprise ou de l'organisation d'accueil, modalités de suivi du stagiaire par ce tuteur),

Suivi des stages par l'équipe pédagogique

Un échange, au minimum par période de stage, de préférence en face à face afin d'évaluer conjointement le stagiaire.

L'équipe pédagogique est à la disposition du tuteur :

- En cas de difficultés rencontrées avec le stagiaire
- Pour l'aider à cadrer les missions
- Pour toutes questions en lien avec le stagiaire

Pendant le stage, l'étudiant a obligatoirement la qualité d'étudiant - stagiaire et non de salarié.

SOMMAIRE

I. CHAMP D'ACTIVITÉ

- I.1. DÉFINITION**
- I.2. CONTEXTE PROFESSIONNEL**
- I.3. DÉLIMITATION ET PONDÉRATION DES ACTIVITÉS**

II. DESCRIPTION DES ACTIVITÉS

- Pôle 1 d'activités : Relation client et négociation-vente**
- Pôle 2 d'activités : Relation client à distance et digitalisation**
- Pôle 3 d'activités : Relation client et animation de réseaux**

III. STAGE EN MILIEU PROFESSIONNEL

- III.1. OBJECTIFS**
- III.2. MODALITÉ**

I. CHAMP D'ACTIVITÉ

I.1. DÉFINITION

L'activité du titulaire du brevet de technicien supérieur Négociation et Digitalisation de la Relation Client (NDRC) s'inscrit dans un contexte de mutations profondes et permanentes des métiers commerciaux, liées elles-mêmes aux évolutions et à la place qu'occupe la fonction commerciale dans les stratégies des entreprises et des organisations.

Les nouvelles technologies et la dématérialisation des échanges complexifient le comportement des acheteurs et des consommateurs en même temps que leurs exigences s'intensifient. Mobiles et connectés en permanence, les clients attachent désormais autant d'importance aux services et à l'expérience offerts qu'au produit lui-même. La relation que le client va entretenir avec la marque et avec les commerciaux constitue plus que jamais un facteur clé de différenciation entre les offres. La mise en oeuvre d'une stratégie commerciale et marketing totalement individualisée où le relationnel puise sa source dans l'intelligence des données implique que pour nouer une relation de proximité avec le client, le commercial doit avoir une connaissance extrêmement précise et unifiée du client pour répondre à ses attentes et anticiper ses besoins en temps réel.

Le technicien supérieur NDRC est un 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), quelle que soit la forme de la relation client (en présentiel, à distance, e-relation) et dans toute sa complexité.

Dans le cadre d'une stratégie omnicanale, il sait gérer de multiples points de contact pour installer une plus grande proximité avec les clients ; sa capacité à traduire leurs exigences de plus en plus élevées en solutions adaptées lui permet d'instaurer des relations durables de confiance. Il doit désormais asseoir, développer, accompagner et optimiser la valeur à vie des différents segments visés.

L'accélération de la digitalisation des activités commerciales conduit le titulaire du BTS NDRC à investir les contenus commerciaux liés à l'usage accru des sites *web*, des applications et des réseaux sociaux. Recommandations, avis, notations sur les réseaux sociaux, forums, blogs deviennent de fait des vecteurs de communication que le commercial doit intégrer pour développer la clientèle et avoir une forte réactivité. Au-delà de ces nouvelles pratiques professionnelles, le technicien NDRC doit posséder une véritable culture numérique pour agir à tout moment et en tout lieu.

Le titulaire du BTS NDRC accompagne le client/usager tout au long du processus commercial et intervient sur l'ensemble des activités avant, pendant et après l'achat : conseils, prospection, animation, devis, veille, visites, négociation-vente/achat, suivi après-vente/achat. Cet accompagnement se fait directement ou via un réseau de partenaires. Selon l'organisation et la taille de la structure d'accueil, ses missions sont focalisées sur une ou plusieurs activités et peuvent parfois couvrir la totalité du processus commercial.

