

ANNEXE V-1

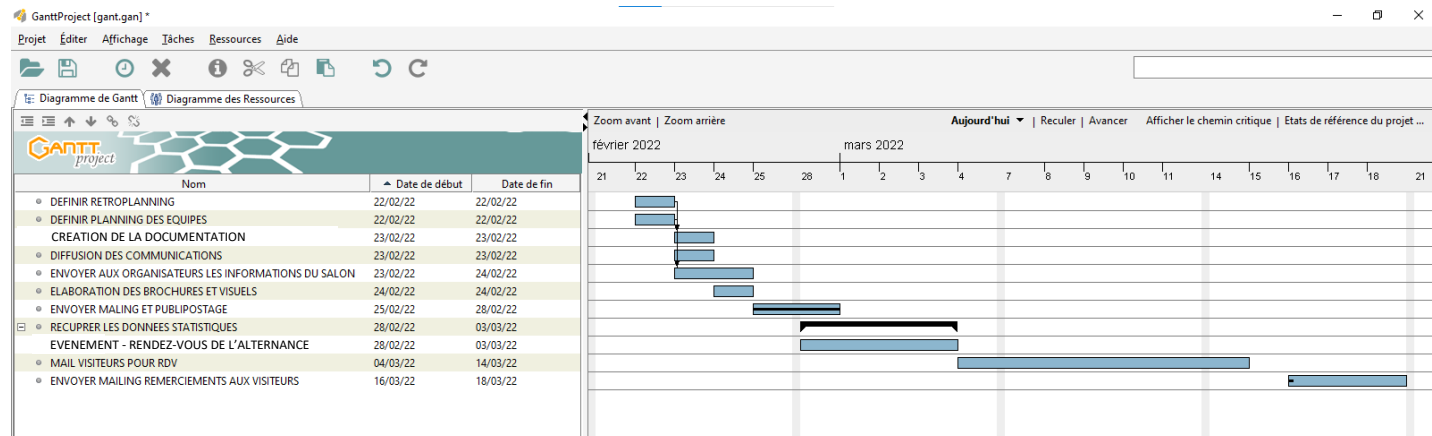
BTS NÉGOCIATION ET DIGITALISATION DE LA RELATION CLIENT SESSION 2021 FICHE DESCRIPTIVE D'ACTIVITÉ PROFESSIONNELLE E4 – RELATION CLIENT ET NÉGOCIATION VENTE		
N° :	<input checked="" type="radio"/> Négociation Vente et Accompagnement de la Relation Client	<input type="radio"/> Organisation et Animation d'un Evènement commercial
TITRE : POSITIONNEMENT CANDIDATS BTS NDRC – Mercredis de l'Alternance		
Nom : DOREMUS	Prénom : Alexandre	N° Candidat :
CADRE DE L'ACTIVITÉ		
Nom de l'organisation	GRETA-CFA Sud Champagne	
Adresse/Code postal/Ville	12 avenue des Lombards, 10000 TROYES	
Type de Structure	Centre de Formation Continue de l'Education Nationale	
Offre commerciale ¹	Produits : Formations en Alternance	
Type(s) de client(s)	B to B, B to C – Demandeurs d'emploi / étudiants	
Méthodes de Vente	Face à Face, Téléphonique, Forums et entretiens	
ANALYSE DE L'ACTIVITÉ		
Date(s) : 1 ^{er} au 15 mars 2022	Lieu de l'activité : Troyes, Aube	
Historique/Problématique de l'activité	Sourcing en vue de l'ouverture de nouveaux dispositifs de formation. Difficultés de recrutement (offre de candidats)	
Acteurs concernés (Statuts/Rôles/Motivations)	GRETA-CFA Sud Champagne : Laurence LAMARCHE, Responsable de l'alternance, chargée du recrutement de nouveaux candidats. Particuliers : Demandeurs d'emploi, étudiants	
Objectifs opérationnels	Sur la période du 1 ^{er} mars au 15 mars, permettre la candidature de 15 profils en vue d'une intégration en BTS NDRC au profits de deux entreprises.	
DÉROULEMENT DE L'ACTIVITÉ		
Phases		Outils mobilisés
<p>1) Mise en place de la stratégie : définition du rétro-planning (GANTT PROJECT en annexe).</p> <ul style="list-style-type: none"> - Préparation des supports (mails, visuels, fichiers de candidature) - Mise en place de la plateforme de recrutement - Mise en place de la Base de donnée recrutement <p>2) Diffusion de l'offre :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Préparation des visuels réseaux sociaux – Planification des diffusions - Diffusion de l'opération de sourcing aux collaborateurs et partenaires <p>3) Mise en place des outils de sourcing :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Construction de la plateforme d'inscription virtuelle - Rédaction des corps de mailing <p>4) Premier entretien téléphonique :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Positionnement aux rendez-vous de l'alternance - Envoi des documents d'inscription et de candidature <p>5) Proposition de rendez-vous individuel :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Positionnement des candidats en RDV physique - Positionnement des candidats en RDV Visioconférence <p>6) Rencontre - Rendez-vous de l'alternance :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Présentation de l'offre commerciale - Entretien individualisé en présentiel <p>7) Suivi et Mise en relation du candidat :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Réception des dossiers de candidature - Partage des CV aux entreprises partenaires + Positionnement 		<ul style="list-style-type: none"> - Diagramme de GANTT - Google Forms + Qr Code - Google DRIVE - Mail(ing) BTS NDRC - Fiches produit - Visuels de communication réseaux - Kakémono - Dossier d'inscription

