

BUT TECHNIQUES DE COMMERCIALISATION :
Business Développement et Management de la Relation Client
Formation en alternance
Plan de formation 2024-2026

Le DUT TC proposait un parcours en alternance, en 2^{ème} année depuis septembre 2017. Dans le département, la licence professionnelle MGRC (Management et Relation Client) formait depuis 2005 à la gestion de la relation client et au management commercial.

Le passage au BUT permet ainsi au département TC de l'IUT Lyon1 de proposer aux étudiants du parcours *Business développement et management de la relation client* d'effectuer leur 2^{ème} et 3^{ème} année en alternance.

Objectifs

Le Bachelor Universitaire de Technologie Techniques de Commercialisation forme de futurs cadres intermédiaires capables d'intervenir dans toutes les étapes de la commercialisation d'un bien ou d'un service : de l'étude de marché à la vente en passant par la stratégie marketing, la communication commerciale, la négociation et la relation client. Le titulaire du Bachelor Universitaire de Technologie Techniques de Commercialisation est polyvalent, autonome et évolutif. Il couvre les secteurs d'activités en lien avec les métiers de la vente, du marketing et de la communication.

Le titulaire du B.U.T. TC possède des compétences professionnelles et des connaissances universitaires solides lui permettant une intégration dans le monde de l'entreprise et une évolution dans l'environnement professionnel.

Le parcours *Business Développement et Management de la Relation Client* vise un double objectif. Il s'agit d'abord de former au développement de l'activité commerciale, dans de multiples secteurs d'activité. Afin d'améliorer la satisfaction des salariés, et par conséquent des clients, le second objectif est la maîtrise des outils du management et de la gestion de la relation client. Les diplômés auront ainsi les compétences requises pour contribuer au développement d'affaires et au management de la relation client dans tout type d'organisation.

Les alternants peuvent effectuer des missions à caractère commercial (développement et fidélisation du portefeuille client, réalisation d'outils d'aide à la vente, mise en place d'outils de GRC...), marketing (étude de marché, lancement de produit, opération de communication, enquête de satisfaction et de suivi client...) ou managérial (création d'outil de pilotage, coordination d'une équipe commerciale...). Les missions devront évoluer au cours des deux années, afin de permettre aux alternant de gagner en autonomie et de les préparer à être de futurs managers opérationnels.

Compétences visées :

Au cours de leur formation, les étudiants développent des compétences :

- en marketing : conduire des actions marketing pour construire une offre commerciale, ainsi que pour développer et fidéliser le portefeuille de clients ;
- en vente : analyser et comprendre les besoins des clients, concevoir des offres complexes et maîtriser la relation commerciale avec différents interlocuteurs et niveaux de communication ;
- en communication commerciale : élaborer un plan de communication, entretenir une conversation professionnelle et échanger des mails en langue étrangère, afin de développer la relation client ;
- en business développement : réaliser une analyse pertinente de l'environnement et des ressources avant de prendre une décision stratégique, manager une équipe de collaborateurs ou chargés de clientèle, coordonner un projet commercial et piloter un centre de profit ;
- en relation clients : maîtriser les techniques de recueil et d'analyse des données clients, connaître les spécificités des secteurs d'activité, du domaine des services à celui de l'industrie.

Ils développent également des savoirs en droit, économie, comptabilité et sciences de gestion, statistiques, ressources numériques, expression, communication, culture générale, et en langues étrangères.

Ils sont amenés à mobiliser des savoir-être professionnels et transversaux : développer un comportement adéquat en milieu professionnel, savoir conduire un projet, organiser et animer des réunions ou des événements, apprendre à gérer son temps et ses priorités, faire preuve de rigueur et d'empathie.

Les débouchés :

A l'issue de la formation, les diplômés auront les compétences nécessaires pour accéder à des postes de conseiller commercial, chargé d'affaires ou de relation clientèle dans l'industrie et les services, avec la perspective de devenir, à terme, managers d'équipes commerciales.

Prérequis :

Avoir validé les deux semestres du BUT TC (S1 et S2) **en formation initiale.**

Pas plus de 5 absences injustifiées sur ces deux semestres.

