

BTS NDRC

Bac +2 - Niveau 5

Négociation et digitalisation de la relation client



100% en ligne

 **Remplir un dossier d'inscription**

edup-bs.com

contact@edup-bs.com

04 42 38 96 17

Le BTS négociation et digitalisation de la relation client (NDRC) forme les professionnels du commerce et de la relation client de demain. Un métier en constante évolution, au croisement de la vente, du marketing, du management et du pilotage de la performance.

Chez Ed'Up Business School, nous avons conçu une formation exigeante et opérationnelle, pensée par des professionnels de terrain. Ici, pas de théorie déconnectée : vous apprendrez à prospecter, convaincre, fidéliser, mais aussi à créer du contenu digital, à gérer un CRM, à piloter un réseau de vente ou encore à lancer des campagnes impactantes.

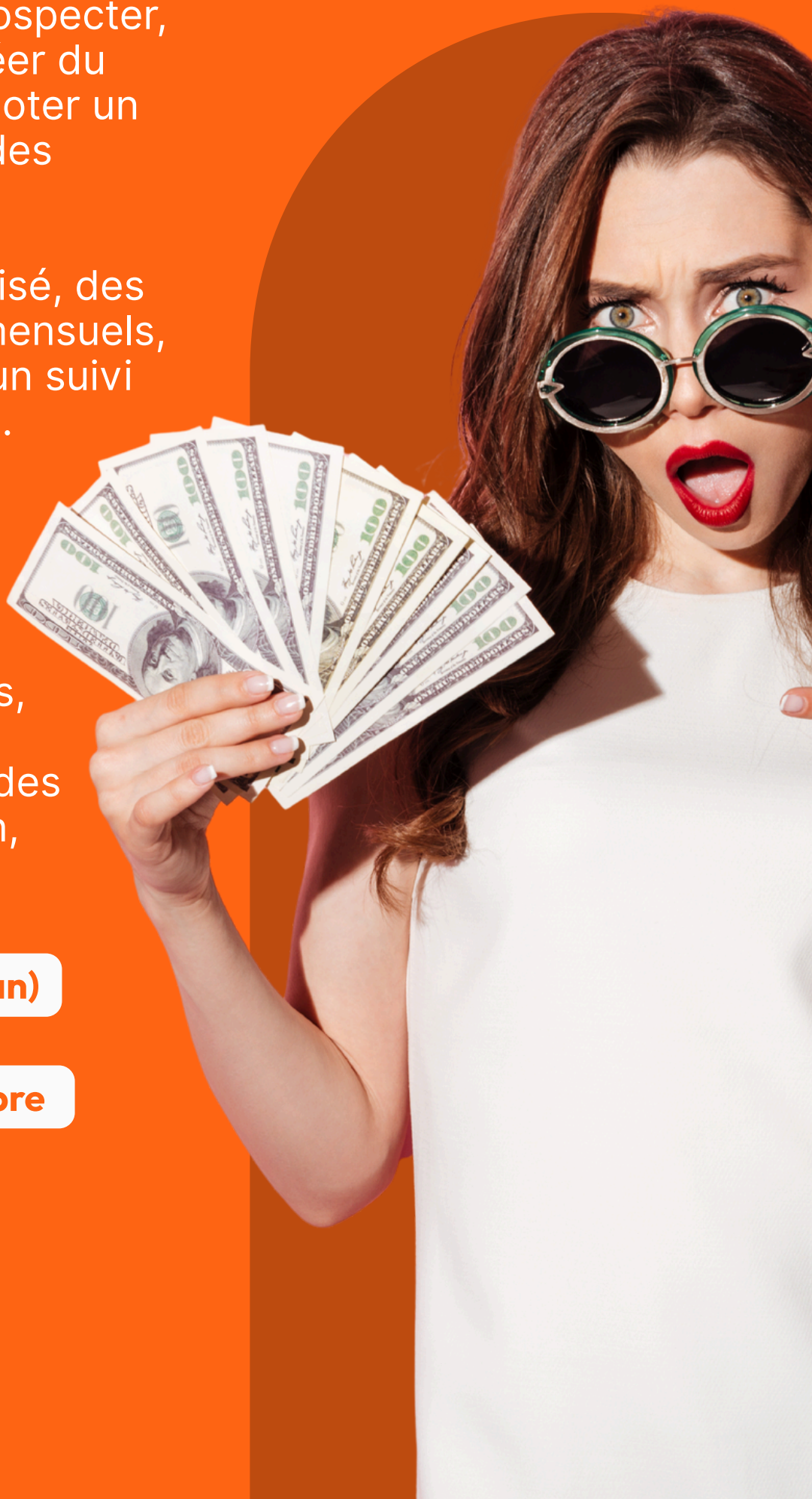
Avec un accompagnement individualisé, des modules actualisés, des coachings mensuels, des mises en situation concrètes et un suivi régulier, vous ne serez jamais seul(e).

