

Répertoire national des certifications professionnelles
BUT - Techniques de Commercialisation : Business
développement et management de la relation client

Active

N° de fiche

RNCP35357

Nomenclature du niveau de qualification : Niveau 6

Code(s) NSF :

- 312t : Négociation et vente
- 312p : Gestion des échanges commerciaux
- 312 : Commerce, vente

Formacode(s) :

- 41054 : banque assurance
- 34554 : commerce
- 34573 : action commerciale
- 34076 : gestion relation client
- 34037 : satisfaction client

Date d'échéance de l'enregistrement : 31-08-2026

CERTIFICATEUR(S)

Nom légal	SIRET	Nom commercial
MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR DE LA RECHERCHE ET DE L'INNOVATION	11004401300040	-
CY CERGY PARIS UNIVERSITE	13002597600015	IUT de Cergy- Pontoise
UNIV PARIS XIII PARIS-NORD VILLETANEUSE	19931238000017	IUT de Saint-Denis

UNIVERSI AVIGNON ET DES PAYS DE VAUCLU	19840685200204	IUT d'Avignon
UNIVERSITE BREST BRETAGNE OCCIDENTALE	19290346600014	IUT de Quimper
UNIVERSITE CLAUDE BERNARD LYON 1	19691774400019	IUT Lyon 1
UNIVERSITE CLERMONT AUVERGNE	13002277500014	IUT Clermont Auvergne
UNIVERSITE D ARTOIS	19624401600016	IUT de Lens
UNIVERSITE D EVRY VAL D ESSONNE	19911975100014	IUT d'Evry Val d'Essonne
UNIVERSITE D'AIX MARSEILLE	13001533200013	IUT d'Aix-Marseille
UNIVERSITE D'ANGERS	19490970100303	IUT d'Angers-Cholet
UNIVERSITE DE BESANCON	19251215000363	IUT de Belfort- Montbéliard
UNIVERSITE DE BORDEAUX	13001835100010	IUT de Bordeaux
UNIVERSITE DE BRETAGNE SUD	19561718800600	IUT de Vannes
UNIVERSITE DE CAEN NORMANDIE	19141408500016	IUT Grand Ouest Normandie
UNIVERSITE DE HAUTE ALSACE	19681166500013	IUT de Colmar

UNIVERSITE DE LIMOGES	19870669900321	IUT du Limousin
UNIVERSITE DE MONTPELLIER	13002054800017	IUT de Montpellier - Sète
NANTES UNIVERSITE	13002974700016	IUT de Saint-Nazaire
UNIVERSITE DE PAU ET DU PAYS DE L'ADOUR	19640251500239	IUT de Bayonne et du Pays Basque
UNIVERSITE DE LA ROCHELLE	19170032700015	IUT de La Rochelle
UNIVERSITE DE POITIERS	19860856400375	IUT d'Angoulême
UNIVERSITE PAUL SABATIER TOULOUSE III	19311384200010	IUT Paul Sabatier
UNIVERSITE DE POITIERS	19860856400375	IUT de Poitiers-Niort-Châtelleraut
UNIVERSITE DE RENNES I	19350936100013	IUT de Saint-Brieuc
UNIVERSITE DE STRASBOURG	13000545700010	IUT Robert Schuman
UNIVERSITE DE TOULON	19830766200017	IUT de Toulon
UNIVERSITE DU LITTORAL COTE D OPALE	19594403800205	IUT du Littoral Côte d'Opale
UNIVERSITE LE HAVRE NORMANDIE	19762762300121	IUT Le Havre

UNIVERSITE GUSTAVE EIFFEL	13002612300013	IUT de Marne la Vallée
UNIVERSITE PARIS-SACLAY	13002602400054	IUT de Sceaux
UNIVERSITE PAUL SABATIER TOULOUSE III	19311384200010	IUT de Tarbes
UNIVERSITE SAVOIE MONT BLANC	19730858800015	IUT d'Annecy
UNIVERSITE TOULOUSE II	19311383400017	IUT de Figeac
UNIVERSITE VERSAILLES ST QUENTIN YVELINE	19781944400013	IUT de Vélizy- Rambouillet
UNIVERSITE DE LILLE	13002975400012	IUT C - Roubaix
UNIVERSITE DE REIMS CHAMPAGNE- ARDENNE	19511296600799	IUT de Troyes
UNIVERSITE COTE D'AZUR	13002566100013	IUT de Nice Côte d'Azur
UNIVERSITE POLYTECHNIQUE HAUTS-DE- FRANCE	13002574500014	IUT de Valenciennes - Site de Cambrai
UNIVERSITE JEAN MONNET SAINT ETIENNE	19421095100423	IUT de Roanne, IUT de Saint-Etienne
UNIVERSITE DIJON BOURGOGNE	19211237300019	IUT du Creusot, IUT de Dijon