En lien direct avec le client, le titulaire du BTS NDRC est un vecteur de communication interne et externe. Il intervient également dans la chaîne de valeur de ses clients pour favoriser leur développement.

I.2. CONTEXTE PROFESSIONNEL

I.2.1 Emplois concernés en primo-insertion et en évolution professionnelle

La dénomination des emplois relevant des activités du titulaire du BTS Négociation et Digitalisation de la Relation Client varie en fonction du type d'activités, de la taille de l'organisation ainsi que des domaines de la relation client. Il accède en fonction de son expérience et des opportunités à plusieurs niveaux de responsabilité.

Les appellations les plus courantes des emplois relevant du champ professionnel en primo insertion sont les suivantes :

- Vendeur.se - Représentant.e - Commercial.e terrain - Négociateur.rice - Délégué.e commercial.e - Conseiller.ère commercial.e - Chargé.e d'affaires ou de clientèle – Technicocommercial.e ;
- Télévendeur.se - Téléconseiller.ère - Téléopérateur.rice - Conseiller.ère client à distance - Conseiller.ère clientèle - Chargé.e d'assistance - Téléspecteur.rice - Téléprospecteur.rice - Technicien.ne de la vente à distance de niveau expert ;
- Animateur.rice commercial.e site e-commerce - Assistant.e responsable e-commerce - Commercial.e e-commerce - Commercial.e web-e-commerce ;
- Marchandiseur.se - Chef.fe de secteur - e-marchandiseur.se ;
- Animateur.rice réseau - Animateur.rice des ventes ;
- Conseiller.e - Vendeur.se à domicile - Représentant.e - Ambassadeur.rice ;
- etc.

En termes d'évolution professionnelle, le titulaire du BTS NDRC peut accéder aux emplois suivants:

- Superviseur.se - Responsable d'équipe - Animateur.rice plateau - Manager.e d'équipe ;
- Responsable e-commerce - Rédacteur.rice web e-commerce - Animateur.rice commercial.e de communautés web ;
- Responsable de secteur ;
- Chef.fe de réseau - Directeur.rice de réseau - Responsable de réseau ;
- Animateur.rice de réseau - Responsable de zone ;
- etc.

I.2.2. Types d'organisation, de produit, de clientèle

Le titulaire du BTS NDRC exerce son activité dans toute forme d'organisation - artisanale, commerciale ou industrielle, associative, publique - proposant des biens ou des prestations de services, quelle que soit sa taille, dès lors qu'elle met en oeuvre une démarche commerciale.

Il assure la prise en charge internalisée ou externalisée de tout type de relation client. Le positionnement généraliste du diplôme BTS NDRC permet à son titulaire d'exercer dans tous les domaines d'activités sans exclusion, même si cette diversité peut exiger l'acquisition de compétences sectorielles complémentaires.

I.2.3. Place au sein de l'organisation

La place du commercial dans l'organisation dépend du secteur d'activité, de la taille et de la culture de la structure. Il exerce ses activités essentiellement en équipe avec tous les acteurs de la relation client. Pour assurer ses missions il est amené à établir des relations avec les collaborateurs et partenaires de l'organisation quel que soit le domaine fonctionnel (production, recherche-développement, marketing, financier, juridique, administratif, etc.).

Le commercial peut exercer son activité en interdépendance étroite avec d'autres collaborateurs en partageant les compétences et la responsabilité dans la prise en charge de la relation client (binôme commercial terrain/commercial à distance, partenaires réseau, supports web, etc.). Il assure ainsi le rôle d'interface entre les services et les partenaires de l'organisation et avec les personnes en charge de la communication commerciale et de la commercialisation de l'offre.

Il bénéficie d'une autonomie relative en termes d'organisation de son activité et de prise de décision.

Il communique régulièrement avec son supérieur hiérarchique pour la définition des objectifs et le contrôle des résultats (réunion hebdomadaire, réunion d'équipe, etc.).

Selon les types de relation client (face à face, à distance, digitalisée, réseau) et les contextes, les commerciaux interviennent sous différents statuts en tant que salariés ou indépendants.