Et parce que les compétences techniques ne suffisent plus, la formation intègre les soft skills indispensables pour réussir et évoluer : confiance, gestion du temps, prise de parole, posture professionnelle. Vous repartez avec des compétences, des réflexes de terrain, et l'état d'esprit pour réussir.

Durée estimée : 1350h (2 ans) ou 675h (1 an)

Démarrage : Entre septembre et décembre

120 crédits ECTS



BTS NDRC

Quels débouchés ?



Avance vers un Bac+3 ou un Bac+5

en licence professionnelle du domaine commercial, en licence LMD (L3 en économie-gestion ou en sciences de gestion), en école supérieure de commerce ou de gestion ou en école spécialisée par le biais des admissions parallèles.

Entre sur le marché du travail

en tant que commercial(e), chargé(e) de relation client, chargé(e) de clientèle, business developer, (etc.)



Cette liste n'est pas exhaustive. De nombreuses passerelles sont possibles en fonction de votre projet, n'hésitez pas à consulter le site de l'ONISEP (Office national d'information sur les enseignements et les professions) et à vous rapprocher de votre coach et talent partner chez Ed'Up.

La méthode **Ed'Up**

Une plateforme 100% en ligne

Des contenus organisés et faciles à suivre, pour t'aider à comprendre chaque notion, pas à pas, à ton rythme.



Un rythme flexible

Tu bosses à ton rythme, selon ton emploi du temps. L'objectif : progresser sans pression, mais avec impact.



Des cours conçus par des experts

Des contenus pensés avec des pros du terrain, pour t'apprendre ce qui compte vraiment en entreprise.



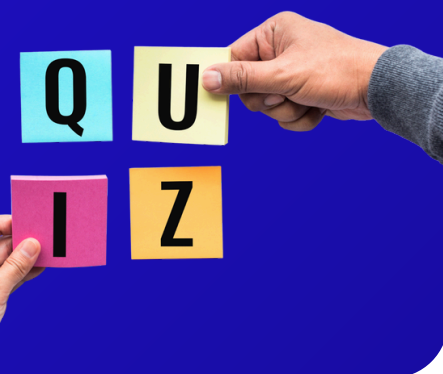
Masterclass & Webinaires en live

Avec des experts qui viennent partager leur parcours, leurs méthodes et répondre à tes questions.



Quiz réguliers

Pour valider ce que tu as compris et progresser sans pression.



Études de cas immersives

Parce que rien ne vaut la pratique, tu bosses sur des cas concrets comme en entreprise.



Up'Days pour préparer l'examen

Des sessions intenses pour t'entraîner, corriger tes erreurs et arriver serein(e) à l'épreuve.



Vidéos d'experts

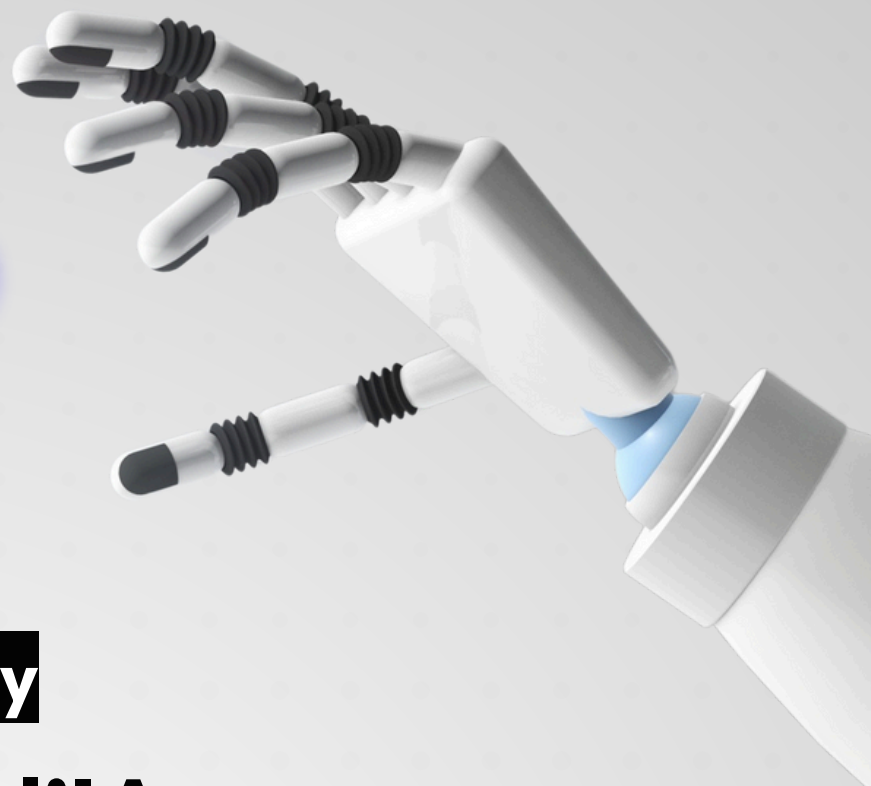
Des vidéos engageantes pour t'expliquer les notions, te montrer des exemples concrets et t'aider à mieux retenir.