UNIVERSITE AMIENS PICARDIE JULES VERNE	19801344300017	IUT de Amiens, IUT de l'Aisne, IUT de l'Oise
UNIVERSITE PARIS EST CRETEIL VAL DE MARNE	19941111700013	IUT de Créteil,-Vitry, IUT de Sénart/Fontainebleau
UNIVERSITE GRENOBLE ALPES	13002608100013	IUT de Valence, IUT 2 de Grenoble
UNIVERSITE DE LORRAINE	13001550600012	IUT de Metz, IUT de Thionville-Yutz, IUT Epinal - Hubert Curien, IUT Nancy- Charlemagne
UNIVERSITE DE ROUEN NORMANDIE	19761904200017	IUT d'Evreux, IUT de Rouen
UNIVERSITE PARIS CITE	13002573700011	IUT Paris Descartes (IUT de Paris - Rives de Seine)
UNIVERSITE D'ORLEANS	19450855200016	IUT de l'Indre - Site de Issoudun

RÉSUMÉ DE LA CERTIFICATION

Objectifs et contexte de la certification :

Le titulaire du Bachelor Universitaire de Technologie Techniques de Commercialisation intervient 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. Il couvre les secteurs d'activités en lien avec les métiers de la vente, du marketing et de la communication. Il est polyvalent, autonome et évolutif.

Le titulaire du BUT Techniques de commercialisation business développement et management de la relation client est un spécialiste de la relation commerciale qu'il exerce au sein de tout type d'entreprise industrielle, commerciale et de service.

Activités visées :

Conduite des actions marketing :

- en situation de développement d'un produit
- en situation de développement d'un service
- en situation de développement d'une activité non marchande.

Vente d'une offre commerciale :

- en situation de vente en B to C
- en situation de vente en B to B.

Communication de l'offre commerciale :

- en situation de communication de l'offre en tant qu'annonceur
- en situation de communication de l'offre en tant qu'agence de communication.

Participation à la stratégie marketing et commerciale de l'organisation:

- en situation d'activité commerciale en B to B
- en situation d'activité commerciale en B to C.

Management de la relation client :

- en situation d'activité commerciale en B to B
- en situation d'activité commerciale en B to C.

Compétences attestées :

Conduire des actions marketing :

- en analysant avec des outils pertinents les contextes économiques, juridiques, commerciaux et financiers
- en évaluant de manière adaptée les principaux acteurs de l'offre sur le marché

- en quantifiant la demande et en appréciant le comportement du consommateur
- en analysant avec les outils appropriés les compétences et les ressources de l'entreprise
- en élaborant un mix adapté à la cible et positionné par rapport aux concurrents
- en adoptant une posture citoyenne, éthique et écologique.

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.

Communiquer sur 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.

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

- en identifiant les opportunités de développement les plus prometteuses
- en manquant efficacement les équipes commerciales
- en élaborant une offre adaptée au contexte sectoriel du client.

Manager la relation client :

- en développant une culture partagée de service client
- en pilotant la satisfaction et l'expérience client tout au long du parcours dans une perspective durable
- en valorisant le portefeuille client par l'exploitation des données client dans le respect de la réglementation.

Compétences transversales :

Se servir du numérique :

- en utilisant 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

Exploiter les données à des fins d'analyse :

- en identifiant, sélectionnant et analysant avec esprit critique diverses ressources dans son domaine de spécialité pour documenter un sujet et synthétiser ces données en vue de leur exploitation
- en analysant et synthétisant des données en vue de leur exploitation
- en développant une argumentation avec esprit critique .

S'exprimer et communiquer à l'écrit et à l'oral :

- en se servant aisément des différents registres d'expression écrite et orale de la langue française -en communiquant par oral et par écrit, de façon claire et non-ambiguë, en français et dans au moins une langue étrangère.

Agir en responsabilité au sein d'une organisation professionnelle :

- en situant son rôle et sa mission au sein d'une organisation pour s'adapter et prendre des initiatives.
- en respectant les principes d'éthique, de déontologie et de responsabilité environnementale.
- en travaillant en équipe et en réseau ainsi qu'en autonomie et responsabilité au service d'un projet.
- en analysant ses actions en situation professionnelle, s'autoévaluer pour améliorer sa pratique.

Se Positionner vis à vis d'un champ professionnel :

-en identifiant et situant les champs professionnels potentiellement en relation avec les acquis et la mention ainsi que les parcours possibles pour y accéder

-en caractérisant et valorisant son identité, ses compétences et son projet professionnel en fonction d'un contexte

-en identifiant le processus de production, de diffusion et de valorisation des savoirs.