Résultats	Sur 100 profils prospects, 80 ont obtenus un rendez-vous, 50 sélectionnés et proposés aux entreprises partenaires. Taux de conversion 50%
Difficultés rencontrées	Relance répétée nécessaire des candidats / Disponibilité des candidats

¹ Annexe à joindre à la fiche (1 page recto verso)

CIBLAGE ET PROSPECTION		
Démarche	Stratégie : - Identification du vivier de candidats - Recherche d'entreprise partenaires - Identification des besoins entreprise - Mobilisation d'outils numérique afin de capter les candidats (entreprises et étudiants) - Mise en place de rencontre auprès d'établissements du secondaire partenaires	
Objectifs fixés	Capter et recueillir des coordonnées (nom, prénom, mail, téléphone et adresse) de 200 candidats prospects.	
Activités réalisées		Outils mobilisés
<ul style="list-style-type: none"> - Création du Formulaire Google Forms - Rédaction de corps de texte mailing - Phoning à destination des entreprises - Création d'une campagne de diffusion digitale (réseaux sociaux) - Création de supports graphiques - Entretien auprès des candidats + positionnement - Extraction de la base donnée - Traitement de la base de données - Présentation globale des produits de formation aux candidats 		<ul style="list-style-type: none"> - Google Forms + Qr Code - Google DRIVE - Mail(ing) - Fiches produit - Visuels de communication réseaux - Dossier d'inscription
Résultats obtenus	Sur un objectif de 200 candidats, 127 ont été inscrits sur la base données et 40 positionnés sur un dispositif de formation en alternance.	
Bilan réflexif		
Atouts et des points d'appui	Solutions mises en œuvre	Propositions d'amélioration
<ul style="list-style-type: none"> - Bonne connaissance des produits de formation - Bonne connaissances de aides publiques à destination des candidats - outils de prospection performants - Relance régulière des prospects 	<ul style="list-style-type: none"> - Usage de la plateforme de calcul des aides aux entreprises « 1jeune, 1solution » - Individualisation du parcours de formation - Accompagnement mise en relation Entreprises-Candidats 	<ul style="list-style-type: none"> - Recherche de nouveaux vivier de prospection - Elargissement de la zone de prospection - Usage de nouveaux outils de prospection - Création de campagnes de publicité sponsorisées
EXPLOITATION ET MUTUALISATION DE L'INFORMATION COMMERCIALE		
Informations sur le marché, les clients, le secteur, etc.	<ul style="list-style-type: none"> - Forte concurrence sur le marché (UIMM, Groupe LaSalle, Groupe Alternance...) - Important vivier d'entreprises (Tertiaire) – SNCF Technicentre, EDF, 3Média, ISS France... - Performance commerciale en baisse de vitesse sur le secteur du tertiaire. - Veille commerciale et effective de la concurrence journalière via Facebook / LinkedIn / Parcoursup 	
Objectifs fixés	Proposer et positionner 40 candidats auprès de 5 entreprises clientes	
Démarche de veille		
Sources utilisées	Outils mobilisés	
<ul style="list-style-type: none"> - Référentiel du dispositif de formation BTS NDRC - Site internet Gouvernemental (1 jeune, 1 solution) - 	<ul style="list-style-type: none"> - Réseaux Sociaux professionnels (Linkedin) - Google Alerte - 	
Contribution à l'expertise commerciale de l'organisation		
<p>De par la mise en place de la stratégie de prospection et sourcing, en usant des outils de diffusions digitaux :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Développement de la performance de diffusion sur les réseaux sociaux - Mise en place d'outils innovants afin de faciliter le sourcing - Traitement de l'information commerciale facilité - Mise en relation du client avec le candidat plus rapide - Traitement et extraction de la base de donnée plus fluide grâce aux outils d'incrémentation 		

Diagramme de GANT :





Pré-inscription Formation en alternance

Ce formulaire est à compléter pour une demande de formation en alternance au GRETA-CFA Sud Champagne

Vos coordonnées nous sont indispensables pour vous recontacter et vous envoyer toutes les informations concernant votre demande ainsi qu'un dossier de candidature

[Connectez-vous à Google](#) pour enregistrer votre progression. [En savoir plus](#)