**Chez Ed'Up, on ne parle pas
d'accompagnement.
On l'incarne. Avant, pendant,
et après ta formation.**

Et pour toi, ça change tout.





Découvrez Eddy

Nous avons mis l'IA au service de l'éducation

L'intelligence artificielle transforme déjà notre quotidien.

Et dans l'éducation, elle ouvre des possibilités incroyables.

Elle permet d'apprendre à son rythme, de recevoir des explications personnalisées, de poser des questions sans jamais se sentir jugé, et de revenir sur une notion autant de fois que nécessaire.

Une IA entraînée sur tes cours

Eddy est entraîné uniquement sur des contenus validés, issus de la formation.

Elle ne "devine" pas : elle s'appuie sur ce que tu apprends, avec cohérence.

Développée par une entreprise française

Nous avons fait le choix de travailler avec Stellia AI, une startup française engagée, qui partage nos valeurs : transparence, responsabilité, et utilité pédagogique.



Disponible 24h/7j pour t'accompagner

Tu peux lui demander d'expliquer une notion simplement ou en profondeur, de te faire un quizz, un schéma ou un résumé.

COACHING ALTERNANCE

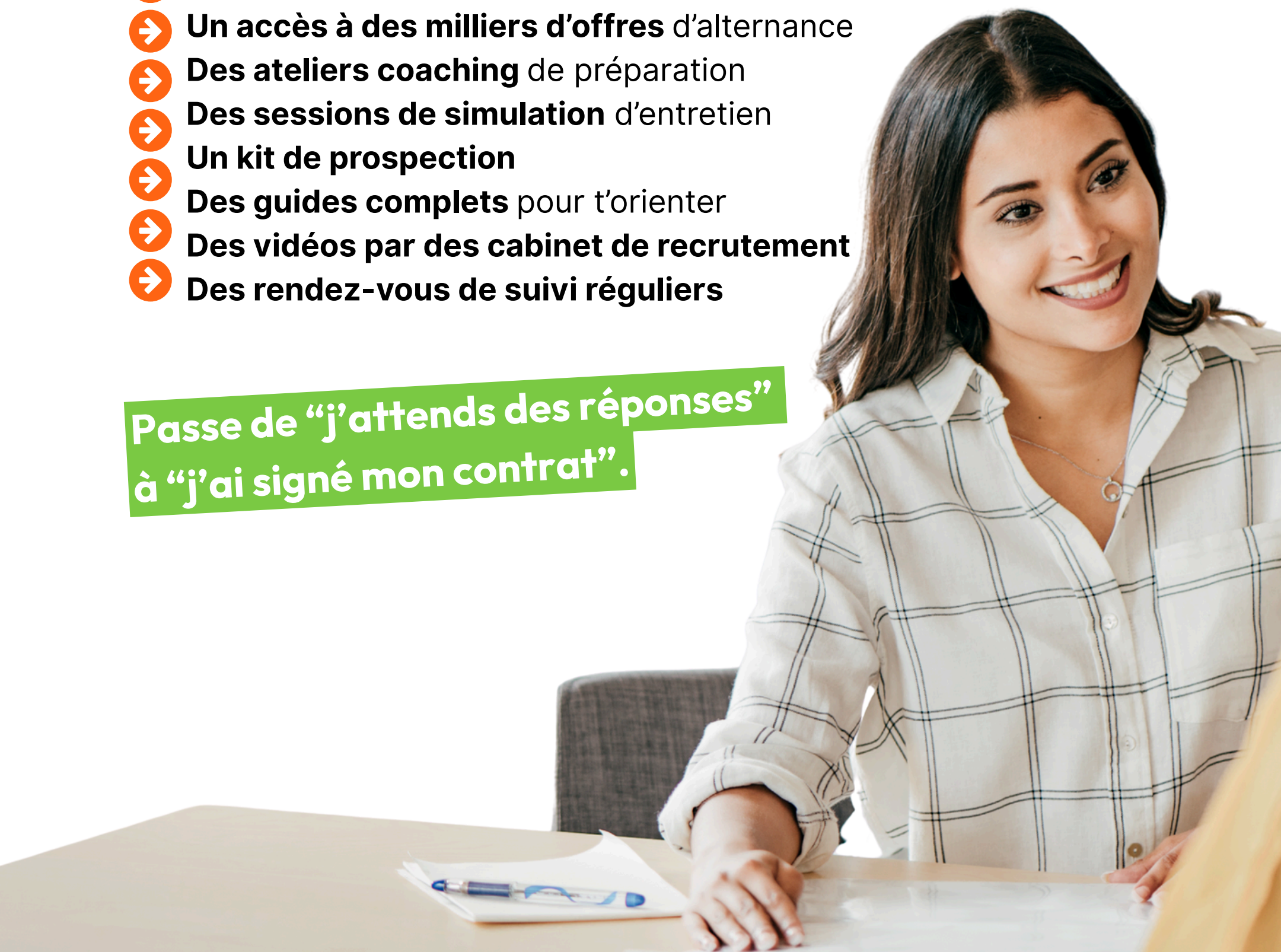
Découvre le Programme Job'Booster

Avec notre programme Job Booster, tu bénéficies d'un accompagnement complet pour trouver ton entreprise vite et bien. Coach dédié, offres ciblées, outils concrets : tout est réuni pour t'emmener jusqu'à la signature de ton contrat.

Accéder au programme Job' Booster, c'est avoir :

- ➔ **Un coach qui t'accompagne** personnellement
- ➔ **Un accès à des milliers d'offres** d'alternance
- ➔ **Des ateliers coaching** de préparation
- ➔ **Des sessions de simulation** d'entretien
- ➔ **Un kit de prospection**
- ➔ **Des guides complets** pour t'orienter
- ➔ **Des vidéos par des cabinet de recrutement**
- ➔ **Des rendez-vous de suivi réguliers**

**Passe de "j'attends des réponses"
à "j'ai signé mon contrat".**



Programme



Bloc de compétences 1 : Relation client et négociation-vente



Cibler et prospecter la clientèle



Les marchés et la demande

- L'environnement de l'action commerciale
- Comprendre la demande et ses évolutions
- Étude de marché et analyse concurrentielle



Les segments de clientèle et personae

- Segmentation de la clientèle
- Construction de personae