I.2.4. Environnement technologique et économique des emplois et ressources mobilisées

L'usage des technologies fait partie intégrante de l'activité du commercial. L'organisation de sa propre activité ainsi que l'évolution vers la digitalisation de la relation client nécessitent le recours à des équipements numériques fixes et nomades, avec accès internet permettant l'exploitation d'applications et de logiciels en ligne ainsi que l'accès aux réseaux sociaux.

Les environnements numériques doivent rester ouverts pour que les pratiques professionnelles puissent intégrer en permanence les évolutions technologiques liées au métier.

La relation client omnicanale mobilise dans un environnement de « communication unifiée », les services, les applications, les logiciels et matériels ci-dessous :

➤ Services réseau et applications web, logiciels

- Traitement d'informations commerciales : DATA, PGI, CRM, Marchandisage, progiciels sectoriels ;
- Applications web : plates-formes de e-commerce, systèmes de gestion de contenus (sites, blogs, newsletters, etc.), e-publication, outils d'évaluation web, communication (réseaux sociaux, sms, FAQ, messagerie, visio-tchat), traitement d'images et de vidéos, géolocalisation ;
- Applications au service de la mobilité et de la e-relation client ;
- Organisation de l'activité (gestion de plateaux, gestion de tournées, gestion de projets, gestion des appels) ;
- Gestion des espaces partagés et des plates-formes collaboratives, suites bureautiques.

➤ Matériels

- Matériels de mobilité commerciale et de traitement à distance des informations (tablettes, smartphones, ordinateurs portables, configurations de connexion à distance, etc.) ;
- Matériel de traitement de la e-relation client ;
- Matériel téléphonique.

➤ Ressources informationnelles

- Informations économiques, juridiques, professionnelles, analyses sectorielles ;
- Études de marché, études géo-mercantiles, études de satisfaction, études des secteurs de vente ;
- Stratégie commerciale, portefeuille clients, plan d'actions commerciales (PAC) de l'organisation ;
- Organisation et procédures internes ;

- Système d'objectifs commerciaux et financiers, tableaux de bord ;
- Informations produits, services associés et conditions commerciales, outils d'aide à la vente ;
- Data, bases de données prospects et clients.

I.2.5. Conditions générales d'exercice

L'activité du titulaire du brevet de technicien supérieur Négociation et digitalisation de la relation client s'exerce en direction de la clientèle potentielle ou actuelle de l'entreprise. Elle varie en fonction des structures, des activités et des statuts de l'organisation qui l'emploie. Elle est également fonction du statut juridique accordé au titulaire.

Le commercial peut exercer son activité également dans un autre contexte (depuis un bureau au sein de son entreprise, depuis chez lui ou dans une structure de co-working...) et pour autant la dimension omnicanale et digitale est également importante.

Le titulaire du BTS NDRC peut exercer son activité en présentiel au sein de l'entreprise mais aussi en espace partagé (co-working) ou en télétravail, y compris dans un contexte de relation client omnicanale et digitalisée.

Il doit maîtriser l'organisation et les outils de sa mobilité.

Autonomie

L'autonomie fait partie intégrante du métier de commercial et est associée à la fixation d'objectifs commerciaux, quantitatifs et qualitatifs. Elle dépend des caractéristiques de l'organisation et du contexte de travail. Cette autonomie est donc variable et peut être partagée au sein d'une équipe.

Aptitudes professionnelles

Pour mener à bien ses activités, le commercial doit être doté d'un sens aigu du service et de l'expérience client. Il doit être capable de suivre la relation et d'interagir via différents supports et/ou outils numériques. Cette agilité lui permet de gérer simultanément plusieurs activités relevant de la relation client à distance et digitalisée. Il peut être amené à fédérer les équipes et gérer des situations complexes et/ou conflictuelles. Il doit pour cela savoir gérer son stress.

Le commercial doit être réactif et être en veille pour garantir la e-réputation de l'entreprise.

