

BTS NDRC

Négociation et digitalisation de la relation client

Le pack de révision

120 pages · 60 fiches et leurs questions corrigées
20 ateliers approfondis · 4 cas transversaux corrigés

Préparer la conversation.
Faire fonctionner le parcours digital.
Animer les bons réseaux.

PRÉPARATION DE LA SESSION 2027

Négociation · Relation à distance · WordPress et PrestaShop
Réseaux · Culture générale · Anglais · CEJM

Des méthodes, des tableaux et des corrections expliquées pour passer d'une notion à une réponse professionnelle.

CULTURE GÉNÉRALE ET EXPRESSION

Thème 2027 : Le vrai du faux

Fiches-de-cours.com · Collection BTS

Édition indépendante. Synthèses et entraînements originaux à travailler avec les cours, la pratique et les consignes officielles de la session.

Comment travailler avec ce pack

1 · COMPRENDRE

Lis l'objectif puis reformule les notions sans regarder la fiche. Cherche un exemple vécu ou observé en entreprise. Distingue un fait, une hypothèse et une recommandation.

2 · APPLIQUER

Réponds à la question avant de lire le corrigé. Pour les chiffres, écris formule, base, unité et interprétation. Pour la négociation, prépare des formulations puis entraîne-toi à les adapter.

3 · RÉALISER

Les ateliers WordPress et PrestaShop sont à réaliser dans un environnement d'entraînement fourni par ton établissement ou déjà disponible. Ils proposent consignes et corrections ; aucun hébergement ni logiciel installé n'est inclus.

4 · EXPLIQUER

Présente une action, une preuve et une limite. Reprends les erreurs à J+2 puis J+7 avec un paramètre modifié. Les cas transversaux permettent d'associer plusieurs compétences.

Le fil conducteur

Quel client ? Quel besoin ? Quelle action ? Quel résultat vérifiable ? Une réponse professionnelle relie ces questions au contexte.

LE PÉRIMÈTRE

Trois blocs professionnels, méthodes de CGE, anglais et six thèmes de CEJM. Les exemples de langue sont en anglais, sans audio. Les options facultatives ne font pas l'objet d'un cours dédié.

Entreprises, chiffres et situations fictifs. Les dossiers d'examen restent personnels : ne présente pas les exercices de ce pack comme des activités que tu aurais réalisées. Les hypothèses de calcul sont pédagogiques.

Les épreuves et les priorités

Repères de la forme ponctuelle. Les modalités en CCF dépendent du statut et de l'habilitation. Les documents de session précisent les dossiers et les conditions pratiques. Sources S1 à S5.

Épreuve	Coef.	Repère ponctuel
E1 · Culture générale et expression	3	Écrit : 3 h
E2 · Communication en langue vivante étrangère 1	3	Oral : 30 min ; préparation : 30 min
E3 · Culture économique, juridique et managériale	3	Écrit : 4 h
E4 · Relation client et négociation-vente	5	Oral : 40 min ; préparation selon consignes
E5 · Relation client à distance et digitalisation	4	Écrit : 3 h (coef. 2) ; pratique : 40 min (coef. 2)
E6 · Relation client et animation de réseaux	3	Oral : 30 min

NE PAS MÉLANGER LES ÉDITIONS

Le référentiel initial présente certains repères anciens. Pour les formats, lire les actualisations et la circulaire de session : notamment CGE en 3 h et E6 en 30 min. Le thème de CGE pour 2027 est « Le vrai du faux ».

LA PRATIQUE NUMÉRIQUE

Préparer les deux environnements, WordPress et PrestaShop. Reprendre les versions, fonctionnalités, restrictions et le contexte national indiqués pour ta session. Les exemples du pack sont des entraînements indépendants.

Édition arrêtée au 20 octobre 2026 : consulter les consignes 2027 dès publication pour les dates et pièces attendues. Les tableaux de ce pack ne remplacent pas la convocation.

Construire un plan de prospection

Passer d'un objectif de vente aux actions nécessaires.

LES REPÈRES

Définis une cible, une offre, un objectif daté et des canaux adaptés. Le plan précise volumes, calendrier, budget, responsabilités et règles d'arrêt. Une relance n'est utile que si elle apporte un élément pertinent et respecte le choix du destinataire.

Un entonnoir relie contacts éligibles, conversations, rendez-vous, propositions et ventes. Calcule chaque taux avec sa base. Pour remonter d'un objectif final au volume initial, divise par les taux successifs supposés, puis arrondis les personnes ou actions au nombre entier supérieur.