- Identification de la cible prioritaire



La valeur et le capital client

- Calcul et analyse de la valeur client
- Rentabilité d'un client ou d'un segment
- Coût d'acquisition client (CAC) et LTV



Organisation de l'activité commerciale

- Analyse du portefeuille clients
- Prévision des ventes
- Définition des objectifs commerciaux
- Construction du Plan d'Action Commercial (PAC)



Prospection multicanale

- Organisation de la prospection (physique, téléphonique, digitale)
- Techniques de phoning
- Utilisation d'un CRM pour la prospection
- Prospecter sur LinkedIn, Email, en événementiel
- Automatisation de la prospection



Analyse de performance

- KPIs de prospection
- Tableaux de bord commerciaux
- Pilotage prévisionnel et réajustement



Négocier et accompagner la relation client

Communication commerciale

- Communication interpersonnelle : verbale, non verbale, écrite
- Techniques de prise de parole
- Gérer le trac, les objections, la relation émotionnelle
- Communication persuasive

Comportement d'achat et diagnostic client

- Analyse du comportement du consommateur
- Détection des besoins explicites et implicites
- Diagnostic client et écoute active
- Typologie des clients et stratégie d'approche

Négociation-vente

- Construction d'un argumentaire
- Techniques d'entretien de vente
- Plan de vente B2C / B2B
- Fixation du prix, traitement des objections
- Conclusion de la vente, contractualisation

Relation client durable

- Suivi de la relation client et qualité perçue
- Outils de fidélisation client
- Gestion du risque client (impayés, insatisfaction)
- Service après-vente et traitement des réclamations

Organiser et animer un évènement commercial

Organisation d'un évènement commercial

- Définir les objectifs et le format de l'évènement
- Planification et logistique
- Budget et rentabilité

Animation de l'évènement

- Accueil et présentation de l'offre
- Techniques d'animation commerciale
- Outils de dynamisation sur site

Exploitation commerciale

- Collecte de leads et données clients
- Suivi post-événement
- Mesure de l'impact commercial



Exploiter et mutualiser l'information commerciale



Système d'information commerciale

- Outils de CRM, gestion de base de données
- Stockage, sauvegarde et sécurisation des données



