
BUT 3ème année **BUSINESS DEVELOPPEMENT ET** **MANAGEMENT DE LA RELATION CLIENT (BDMRC)** **CLASSIQUE**

Réalisée dans le département TC (Techniques de Commercialisation) de l'IUT d'Annecy, cette formation d'1 an (ex LP Management de la Relation Commerciale) proposée en alternance, permet l'obtention du Bachelor Universitaire de Technologie (Bac + 3), reconnu au niveau européen et inscrit au Répertoire National de la Certification Professionnelle (RNCP).

Objectifs de la formation

- Acquérir les compétences nécessaires à l'activité de commercial ou responsable commercial en participant à la stratégie marketing et commerciale de l'organisation. Apprendre à manager la relation client
- Acquérir une expérience professionnelle significative
- Développer des compétences dans les domaines suivants :
 - > Marketing,
 - > Relation client,
 - > Négociation-vente,
 - > Management - Business Développement.

Insertion professionnelle

Métiers visés

- Chargé-e de clientèle,
- Chef de secteur,
- Adjoint-e chef de produit,
- Chargé-e de communication,
- Responsable commercial,
- Manager point de vente...

Des perspectives professionnelles larges

Responsabilités commerciales sur l'ensemble de la chaîne de valeur client :

- En front office : vente-conseil, prospection, négociation, gestion des clients...
- En back office : relation client, marketing, e-commerce, communication, management d'équipe, assistance commerciale,...
- Tout secteur (services, industrie),
- Tout canal (face-à-face, online),
- Toute clientèle (B to B, B to C),
- En point de vente ou en itinérant.

Organisation

Formation proposée en alternance **en contrat d'apprentissage** :

- 14 semaines de cours sur l'année réparties de septembre à septembre (le reste du temps en entreprise),
- Un statut de salarié-e,
- Une formation financée par l'entreprise (hors C.V.E.C.).



« Le BUT 3 BDMRC Classique est une formation qui répond à une préoccupation majeure des entreprises : optimiser leur relation commerciale.

Elle permet de se former à une activité professionnelle dans le commerce et évoluer vers des postes à responsabilité managériale, dans des entreprises de tailles et de secteurs très variés.»

Laetitia RICO
Responsable de formation



Marketing
Relation client
Management
Négociation
Business Développement

CANDIDATURE

- 1/ Candidature en ligne
De février à mai sur
<https://ecandidat-usmb.grenet.fr/ecandidat/>
N'attendez pas d'être recruté-e par une entreprise pour soumettre votre candidature
- 2/ Sélection sur examen des dossiers de candidature de mars à juin
- 3/ Le candidat admissible après l'examen du dossier doit être recruté en contrat d'apprentissage pour obtenir une place définitive au sein de la formation (dans la limite des places disponibles).

Candidatures formation continue :
Nous contacter au plus tôt

CONTACTS

Responsable de la formation
Laëtitia RICO
Renseignements et candidatures
Cécile BENISTAND / 04 50 09 22 98
cecile.benistand@univ-smb.fr

Conditions d'accès

- Etre recruté-e par une entreprise en **contrat d'apprentissage**,
- Etre titulaire d'un Bac+2 (formations tertiaires, sciences humaines) permettant de valider les compétences pré-requises,
- Possibilité de VAE (Validation des Acquis de l'Expérience).

Contenu de la formation BDMRC CLASSIQUE

Mettre en œuvre et piloter la stratégie client d'une entreprise

• Marketing et Relation client

Gestion de la relation client, études commerciales, marketing des services, marketing digital et nouveaux comportements des clients, marketing BtoB.

• Vente et négociation

Négociation dans des contextes spécifiques, développement à l'international, communication.

• Business développement et management

Pilotage de l'équipe commerciale et performance commerciale, management de la valeur client, développement des pratiques managériales, stratégie d'entreprise, management des comptes-clés.

• Compétences supports

Anglais commercial, économie locale, droit des activités commerciales.

• Projet tutoré et activité en entreprise

Exemples de missions en entreprise :

Gestion, développement d'un portefeuille clients sur un secteur, un produit ;
Étude de marché ;
Organisation commerciale, mise en place d'outils relationnels, communication vis-à-vis de prospects, clients, prescripteurs ;
Développement d'outils de vente à distance ...