Les taux historiques ne sont pas une garantie. Prévois un scénario prudent, observe les premiers résultats et corrige le maillon qui bloque. Une séquence sur plusieurs canaux doit conserver le contexte dans le CRM.

EXEMPLE EXPLIQUÉ

Avec 50 % de conversations puis 20 % de rendez-vous parmi elles, 200 contacts donnent une prévision de 20 rendez-vous, si les hypothèses se maintiennent.

À TOI DE JOUER

Il faut 6 ventes ; 30 % des propositions aboutissent et 50 % des rendez-vous donnent une proposition. Combien de rendez-vous prévoir ?

Corrigé

$6 / 0,30 = 20$ propositions ; $20 / 0,50 = 40$ rendez-vous. Il faut ensuite estimer les contacts nécessaires à partir du taux de prise de rendez-vous. Ce sont des prévisions, à suivre par cohorte.

Le piège : Additionner les taux successifs au lieu de les multiplier.

Repères : S1 · S2 · S6 · S7

Calculer prix, marge et rentabilité

Choisir les bonnes bases pour défendre une proposition.

LES REPÈRES

Le prix hors taxes et le prix toutes taxes comprises répondent à des usages différents. Avec un taux de TVA t , $TTC = HT \times (1 + t)$. Pour retrouver le HT, divise le TTC ; retirer directement 20 % d'un TTC ne retrouve pas le HT à TVA 20 %.

La marge commerciale simplifiée est la différence entre prix de vente HT et coût d'achat HT. Le taux de marge rapporte la marge au coût ; le taux de marque la rapporte au prix de vente. Indique les frais inclus pour ne pas surestimer la contribution.

Pour une action, calcule la marge additionnelle puis retire les coûts spécifiques non déjà déduits. Le chiffre d'affaires ne mesure pas le gain. Les hypothèses de volumes, retours et coûts doivent apparaître.

EXEMPLE EXPLIQUÉ

Un produit vendu 120 € TTC avec TVA supposée 20 % vaut 100 € HT. À un coût de 60 € HT, la marge est 40 €, le taux de marge 66,67 % et le taux de marque 40 %.

À TOI DE JOUER

Une campagne apporte 15 ventes à 40 € de marge et coûte 450 €. Calcule sa contribution.

Corrigé

$15 \times 40 - 450 = 150$ €. Le seuil de couverture est $450 / 40 = 11,25$, donc 12 ventes entières. Vérifier que les ventes sont additionnelles et que les coûts variables sont bien compris dans les 40 €.

Le piège : Confondre marge, chiffre d'affaires et résultat net de l'entreprise.

Repères : S1 · S2 · S6 · S7

WordPress : préparer une page et son parcours

Réaliser une modification puis vérifier son effet visible.

LES REPÈRES

Repère d'abord l'objet demandé : page stable, article daté, catégorie, menu ou média. Dans l'éditeur disponible, prépare titre, structure, contenu et action attendue. Le nom des menus dépend de la version et du thème de l'environnement de formation.

Une page se construit autour d'une intention. Organise les titres hiérarchiquement, insère une image pertinente et un bouton avec une destination exacte. Enregistre un brouillon, prévisualise et publie seulement lorsque la consigne le demande.

Vérifie ensuite le site côté visiteur : visibilité, liens, menu, mobile et absence de contenu provisoire.

L'enregistrement dans l'administration ne prouve pas que la bonne page est accessible. En E5B, explique le but commercial des changements.

EXEMPLE EXPLIQUÉ

Pour une journée découverte, la page indique date, public, programme et inscription. Un bouton « S'inscrire » mène réellement au formulaire prévu, sans revenir en haut de page.

À TOI DE JOUER

La consigne demande de publier une page et de l'ajouter au menu. Quels contrôles distinguer ?

Corrigé

Contrôler le statut publié, ouvrir l'adresse publique, puis vérifier la présence et la destination de l'entrée du menu. Relire le contenu et tester le bouton. Une page publiée peut rester absente du menu.

Le piège : Confondre aperçu de brouillon, publication et accessibilité depuis la navigation.

Repères : S1 · S2 · S3 · S7

Mesurer couverture et présence en distribution

Distinguer nombre de magasins et poids commercial.

LES REPÈRES

La distribution numérique mesure la proportion de points de vente qui détiennent une marque dans l'univers étudié. La distribution valeur pondère cette présence par le poids des magasins sur la catégorie, selon la définition du panel utilisé.

DN et DV répondent à des questions différentes. Une DV supérieure à la DN suggère une présence dans des magasins importants pour la catégorie. Les données doivent porter sur le même univers et la même période.