Veille et analyse de l'information

- Mise en place d'une veille concurrentielle et commerciale
- Collecte et analyse de données clients
- Tableaux de bord et reporting automatisé



Mutualisation interne de l'information

- Diffusion de l'information dans l'équipe
- Coordination interservices
- Partage d'expertise commerciale



Bloc de compétences 2 : Relation client à distance et digitalisation



Maîtriser la relation client omnicanale



Organisation de la relation à distance

- Canaux de la relation client à distance (téléphone, mail, chat, visio)
- L'organisation d'un centre de relation client
- Rôles et missions des téléconseillers, télévendeurs et chargés de clientèle
- Scénarios d'appels entrants et sortants
- Scripts conversationnels, qualification des demandes
- L'intégration de l'IA dans la gestion des contacts clients



Pilotage d'une équipe à distance

- Planification de l'activité : flux entrants / sortants
- Encadrement et animation d'une équipe de téléacteurs
- Répartition des tâches, gestion des pics d'activité
- Indicateurs de performance : taux de résolution, taux de décroché, temps moyen de traitement...
- Outils de supervision et de motivation

Performance commerciale à distance

- Satisfaction client et expérience utilisateur
- Enquêtes de satisfaction
- CRM, ticketing et gestion des incidents
- RGPD : encadrement de la collecte, du stockage et de la conservation des données
- Normes de qualité et de conformité

Animer la relation client digitale

Stratégie digitale orientée client

- L'inbound marketing : attirer, convertir, fidéliser
- Contenus engageants : blog, livres blancs, infographies, vidéos
- Social selling : vendre sur les réseaux sociaux
- Analyse de l'e-réputation : avis clients, notations, forums, influenceurs

Création de contenus et animation de communauté

- Définir sa ligne éditoriale et ses objectifs
- Fonctionnement des principaux algorithmes (LinkedIn, Meta, TikTok...)
- Planification éditoriale (calendrier, fréquence, formats)
- Animation organique : stories, lives, formats courts
- Gestion des commentaires et messages privés
- Modération, gestion des conflits et crise digitale

Conception et pilotage d'un site vitrine et d'un site de e-commerce

- Introduction aux CMS (Wordpress, Prestashop, Shopify)
- Choisir son CMS en fonction des objectifs commerciaux
- Création d'un site vitrine et d'un site marchand
- Landing pages, parcours utilisateur et tunnels de conversion
- Mise en œuvre technique : hébergement, RGPD, sécurisation SSL

Suivi et régulation de l'activité digitale

- KPIs de la relation digitale : taux d'engagement, portée, clics, conversions
- Outils d'analyse : Meta Business Suite, LinkedIn Analytics, Google Search Console
- Tableaux de bord social media
- Automatisation de la relation (chatbots, séquences email, tunnels d'engagement)



Développer la relation client en e-commerce

Animation de l'activité e-commerce

- Email marketing, newsletters, campagnes promotionnelles
- Référencement naturel (SEO) et payant (SEA via Google Ads)
- Gestion des bases clients et scoring
- E-merchandising : mise en valeur de l'offre, cross-selling, upselling
- Suivi des paniers abandonnés et relances automatisées

Analyse de la performance commerciale

- Suivi du trafic (Google Analytics, etc.)
- Analyse du comportement utilisateur et KPIs à surveiller (heatmaps, taux de rebond)
- KPIs spécifiques e-commerce : taux de conversion, panier moyen, coût d'acquisition client
- Suivi des commandes, délais, logistique et retours
- Diagnostic de l'activité e-commerce et axes d'optimisation

Bloc de compétences 3 : Relation client et animation de réseaux

Implanter et promouvoir l'offre chez les distributeurs

Organisation de la distribution commerciale

- Les canaux de distribution et circuits de vente
- Typologie des distributeurs : GMS, revendeurs, franchisés
- Stratégies de référencement produit
- Pilotage des conditions commerciales : marges, remises, conditions logistiques
- L'analyse de l'implantation : zone de chalandise, points de vente prioritaires

Merchandising et valorisation de l'offre

- Implantation des produits sur le lieu de vente
- Argumentaire distributeur : construire une présentation produit impactante
- Techniques de théâtralisation et de mise en scène commerciale
- Veille concurrentielle sur site et relevés de linéaire



Animation du réseau de distribution

- Déploiement d'opérations commerciales locales
- Organisation et animation de temps forts en point de vente
- Gestion des supports promotionnels et logistiques
- Évaluation de la performance commerciale en magasin
- Tableaux de bord de suivi des actions promotionnelles