Compétences relationnelles

Pour créer une relation client pérenne, le commercial fait preuve de confiance en soi, d'écoute, de curiosité, d'adaptabilité, de sens de l'objectif, de gestion des émotions, de résistance au stress. Il dispose d'un pouvoir de conviction et d'une capacité de persuasion. Il fait preuve d'un bon relationnel, a un sens de l'organisation et sait se montrer disponible et mobile. La construction d'une relation commerciale durable passe par la mise en oeuvre d'une relation interpersonnelle constructive.

Enfin, à partir de la connaissance transverse des produits et services, il est attendu que le commercial porte les valeurs et la culture de l'organisation pour son propre compte ou celui d'un commanditaire.

Il est capable de s'adapter aux exigences de son activité et réalise ses missions dans le cadre de la politique commerciale et dans le respect des règles éthiques et déontologiques.

I.3. DÉLIMITATION ET PONDÉRATION DES ACTIVITÉS

Les activités du titulaire du BTS NDRC sont regroupées au sein de trois grands pôles couvrant les différentes formes de relation client :

- Relation client et négociation-vente ;
- Relation client à distance et digitalisation ;
- Relation client et animation de réseaux.

Leur mise en oeuvre peut varier selon la taille, l'organisation des entreprises, les processus commerciaux, la nature et la complexité des produits ou des services commercialisés.

II. DESCRIPTION DES ACTIVITÉS

Pôle 1 d'activités : Relation client et négociation-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 clients 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 événements commerciaux ; - Exploite et enrichit les informations commerciales issues de son activité en mutualisant l'information interne à l'aide des processus/outils dédiés.	
ACTIVITÉS / TÂCHES	RÉSULTATS ATTENDUS
Développement de clientèle - Gestion de portefeuille clients - Animation d'opérations de prospection	Amélioration de la performance commerciale Précision du ciblage Efficacité et efficience de la prospection
Négociation, vente et valorisation de la relation client - Élaboration d'un diagnostic client - Proposition, négociation et vente d'une offre personnalisée - Accompagnement du client	Réduction du risque client Développement des ventes et de la marge commerciale Augmentation de la connaissance et de la valeur client
Animation de la relation client - Participation à des salons - Organisation d'opérations commerciales - Animation d'espaces commerciaux	Amélioration de la notoriété commerciale Identification des évolutions et des opportunités commerciales Rentabilité des événements commerciaux
Veille et expertise commerciales - Reporting de l'activité commerciale - Qualification de Data client - Diagnostic en termes de relation client et de performance commerciale	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
LIAISONS FONCTIONNELLES 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.).	

Pôle 2 d'activités : Relation client à distance et digitalisation

Description générale

Le titulaire du BTS NDRC inscrit son activité au coeur 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.

ACTIVITÉS / TÂCHES	RÉSULTATS ATTENDUS
Gestion de la relation client à distance - Prospection et identification d'opportunités commerciales - Vente à distance - Accompagnement, conseil et traitement des demandes clients - Mise à jour des data client - Supervision et animation d'équipes	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
Gestion de la e-relation client - Animation de communautés, de forums et de réseaux sociaux - Animation de site et publication de contenus à caractère commercial - Suivi, modération et exploitation des échanges - Maintien de la visibilité digitale	Pertinence et cohérence des contenus digitaux Développement du e-traffic Renforcement de la e-réputation
Gestion de la vente en e-Commerce - Valorisation en ligne de l'offre et des promotions commerciales - Suivi et régulation du processus de vente - Mise en oeuvre d'animations commerciales en e-commerce. - Évaluation du trafic et du référencement du site - Analyse des résultats des ventes et des opérations de e-commerce	Développement des ventes et de la marge en e-commerce Enrichissement de l'expérience client Optimisation du référencement <i>web</i>

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 réseaux

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.