Ces indicateurs ne suffisent pas à mesurer les ventes de la marque : il faut aussi observer disponibilité, implantation, rotation et part de marché. Une large couverture avec des ruptures peut produire peu de ventes.

EXEMPLE EXPLIQUÉ

Une marque est présente dans 30 des 100 magasins. Ces 30 réalisent 45 % du CA de la catégorie : DN 30 %, DV 45 %.

À TOI DE JOUER

Une marque passe de DN 30 % à 40 %, mais sa DV reste à 45 %. Que peut-on en déduire ?

Corrigé

La présence numérique progresse de 10 points ; les nouveaux magasins ont probablement un faible poids de catégorie ou d'autres changements compensent l'effet. Vérifier le détail et l'univers avant de conclure. La hausse de ventes n'est pas démontrée.

Le piège : Calculer la DV à partir du chiffre d'affaires de la marque plutôt que de la catégorie.

Repères : S1 · S2 · S8

Le vrai du faux : poser les distinctions

Construire des arguments pour le thème de CGE 2027.

LES REPÈRES

Une affirmation peut être vraie ou fausse ; sa crédibilité décrit la confiance qu'elle inspire, pas sa vérité. Distingue erreur involontaire, mensonge intentionnel, fiction assumée et illusion esthétique. Ces notions ne sont pas interchangeables.

Le thème invite à examiner comment nous reconnaissons une preuve, pourquoi nous croyons et ce que les représentations nous font comprendre. La fiction peut éclairer le réel sans prétendre relater des faits exacts.

Dans un essai, transforme ces distinctions en question : l'apparence suffit-elle à convaincre ? Peut-on apprendre d'une invention ? Organise une réponse nuancée avec des exemples analysés plutôt qu'un inventaire d'œuvres.

EXEMPLE EXPLIQUÉ

Une publicité présentant un témoignage inventé comme authentique trompe sur un fait. Un roman annoncé comme tel propose une fiction : il peut néanmoins éclairer une expérience humaine. Le contrat de lecture change l'interprétation.

À TOI DE JOUER

Explique pourquoi « c'est fictif » et « c'est mensonger » ne sont pas synonymes.

Corrigé

Une fiction signale généralement son invention et n'exige pas d'être prise pour un compte rendu réel. Le mensonge cherche à faire croire une affirmation que son auteur tient pour fausse. Une fiction peut devenir trompeuse si sa nature est dissimulée.

Le piège : Réduire le thème aux seules fausses informations sur les réseaux sociaux.

Repères : S4 · S5

Restituer un document commercial en français

Dégager l'idée principale sans traduire mot à mot.

LES REPÈRES

Pour la compréhension d'un document en langue étrangère, repère source, date, sujet, acteurs et problème. Identifie la thèse puis les arguments, exemples et nuances. Le compte rendu suit une logique de sens, pas nécessairement l'ordre de chaque phrase.

Distingue le propos du document et tes connaissances personnelles. Une donnée chiffrée doit garder sa base et son unité. Si un mot manque, exploite le contexte sans inventer une précision décisive.

En NDRC, entraîne-toi à restituer en français un document commercial puis à communiquer dans la langue choisie. Les exemples de ce pack sont en anglais ; ils donnent une méthode et des formulations, pas des enregistrements audio.

EXEMPLE EXPLIQUÉ

Texte original : « Customers appreciate quick replies, but they also want their issue to be solved. A chatbot can answer simple questions; complex complaints still need trained staff. » L'idée principale oppose rapidité et résolution, avec complémentarité des outils et des équipes.

À TOI DE JOUER

Résume ce court texte en deux phrases françaises.

Corrigé

Les clients attendent à la fois une réponse rapide et une solution réelle. Le robot peut traiter les demandes simples, tandis que les réclamations complexes nécessitent du personnel formé.

Le piège : Traduire chaque mot sans dégager le raisonnement.

Repères : S1 · S2

Cas 2 · Relancer une boutique en ligne

La boutique fictive Nomade vend des accessoires. Le responsable compare deux campagnes sur des périodes de même durée. Les commandes sont confirmées, sans retour dans le dossier. La contribution moyenne avant publicité est supposée de 24 € par commande.