Développer et piloter un réseau de partenaires

Identification et structuration du réseau

- Typologie des partenaires : apporteurs d'affaires, prestataires, distributeurs indirects
- Objectifs et enjeux d'un réseau partenarial : couverture, complémentarité, fidélisation
- Cartographie des parties prenantes et zones de prospection stratégique
- Formalisation des accords et conventions de partenariat

Animation du réseau de partenaires

- Élaboration d'un plan d'animation (réunions, incentives, newsletters)
- Outils de fidélisation et de motivation des partenaires
- Construction d'un plan de vente B2B : démarche conseil, accompagnement sur-mesure
- Mise à disposition de supports marketing et commerciaux
- Gestion des litiges et maintien de la qualité de la relation

Suivi et évaluation des partenaires

- Mise en place de KPIs adaptés à l'activité des partenaires
- Suivi de la performance : volume d'affaires généré, taux de transformation
- Bilans de collaboration et axes d'optimisation
- Reporting et outils d'aide à la décision

Créer et animer un réseau de vente directe

Organisation de la vente en réseau

- Modèles économiques de la vente directe
- Planification des tournées, secteurs et rendez-vous
- Scénarisation de la vente en réunion : accueil, démonstration, closing
- Législation encadrant la vente directe



Recrutement et formation des vendeurs indépendants

- Identification des profils adaptés
- Parcours d'intégration et de formation initiale
- Construction d'un kit vendeur : argumentaires, fiches produits, guides pratiques
- Coaching et développement des compétences terrain

Animation et dynamisation du réseau de vente

- Techniques d'animation à distance et en présentiel
- Mise en place de challenges commerciaux
- Suivi des performances individuelles et collectives
- Accompagnement à la montée en compétence
- Création d'un sentiment d'appartenance et d'une dynamique collective

Culture générale et expression

Maîtrise de la compréhension de documents

- Lire, comprendre et interpréter un document textuel.
- Lire et analyser un document iconographique.
- Confronter plusieurs documents sur une problématique commune.
- Identifier les thèses, arguments, exemples, implicites et enjeux d'un texte.
- Reconnaître les biais cognitifs, les sophismes et les procédés rhétoriques.

Argumentation et expression écrite

- Dégager une problématique à partir d'un corpus.
- Construire un plan cohérent et nuancé.
- Introduire et conclure efficacement.
- Utiliser les connecteurs logiques, maîtriser les nuances de langage.
- Corriger, reformuler, améliorer un texte pour en affiner le style.

Culture citoyenne et regard critique

- Travailler à partir de sources variées.
- Identifier les courants de pensée.
- Situer un document dans son contexte historique, social ou idéologique.
- Développer un regard critique et une conscience citoyenne à l'ère numérique.
- Comprendre les enjeux sociaux, éthiques et politiques de l'information.



Écrits professionnels

- Rédiger une lettre formelle.
- Construire une note de synthèse à visée opérationnelle.
- Rédiger un compte rendu ou un procès-verbal.
- Élaborer un rapport professionnel structuré.

Langue vivante étrangère : Anglais

Compréhension et expression orale

- Comprendre un corpus oral ou écrit et en dégager les idées essentielles.
- Présenter un document ou un point de vue à l'oral en anglais.
- Participer à un échange, un entretien, une simulation de réunion.
- Gérer la prise de parole : reformulation, questions, expressions de nuance.

Compréhension et expression écrite

- Rédiger un compte rendu en français ou en anglais à partir d'un dossier.
- Traduire des textes orientés métiers (version/thème).
- Produire des courriers, emails et documents professionnels (ton, vocabulaire, mise en page).
- Développer la maîtrise des structures grammaticales et du vocabulaire métier.

Anglais professionnel

- Recherche d'emploi : CV, lettre, entretien.
- Vie en entreprise : prise de parole, réunions, e-mails.
- Communication commerciale : présenter un produit, un service, une stratégie.
- Négociation : techniques, expressions clés, argumentation.

Culture économique, juridique et managériale (CEJM)

Économie

- Les agents économiques, leurs rôles et les échanges.
- Le fonctionnement du marché : offre/demande, formation des prix.
- Les formes de marché : concurrence, monopole, oligopole, coopération.
- L'asymétrie d'information et ses conséquences.
- Les externalités : positives, négatives.
- Le rôle des banques, des marchés financiers, des institutions monétaires.
- Les politiques économiques : monétaires, budgétaires, fiscales.
- Croissance, inflation, chômage : concepts, indicateurs, enjeux.
- Régulation : rôle de l'État, régulations européennes, supranationales.