Statut :

Contrat d'apprentissage ou de professionnalisation

Contenu de la formation :

A l'issue des 3 années, un étudiant de BUT TC du parcours *Business Développement et Management de la Relation Client* doit posséder des compétences en marketing, vente, communication commerciale, business développement et relation client. Elles sont présentées ci-dessous de manière synthétique (source : *Programme National BUT TC 2022* p.51)

Marketing : Conduire les actions marketing

- En analysant avec des outils pertinents l'environnement et les ressources de l'organisation
- En évaluant de manière adaptée les principaux acteurs de l'offre sur le marché
- En quantifiant la demande et en identifiant les facteurs d'influence du comportement des clients
- En élaborant un marketing mix adapté à la cible et au positionnement choisi par l'organisation
- En adoptant une posture citoyenne, éthique et écologique
- En intégrant le e-marketing pour développer les ventes et gérer la relation client
- En comprenant l'importance et la particularité de la relation commerciale Business-to-business
- En appréhendant les spécificités du marketing des services pour définir une offre adaptée

Vente : Vendre une offre commerciale

- En respectant l'ordre des étapes de la négociation commerciale et une démarche éthique
- En élaborant les documents commerciaux adaptés à la situation commerciale et dans le respect de la réglementation
- En utilisant de façon efficace des indicateurs de performance fixés par l'organisation
- En prospectant à l'aide d'outils adaptés
- En adaptant sa communication verbale et non verbale à la situation commerciale

Communication commerciale : communiquer l'offre commerciale

- En élaborant une stratégie de communication en cohérence avec le mix
- En utilisant les outils de la communication commerciale adaptés à la demande et aux contraintes de l'organisation
- En produisant des supports de communication efficaces et qualitatifs
- En respectant la réglementation en vigueur

Business développement : participer à la stratégie marketing et commerciale de l'organisation

- En identifiant les opportunités de développement les plus porteuses
- En animant et pilotant efficacement les équipes commerciales
- En élaborant une offre adaptée au contexte sectoriel du client
- En fédérant l'équipe autour de l'atteinte des objectifs commerciaux

Relation client : manager la relation client

- En développant une culture de service client partagée dans l'organisation
- En maîtrisant la relation omnicanal et en pilotant la satisfaction et l'expérience client tout au long du parcours
- En valorisant le portefeuille client par l'exploitation des données client, dans le respect de la réglementation
- En appréciant les effets de la digitalisation dans la relation client
- En fidélisant les clients dans une relation durable

Pour développer ces compétences, les enseignements sont structurés en semestres.

Les ressources programmées chaque semestre sont les suivantes :

Semestre 3 (352h) :	Semestre 4 (272h) :
Marketing Mix - 2 Entretien de vente Principes de la communication digitale Etudes marketing - 3 Environnement économique international Droit des activités commerciales - 1 Techniques quantitatives et représentations - 3 Tableau de bord commercial Psychologie sociale du travail Anglais appliqué au commerce - 3 LV B appliquée au commerce - 3 Ressources et culture numériques - 3	Stratégie marketing - 1 Négociation : rôle du vendeur et de l'acheteur Conception d'une campagne de communication Droit du travail Anglais appliqué au commerce - 4 LV B appliquée au commerce - 4 Expression, communication, culture - 4 PPP – 4 Fondamentaux du management de l'équipe commerciale Relation client omnicanal

Expression, communication, culture - 3 PPP – 3 Marketing B2B Fondamentaux de la relation client	
--	--

Semestre 5 (392h) :	Semestre 6 (184h) :
Stratégie d'entreprise Négocier dans des contextes spécifiques - 1 Financement et régulation de l'économie Droit des activités commerciales - 2 Analyse financière Anglais appliqué au commerce - 5 LV B appliquée au commerce - 5 Expression, communication, culture - 5 PPP – 5 Ressources et culture numériques appliquées au Business développement et au management de la relation client Développement des pratiques managériales Management de la valeur client Marketing des services Pilotage de l'équipe commerciale	Stratégie d'entreprise - 2 Négocier dans des contextes spécifiques – 2 Management des comptes-clés (KAM) Nouveaux comportements des clients

Chaque semestre, des situations d'apprentissages et d'évaluation (SAé) permettent l'évaluation en situation des compétences. La SAé est une tâche authentique qui répond à une problématique que l'on retrouve en milieu professionnel. C'est donc un ensemble d'actions qui nécessite de la part de l'étudiant le choix, la mobilisation et combinaison de ressources pertinentes et cohérentes avec les objectifs ciblés.

Dates de début et de fin de la formation :

TC2 : Du 1^{er} septembre 2024 au 31 août 2026, selon le calendrier prévu.

TC3 : Du 6 septembre 2024 au 5 septembre 2025, selon le calendrier prévu

Nombre d'heures effectuées au centre de formation pour valider le BUT TC :

Nombre d'heures	Cours ou SAé	Projet tutoré	Total par semestre	Total année
Semestre 3	284	68	352 h	
Semestre 4	180	92	272 h	TC2 : 624 h (88 jours)
Semestre 5	292	100	392 h	
Semestre 6	84	100	184 h	TC3 : 576 h (82 jours)

Responsable pédagogique de la formation :

IUTgratteciel.tc.entreprises@univ-lyon1.fr

Contact :

Service FARE site Gratte-Ciel : iut.fare@univ-lyon1.fr -

Tel 04.72.65.53.65