Modalités d'évaluation :

Validation des compétences par évaluation orale, écrite et pratique lors de mises en situation professionnelle (rédaction et réalisation de rapports, plans, schémas, études techniques, exposé oral de présentation d'équipement ou de procédé, mise en situation sur des pilotes et en stage et projet, études de cas, évaluation du travail réalisé en stage et projet)

BLOCS DE COMPÉTENCES

N° et intitulé du bloc	Liste de compétences	Modalités d'évaluation
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	Validation des compétences par évaluation orale, écrite et pratique lors de mises en situation professionnelle (rédaction et réalisation de rapports, plans, schémas, études techniques - exposé oral de présentation

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
- Elaborer une stratégie marketing dans un environnement instable (sanitaire, économique ou interne)
- Faire évoluer l'offre à l'aide de leviers de

d'équipement ou de procédé - mise en situation sur des pilotes et en stage et projet, études de cas, évaluation du travail réalisé en stage et projet

	<p>création de valeur</p> <p>-Intégrer la RSE dans la stratégie de l'offre</p>	
<p>RNCP35357BC02</p> <p>Vendre une offre commerciale</p>	<p>-Préparer un plan de découverte qui permette de profiler le client et découvrir ses besoins</p> <p>-Concevoir un argumentaire de vente qui permette de proposer une solution adaptée aux besoins du client</p> <p>-Concevoir des OAV efficaces</p> <p>-Evaluer la performance commerciale au moyen d'indicateurs</p> <p>-Recourir aux techniques adaptées à la démarche de prospection</p> <p>-Recourir aux codes d'expression spécifiques et professionnels</p> <p>-Convaincre en exprimant avec empathie l'offre en termes d'avantages personnalisés</p> <p>-Négocier le prix : défendre, valoriser l'offre en percevant les stratégies d'achat</p> <p>-Maîtriser les éléments juridiques et comptables de</p>	<p>Validation des compétences par évaluation orale, écrite et pratique lors de mises en situation professionnelle (rédaction et réalisation de rapports, plans, schémas, études techniques - exposé oral de présentation d'équipement ou de procédé - mise en situation sur des pilotes et en stage et projet, études de cas, évaluation du travail réalisé en stage et projet)</p>

	<p>l'offre</p> <ul style="list-style-type: none"> -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 -Elaborer 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, etc 	
<p>RNCP35357BC03</p> <p>Communiquer l'offre commerciale</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Identifier les cibles et objectifs de communication en tenant compte de la 	<p>Validation des compétences par évaluation orale, écrite et</p>

cohérence du mix

- Analyser de manière pertinente les moyens de communication commerciale (médias, hors médias, médias sociaux)
- Elaborer des supports simples (Imprimé Sans Adresse, affiches, dossier de sponsoring,...)
- Analyser les indicateurs post campagne (impact, efficacité)
- Elaborer une stratégie de communication adaptée au brief agence
- Etablir 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-reputation.

pratique lors de mises en situation professionnelle (rédaction et réalisation de rapports, plans, schémas, études techniques - exposé oral de présentation d'équipement ou de procédé - mise en situation sur des pilotes et en stage et projet, études de cas, évaluation du travail réalisé en stage et projet).

<p>RNCP35357BC04</p> <p>Participer à la stratégie marketing et commerciale de l'organisation</p>	<ul style="list-style-type: none"> -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). 	<p>Validation des compétences par évaluation orale, écrite et pratique lors de mises en situation professionnelle (rédaction et réalisation de rapports, plans, schémas, études techniques - exposé oral de présentation d'équipement ou de procédé - mise en situation sur des pilotes et en stage et projet, études de cas, évaluation du travail réalisé en stage et projet).</p>
<p>RNCP35357BC05</p> <p>Manager la relation client</p>	<ul style="list-style-type: none"> -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 	<p>Validation des compétences par évaluation orale, écrite et pratique lors de mises en situation professionnelle (rédaction et réalisation de rapports, plans, schémas, études</p>