Droit

- Principes généraux du droit des contrats.
- Formation, validité, exécution et inexécution d'un contrat.
- Clauses contractuelles spécifiques et obligations des parties.
- Responsabilité civile contractuelle et extracontractuelle.
- Droit du travail : salariés, indépendants, contrats, rupture.
- Droit de la consommation : protection du consommateur, garanties.
- Droit du numérique : RGPD, CNIL, cybersécurité.
- Propriété intellectuelle : brevets, marques, droits d'auteur.
- Droit de la concurrence et régulation des marchés.

Management

- Les finalités de l'entreprise : économiques, sociales, sociétales, ESS.
- Les parties prenantes et leurs intérêts.
- Chaîne de valeur, externalisation, création de valeur.
- Les ressources : tangibles, intangibles, humaines.
- Organisation et structure de l'entreprise : coordination, hiérarchie, processus.
- Les styles de management, la prise de décision.
- Gestion prévisionnelle des emplois et compétences (GPEC, GEPP).
- Conditions de travail, motivation, bien-être au travail.
- Innovation, transformation numérique, nouveaux modèles économiques.

Numérique et société

- Le système d'information (SI) dans l'entreprise : fonctions, risques, apports.
- Place de marché, e-commerce, évolution des relations commerciales.
- Contrats numériques, services dématérialisés.
- Cyber-risques, protection des données, responsabilité.
- Mutations du travail : IA, télétravail, digitalisation.
- Le marché du travail, politiques de l'emploi, segmentation.

Préparation aux épreuves CEJM

- Préparation méthodologique à l'épreuve écrite.

Vie étudiante et alternance

Bienvenue

- Message de bienvenue de la présidente
- Présentation de l'accompagnement Ed'Up Business School
- Coordonnées des référents pédagogiques et administratifs
- Numéros utiles et dispositifs d'aide disponibles
- Mixité, égalité des chances et lutte contre les discriminations

Job Booster : 3 étapes pour décrocher une alternance ou un stage

- Booster son CV :
- Le CV : un passeport professionnel à ne pas négliger
- Outils pratiques pour créer son CV
- 10 conseils clés pour réussir son CV
- Réussir son entretien :
- Les bonnes pratiques pour convaincre
- 10 conseils clés pour réussir son entretien
- Cibler efficacement sa recherche :
- Comprendre l'importance d'un ciblage précis
- Les étapes d'un ciblage efficace
- Lettre de motivation, réponses aux refus
- 10 conseils clés pour réussir son ciblage
- Se préparer au marché de l'emploi

Savoir-être en entreprise

- Gérer le trac, l'échec, le rapport à l'argent
- Prendre la parole et animer une réunion
- Bien communiquer par mail
- Adopter une attitude professionnelle
- Syndrome de l'imposteur, estime de soi
- Organisation et gestion du temps

Organisation et productivité

- Rapport aux écrans et concentration
- Organisation personnelle, équilibre vie pro/perso
- Méthodes simples de gestion du temps
- Organiser son espace de travail
- Utiliser l'IA comme assistant personnel
- Bonnes pratiques et limites de l'usage de l'IA

Coaching individuel mensuel (1h/mois)

- Suivi individualisé avec un coach attitré
- Bilan régulier sur les résultats, l'engagement et le bien-être
- Identification des blocages éventuels
- Préparation aux entretiens tripartites
- Lien direct avec l'équipe pédagogique et les référents de parcours

Webinaires hebdomadaires avec nos coachs et talent partner :

- Réponses aux questions sur :
- Les aides financières disponibles (apprentissage, logement, mobilité)
- La mobilité internationale ou interrégionale
- L'accueil des personnes en situation de handicap
- La posture professionnelle en alternance

En lien avec les 14 missions du CFA, ces webinaires renforcent l'accompagnement global des apprenants et garantissent l'égalité d'accès à la réussite pour tous.

Que deviennent les apprenants après cette formation ?

Pour la voie scolaire

- 30 % sont en emploi 6 mois après la fin de la formation (tout type d'emploi salarié)
- 49 % sont inscrits en formation (formation supérieure, redoublants, changement de filière)
- 21 % sont dans d'autres cas (recherche d'emploi, à l'étranger, indépendant, etc.)

Pour l'apprentissage

- 29 % sont en emploi 6 mois après la fin de la formation (tout type d'emploi salarié)
- 54 % sont inscrits en formation (formation supérieure, redoublants, changement de filière)
- 17 % sont dans d'autres cas (recherche d'emploi, à l'étranger, indépendant, etc.)

Données issues du dispositif InserJeunes 2023. [Consulter la documentation sur les données.](#)

BTS NDRC

Négociation et digitalisation de la relation client

Quels sont les prérequis ?

