

# BTS

## Négociation et relation client



**Eva DARDENNE**  
Promotion 2011

► **Remontons quelques temps en arrière. Au moment de la grande question de l'orientation, vous avez opté pour l'alternance. Pourquoi ?**

Je souhaitais être indépendante et bénéficier d'une formation pragmatique. Je voulais continuer mes études tout en ayant une expérience professionnelle pour réaliser mes projets d'avenir.

► **Quelles étaient vos craintes avant d'intégrer l'entreprise ?**

A 18 ans, intégrer une entreprise est toujours stressant, j'avais peur de ne pas être à la hauteur et de ne pas m'intégrer.

► **Vous avez passé 2 ans dans une entreprise :**

**Qu'elle est son activité principale :**

Je travaillais pour Strator (filiale du groupe Altadis Distribution France) qui commercialise des outils de gestion pour les buralistes et les diffuseurs de presse.

**Où vous situez-vous dans l'organigramme / l'organisation de l'entreprise ?**

Officiellement j'avais le titre d'assistante commerciale de la responsable des ventes Midi-Pyrénées, mais de fait mes tâches englobaient également celles des commerciaux.

► **Quelles missions vous a-t-on confiées au début de votre contrat ?**

Refaire des plaquettes commerciales, les books, trouver des idées innovantes pour faire connaître notre dernier produit.

suite page 13 ► ► ►

► **Mes activités principales en entreprise**

Au sein du service commercial de tous types d'entreprises, le futur diplômé du BTS NRC est un commercial « terrain » capable de prendre en charge la relation avec le client dans sa totalité, depuis la prospection jusqu'à la fidélisation.

Autonome, il se déplace souvent chez le client, ou à l'occasion de manifestations commerciales. Il participe à des salons ou à des foires.

Ses principales activités sont centrées sur :

**Le développement de la clientèle**

prospection terrain, téléphonique et mailing. Sa mission est d'augmenter le nombre de ventes et développer le chiffre d'affaires. Il doit bâtir son plan d'action en liaison avec les objectifs et les orientations qui lui sont donnés par le directeur commercial.

**La vente**

proposition de solutions commerciales, promotion commerciale (présence en salons, journées portes ouvertes, stand de vente, actions de marketing opérationnel...) négociation en face à face ou par téléphone, fidélisation.

**Le suivi de la relation client**

analyse de l'activité commerciale et reporting, administration des ventes.

**L'organisation de l'activité commerciale**

gestion du secteur, participation à l'organisation et au management de l'équipe de vente.

► **Le programme de formation**

**Enseignements généraux**

- Français et culture générale
- Langue vivante étrangère (anglais ou espagnol)
- Économie générale et management d'entreprise
- Droit

**Enseignements professionnels**

- Communication et négociation commerciale
- Organisation et management commercial
- Mercatique
- Gestion commerciale
- Informatique appliquée
- Conduite et présentation de projets commerciaux



## ► Déroulement de la formation

- **Durée** : 24 mois – **Début de formation** : octobre
- **Rythme de l'alternance** : en moyenne par quinzaine, 7 jours en entreprise / 3 jours en formation au Campus IGS

## ► Mon profil

### Savoir-être

- Sens de l'organisation
- Goût du contact
- Une grande faculté d'adaptation
- Souriant et avenant
- Goût pour la communication
- Capacité à négocier
- Goût des défis et challenge
- Savoir analyser
- Résistance au stress
- Force de conviction
- Qualité plus qu'importante : l'écoute.
- Présentation irréprochable

### Savoir-faire

- Etre titulaire du Bac (toutes filières)
- Maîtriser l'informatique
- Connaître le produit

## ► Ma place dans l'entreprise

### Je dépends du

- Directeur commercial
- Directeur général

### Je travaille avec

A l'intérieur de l'entreprise :

- Le directeur commercial
- Le service logistique
- Le service achats
- Le service ADV

A l'extérieur de l'entreprise :

- Les fournisseurs

### ► Quelles missions vous a-t-on confiées par la suite ?

Gérer un secteur avec son parc client, démarcher, les opérations commerciales pour le lancement de nouveaux logiciels et les opérations marketing, les réunions clients pour présenter nos produits.

### ► Y a-t-il des missions inattendues que vous avez découvertes et quelles sont-elles ?

J'ai participé au salon professionnel des buralistes et des diffuseurs de presse, à Paris et j'ai organisé des réunions avec des clients et prospects pour une démonstration du produit et pour présenter notre entreprise.

### ► Quel bilan posez-vous aujourd'hui de ce choix de l'alternance et de cette expérience ?

#### Quelles difficultés avez-vous rencontrées ?

Au début il faut intégrer les technicités du produit dans un délai très bref, s'adapter à la politique de l'entreprise et à son organisation et de l'autre côté, savoir gérer sa vie d'étudiant.

### ► Quels conseils donneriez-vous aux candidats à l'alternance ?

De prendre conscience que l'alternance n'est pas un parcours classique et simple et qu'il faut s'investir énormément. Il ne faut pas faire le choix de plus travailler en entreprise qu'à l'école car l'objectif final c'est l'obtention du BTS.

**Pour lire l'intégralité de l'interview :**  
[cfa-campus-igs.com](http://cfa-campus-igs.com)