ACTIVITÉS / TÂCHES	RÉSULTATS ATTENDUS
Animation de réseaux de distributeurs - Négociation de l'implantation de l'offre sur le lieu de vente - Conseil en matière d'expérience de consommation - Mise en oeuvre d'animations - Suivi et développement du référencement	Respect des accords de référencement Optimisation de l'implantation de l'offre Amélioration de la couverture du réseau
Animation de réseaux de partenaires - Sélection et constitution de réseaux de partenaires, d'apporteurs d'affaires et de prescripteurs - Animation, stimulation et développement de réseaux - Évaluation des performances du réseau	Développement de la taille du réseau Renforcement des liens au sein du réseau Efficacité des partenariats
Animation de réseaux de vente directe - Animation, vente et conseil à domicile - Développement d'un réseau de conseillers de vente à domicile	Développement des ventes et des contacts réseau Efficacité et pérennisation du réseau

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.

III. STAGE EN MILIEU PROFESSIONNEL

Le stage en milieu professionnel est obligatoire pour les candidats au Brevet de technicien supérieur Négociation et Digitalisation de la Relation Client.

Il a lieu dans une ou plusieurs organisations – de forme artisanale, commerciale ou industrielle - proposant des biens /ou des prestations de services à une clientèle de particuliers ou de professionnels. Ces entreprises doivent mettre le stagiaire dans une situation professionnelle conforme aux exigences et à l'esprit du diplôme. Le tuteur ou le maître d'apprentissage contribue à la construction des compétences du stagiaire ou de l'apprenti.

Garantes de la qualité de la formation et de son adaptation aux opportunités et contraintes des métiers commerciaux, les périodes de stage en entreprise constituent un levier important d'insertion professionnelle.

III.1. OBJECTIFS

Le stage en milieu professionnel a pour objectif de permettre à l'étudiant d'acquérir et/ou d'approfondir des compétences professionnelles en situation réelle de travail et d'améliorer sa connaissance du milieu professionnel et de l'emploi. Il s'inscrit dans la progression élaborée par l'équipe pédagogique et induit naturellement une approche interdisciplinaire qui combine des savoirs et compétences issus des enseignements professionnels. Il permet en outre une utilisation régulière des outils digitaux grâce à l'accès aux ressources numériques de l'entreprise.

Le stage en milieu professionnel est particulièrement valorisé lors des épreuves du Brevet de technicien supérieur Négociation et Digitalisation de la Relation Client.

III.2. MODALITE

Les stages sont organisés avec le concours des milieux professionnels et sont placés sous le contrôle des autorités académiques dont relève l'étudiant.

Ces périodes peuvent être prolongées pendant les vacances scolaires sous réserve du respect d'une période de 4 semaines consécutives de repos pendant les vacances d'été. La convention de stage en précise les modalités. Chaque période de stage fait l'objet d'une convention signée entre les représentants de l'organisme d'accueil et l'établissement de formation de l'étudiant. Cette convention est établie conformément aux dispositions et décrets en vigueur.

Chaque convention de stage doit notamment préciser :

- Les modalités de couverture en matière d'accident et de responsabilité civile,
- Les objectifs et les modalités de formation (durée, calendrier),
- Les modalités de suivi du stagiaire par le tuteur et les professeurs de l'équipe pédagogique responsable de la formation.

Pendant le stage, l'étudiant a obligatoirement la qualité d'étudiant - stagiaire et non de salarié.

Le stage en milieu professionnel repose sur une relation à caractère pédagogique entre 3 partenaires :

- L'entreprise partenaire confie à l'étudiant des activités professionnelles correspondant au référentiel et au niveau d'exigence du diplôme,
- L'étudiant définit avec l'entreprise et l'équipe pédagogique les missions à réaliser pour chacune des périodes,
- L'équipe pédagogique encadre, conseille, met en cohérence et articule les différentes modalités d'appropriation des compétences et des savoirs. Elle veille notamment à ce qu'ils soient transférables à d'autres situations professionnelles comparables.

En fin de stage, **une attestation est remise au stagiaire** par le responsable de l'entreprise d'accueil.
Elle précise les dates et la durée du stage.

Vincent MALZAC
Directeur Délégué aux Formations
Professionnelles et Technologiques