- Être titulaire d'un baccalauréat ou d'un diplôme de niveau 4.
- Disposer d'un ordinateur et d'une connexion internet

Objectifs de la formation

- Gérer et développer la relation client en face-à-face, à distance et en ligne.
- Négocier, vendre et fidéliser dans des environnements B2B et B2C.
- Piloter l'activité commerciale grâce aux outils de gestion et aux indicateurs de performance.
- Élaborer une stratégie marketing digitale : contenus, publicité, e-commerce, réseaux sociaux.
- Exploiter les outils numériques pour développer la performance commerciale.
- Animer des réseaux de vente ou de partenaires.
- Adopter une posture professionnelle, éthique et managériale.

Modalités d'évaluation

- Évaluations continues : quiz, devoirs à rendre, cas pratiques.
- Examens blancs pour préparer les étudiants à l'examen final.
- Projet de fin d'études.
- Examen final national organisé par le rectorat.

Modalité et délais d'accès

- L'accès à la formation se fait en plusieurs étapes :
- Étude du dossier de candidature,
- Test d'admission pour évaluer les prérequis académiques et professionnels,
- Entretien de positionnement individuel pour valider le niveau, la motivation et la cohérence du projet professionnel.
- L'admission définitive est conditionnée à la réussite de ces étapes.

Délai moyen d'accès : 2 semaines après validation complète du dossier.

Méthodes mobilisées

- Cours 100 % en ligne, accessibles à tout moment depuis la plateforme pédagogique.
- Classes virtuelles hebdomadaires (live) avec les formateurs référents.
- Capsules e-learning interactives, études de cas, vidéos, quiz, travaux dirigés.
- Coaching individuel mensuel avec un coach attitré.
- Webinaires experts réguliers avec des leaders d'opinion.
- Webinaires collectifs hebdomadaires pour répondre aux questions transversales.
- Suivi individualisé via Eddy, notre assistant IA pédagogique, tout au long du parcours.

Accessibilité handicap

- Vous êtes en situation de handicap ? Avez-vous besoin d'une prise en charge particulière adaptée à votre situation ?
- Contactez notre référente Handicap : Soraya Lucas (slucas@edup-bs.com)

Equivalences et passerelles

Le certificateur n'a identifié aucune équivalence.

Organisation de la formation

- Equipe pédagogique : Soraya LUCAS, Fondatrice, directrice du conseil pédagogique et présidente du conseil de perfectionnement
- Equipe accompagnement : Laurie Carta, directrice relations entreprises et alternance

Examen

- Mois d'examen : Mai, juin
- Lieu : en présentiel (centre d'examen de votre académie, sélectionné par le rectorat de votre région).

Epreuves	Unité	Coefficient	Forme	Durée
E1 - Culture générale et expression	U1	3	écrit	4h
E2 - communication en langue vivante étrangère 1	U2	3	Oral	30 min* + 30 min
E3 - Culture économique, juridique et managériale	U3	3	écrit	4h
E4 - Relation client et négociation- vente	U4	5	Oral	40 min* + 1h
E5 - Relation client à distance et digitalisation	U5	4	Ecrit + Oral	3h + 40 min
E6 - Relation client et animation de réseaux	U6	3	Oral	40min

Validation par bloc de compétences :

La certification du BTS NDRC repose sur plusieurs blocs de compétences définis dans la fiche RNCP.

Chaque bloc peut être préparé et validé indépendamment, selon votre parcours.

En cas de réussite à un ou plusieurs blocs (note $\geq 10/20$ ou validation des acquis), vous recevrez une attestation officielle délivrée par le rectorat, valable pendant cinq ans. Cette attestation reconnaît les compétences acquises, quelle que soit la voie de formation.

Pour plus d'informations sur les modalités de validation, consultez la fiche RNCP ou rapprochez-vous de votre coach et talent partner Ed'Up.

À propos du diplôme

“ BTS Négociation et digitalisation de la relation client”, diplôme d’État de niveau 5 (Bac+2), délivré par le ministère de l’enseignement supérieur et de la recherche. Enregistré au RNCP, sous le n° RNCP38368 par arrêté du 19/02/2018 publié au Journal Officiel du 06/03/2018. Plus d’infos sur : [France compétences](https://www.francecompetences.fr/diplome/BTS-Negociation-et-digitalisation-de-la-relation-client/))

Tarifs

- En alternance : prise en charge par l’OPCO et l’entreprise d’accueil dans le cadre d’un contrat d’apprentissage ou de professionnalisation (aucun reste à charge pour l’apprenant).
- En financement personnel : 4000 € (règlement possible en plusieurs échéances - veuillez consulter votre coach et talent partner pour plus d’informations).

Inscription & Admission



Inscrivez-vous maintenant



Prendre rendez-vous

contact@edup-bs.com

04 42 38 96 17

www.edup-bs.com