	<p>l'activité</p> <ul style="list-style-type: none"> -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. 	<p>techniques -</p> <ul style="list-style-type: none"> exposé oral de présentation d'équipement ou de procédé - mise en situation sur des pilotes et en stage et projet, études de cas, évaluation du travail réalisé en stage et projet
<p>RNCP35357BC06</p> <p>Usages numériques</p>	<ul style="list-style-type: none"> -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. 	<p>Contrôle continu intégral mobilisant notamment des mises en situation professionnelle à partir desquelles est demandée une démarche autoréflexive et de démonstration des compétences</p>

		acquises
<p>RNCP35357BC07</p> <p>Exploitation de données à des fins d'analyse</p>	<p>-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.</p> <p>-Analyser et synthétiser des données en vue de leur exploitation.</p> <p>-Développer une argumentation avec esprit critique.</p>	<p>Contrôle continu intégral mobilisant notamment des mises en situation professionnelle à partir desquelles est demandée une démarche autoréflexive et de démonstration des compétences acquises</p>
<p>RNCP35357BC08</p> <p>Expression et communication écrites et orales</p>	<p>-Se servir aisément des différents registres d'expression écrite et orale de la langue française.</p> <p>-Communiquer par oral et par écrit, de façon claire et non-ambiguë, dans au moins une langue étrangère</p>	<p>Contrôle continu intégral mobilisant notamment des mises en situation professionnelle à partir desquelles est demandée une démarche autoréflexive et de démonstration des compétences acquises</p>
<p>RNCP35357BC09</p> <p>Action en responsabilité au</p>	<p>Situer son rôle et sa mission au sein d'une organisation pour</p>	<p>Contrôle continu intégral mobilisant</p>

sein d'une organisation professionnelle	<p>s'adapter et prendre des initiatives</p> <ul style="list-style-type: none"> -Respecter les principes d'éthique, de déontologie et de responsabilité -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 	<p>notamment des mises en situation professionnelle à partir desquelles est demandée une démarche autoréflexive et de démonstration des compétences acquises</p>
<p>RNCP35357BC10</p> <p>Positionnement vis à vis d'un champ professionnel</p>	<ul style="list-style-type: none"> -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 	<p>Contrôle continu intégral mobilisant notamment des mises en situation professionnelle à partir desquelles est demandée une démarche autoréflexive et de démonstration des compétences acquises</p>

Description des modalités d'acquisition de la certification par capitalisation des blocs de

compétences et/ou par équivalence :

L'intégralité de la certification s'obtient par la validation de tous les blocs de compétences.

SECTEUR D'ACTIVITÉ ET TYPE D'EMPLOI

Secteurs d'activités :

Le titulaire d'un BUT Techniques de Commercialisation Business développement et management de la relation client exerce son activité dans toutes les organisations qui gèrent des relations clients en B to B et /ou B to C. Les secteurs d'activités sont multiples tels que : banque, assurance, immobilier, tourisme, distribution, agroalimentaire, cosmétique, textile, automobile.

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(e),
- Business developer,

Après 3 ans

- 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

Références juridiques des réglementations d'activité :

VOIES D'ACCÈS

Le cas échéant, prérequis à la validation des compétences :

Validité des composantes acquises :

Voie d'accès à la certification	Oui	Non	Composition des jurys
Après un parcours de formation sous statut d'élève ou d'étudiant	X		Jury présidé par le directeur de l'IUT et comprenant 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
Après un parcours de formation continue	X		Jury présidé par le directeur de l'IUT et comprenant 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.
En contrat de professionnalisation	X		Jury présidé par le directeur de l'IUT et comprenant 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
Par candidature individuelle		X	-

LIENS AVEC D'AUTRES CERTIFICATIONS PROFESSIONNELLES, CERTIFICATIONS OU HABILITATIONS

Lien avec d'autres certifications professionnelles, certifications ou habilitations : Oui

Certifications professionnelles, certifications ou habilitations en équivalence au niveau européen ou international :

Certifications professionnelles enregistrées au RNCP en équivalence :

N° de la fiche	Intitulé de la certification professionnelle reconnue en équivalence	Nature de l'équivalence (totale, partielle)
RNCP2927 (/recherche/rncp/2927)	DUT Techniques de commercialisation	partielle

Liens avec des certifications et habilitations enregistrées au Répertoire spécifique :

BASE LÉGALE

Référence des arrêtés et décisions publiés au Journal Officiel ou au Bulletin Officiel (enregistrement au RNCP, création diplôme, accréditation...) :

Date du JO / BO	Référence au JO / BO
12-12-2019	Arrêté du 6 décembre 2019 portant réforme de la licence professionnelle

-	Université Côte d'Azur, arrêté du : 15/07/2021
---	--

Date d'effet de la certification	01-09-2021
Date d'échéance de l'enregistrement	31-08-2026

POUR PLUS D'INFORMATIONS

Statistiques :

Lien internet vers le descriptif de la certification :

Le certificateur n'habilite aucun organisme préparant à la certification

Référentiel d'activité, de compétences et d'évaluation :

Référentiel d'activité, de compétences et d'évaluation
(<https://certifpro.francecompetences.fr/webapp/services/enregistrementDroit/documentDownload/20909/210477>)