***Obligatoire**

Adresse e-mail *

Votre adresse e-mail

Titre *

Madame

Monsieur

NOM *

Votre réponse



RÉPUBLIQUE
FRANÇAISE

Liberté
Égalité
Fraternité

greta-cfa
SUD CHAMPAGNE)))

EDUFORM

Le label qualité de l'Éducation nationale
pour la formation professionnelle



RENDEZ-VOUS DE L'ALTERNANCE

Venez découvrir votre future
formation en alternance :

LE 23 FÉVRIER 2022

14H/16H

- Découvrez l'alternance
- Des entretiens personnalisés
- Intégrez un BTS en 2022

inscription / informations

recrutement.alternance@gretasudchampagne.com



FORMATION CONTINUE**BREVET DE TECHNICIEN(NE) SUPERIEUR(E)
NEGOCIATION ET DIGITALISATION DE LA RELATION CLIENT**

page 1/2

OBJECTIFS

Obtenir le BTS Négociation et Digitalisation de la Relation Client, diplôme de niveau 5 (ex niveau III).

- Accompagner le client/usager tout au long du processus commercial et intervenir sur l'ensemble des activités suivantes : conseils, prospection, animation, devis, veille, visites, négociation vente/achat, suivi après-vente/achat en direct ou via un réseau de partenaires.
- Gérer un fichier de clientèle de particuliers et/ou de professionnels
- Être capable de mener en autonomie une relation commerciale en face-à-face avec le client mais également via les approches commerciales à distance (Vente en ligne, réseaux sociaux, forums, mobiles...).

CONTENUS

Le BTS Négociation et Digitalisation de la Relation Client regroupe :

- Culture générale et expression française
- Langue vivante étrangère
- Culture économique, juridique et managériale
- Pôles de compétences professionnelles :
 - Relation client et négociation vente
 - Relation client à distance et digitalisation
 - Relation client et animation de réseaux

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

Alternance de cours théoriques et pratique (la majorité des séquences de formation ont lieu en présentiel et une partie peut ponctuellement avoir lieu à distance)

Individualisation des contenus en fonction du niveau et de la progression des apprenant(e)s.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Les modules s'enchaînent simultanément selon une progression pédagogique élaborée par l'équipe pédagogique et/ou dictée par la réglementation

GRETA SUD CHAMPAGNE

12, avenue des lombards, 10000 Troyes - Tél : 03.25.71.23.80

Mél : contact@gretasudchampagne.com – Site : www.gretasudchampagne.com

SIRET : 191 000 256 000 39 - N° activité : 21 10 P000 310 – Code APÉ/NAF : 8559 A

Les conditions générales de ventes sont disponibles sur notre site internet

PRÉ-REQUIS

- Être titulaire d'un diplôme de niveau 4 (Bac général, technologique ou professionnel)
- Avoir de bonnes capacités d'expression et de communication

PUBLIC

Tout public (demandeur(se)s d'emploi, salarié(e)s, apprenti(e)s, stagiaires en contrat de professionnalisation)

DURÉE

Volume horaire en centre :

1350 h soit 39 semaines sur 2 ans (contrat d'apprentissage) ou 1100 heures en centre soit 32 semaines sur 2 ans (autre public)

Volume horaire par semaine : 35 heures

Alternance :

2 jours en centre, 3 jours en entreprise et 1 semaine en centre par mois (contrat d'apprentissage) ou 2 jours en centre, 3 jours en entreprise (autre public)

Formation disponible en une année en fonction du niveau d'entrée

DATES – DELAIS D'ACCES

Rentrée le 12/09/22, possibilité d'intégrer la formation jusqu'au 15 octobre 2022, date de fin le 28 mai 2024

NOMBRE DE PARTICIPANT(E)S

15 participant(e)s maximum

INTERVENANT(E)S

Formateur(trices)s certifié(e)s et agrégé(e)s, habilité(e)s par l'Education Nationale à préparer au diplôme, à mettre en œuvre les C.C.F. et faire passer toutes les épreuves du BTS.

LIEUX DE FORMATION

Lycée Les Lombards

12 avenue des Lombards 10000 TROYES

Lycée St Exupéry, 52100 Saint DIZIER

VALIDATION

Obtention du BTS Négociation et Digitalisation de la Relation Client (NDRC) ou attestation de formation

TARIF – MODALITES DE FINANCEMENT

Parcours complet : 20 130,00 €

Parcours Individualisé / sur mesure, proposition tarifaire sur demande

ACCESSIBILITE - HANDICAP

Nos locaux sont accessibles aux personnes à mobilité réduite. Nos référent(e)s handicap sont à votre écoute pour l'analyse de vos besoins spécifiques et l'adaptation de votre formation

Stéphanie AYERED

stephanie.ayered-cozier@gretasudchampagne.com

03 25 71 23 82 - 06 88 82 24 34



www.gretasudchampagne.com