Donnée	Campagne A / campagne B
Impressions	50 000 / 40 000
Clics	1 000 / 1 200
Commandes	25 / 36
Dépense	500 € / 720 €
Panier moyen HT	60 € / 60 €
Observation du site	Frais de livraison visibles seulement à la dernière étape
Nouvelle demande	Créer une offre « duo » avec variantes et bouton depuis une page conseil

TRAVAIL DEMANDÉ

1. Compare CTR, conversion des clics, CPA et ROAS.
2. Calcule la contribution après publicité de chaque campagne.
3. Explique pourquoi le CPA ne suffit pas à choisir un budget.
4. Propose une amélioration du parcours et les contrôles WordPress/PrestaShop nécessaires.
5. Définis un protocole de suivi sans confondre hypothèse et résultat.

Barème indicatif : calculs 8 points ; interprétation 4 ; réalisation numérique 5 ; suivi 3. Les campagnes sont comparables dans l'exercice, mais l'attribution doit être contrôlée dans une situation réelle.

Cas 2 · Corrigé

Indicateur	A	B
CTR	2 %	3 %
Conversion clic-commande	2,5 %	3 %
CPA	20 €	20 €
CA / ROAS	1 500 € / 3	2 160 € / 3
Contribution après publicité	100 €	144 €

A : $25 \times 24 - 500 = 100$ €. B : $36 \times 24 - 720 = 144$ €. B apporte plus de volume et de contribution totale, avec le même CPA et le même ROAS. Le rendement sur dépense est identique dans le modèle ; le risque et la capacité à traiter davantage de commandes restent à examiner.

RÉALISATION ET CONTRÔLE

Clarifier les frais de livraison avant la dernière étape. Préparer la page conseil et son bouton exact. Dans la boutique, contrôler le duo, ses variantes, les prix, taxes, stocks et conditions de livraison. Tester le passage depuis la page conseil jusqu'au panier, avec une variante disponible et une indisponible.

Suivi

Comparer conversion globale, abandon au panier, contribution et demandes de support sur une période définie. Les frais tardifs sont une hypothèse de friction ; leur effet doit être mesuré. Ne pas annoncer une hausse de conversion avant observation.

Le CPA d'équilibre est 24 € dans le modèle avant les autres coûts éventuels. Une réserve est nécessaire ; dépenser davantage n'assure pas le maintien du CPA.

Ton planning sur quatre semaines

Alterne cours, calcul, rédaction, jeu de rôle et pratique numérique. Ce parcours peut être étalé selon ton calendrier ; il sert à organiser les révisions, sans promettre un résultat à l'examen.

Semaine	Priorité	Livable
1	Négociation ; ateliers 1 à 6 ; cas 1	Plan de prospection, découverte, marge et bilan
2	Relation digitale ; ateliers 7 à 14 ; cas 2	Tableau de bord et manipulations WordPress/PrestaShop
3	Réseaux ; ateliers 15 à 18 ; cas 3	Diagnostic distributeur, partenariat et vente directe
4	CGE, anglais, CEJM ; ateliers 19 et 20 ; cas 4	Réponse argumentée et présentation des preuves

UNE SÉANCE DE 45 MINUTES

10 min : restituer sans support. 20 min : réaliser une application. 10 min : comparer au corrigé et expliquer l'erreur. 5 min : noter la prochaine révision. Pour la pratique numérique, prévoir un créneau supplémentaire dans le bon environnement.

UN CARNET D'ERREURS UTILE

Classe chaque erreur : lecture, formule, base, raisonnement, manipulation ou expression. Écris le contrôle qui aurait permis de la repérer puis refais un exercice différent. Les bonnes réponses doivent aussi être expliquées.

Avant les épreuves

Vérifie convocation, pièces et dépôts, consignes des dossiers E4/E6, environnement et restrictions E5B. Entraîne-toi à présenter ton rôle personnel, les preuves et les limites de chaque activité.

Les durées proposées pour les ateliers et cas sont des repères d'entraînement, pas les durées officielles de ces exercices fictifs.

Paramétrer une offre PrestaShop

Contrôler une déclinaison et une réduction dans le panier.

LA SITUATION

Sur une boutique d'entraînement, crée une gourde avec deux tailles. Le prix de base correspond à la petite. Les montants de prix et d'impact sont HT ; la TVA pédagogique est 20 %. Le formateur fournit le transporteur de test. Ne réalise aucun paiement réel.

Paramètre	Valeur
Petite 500 ml	20 € HT ; stock 12
Grande 750 ml	Impact +5 € HT ; stock 8
Couleur	Bleu, caractéristique descriptive unique
Promotion	10 % sur les articles dès 60 € TTC d'articles
Livraison de test	5 € TTC, non remise

TRAVAIL DEMANDÉ

1. Distingue caractéristiques et déclinaisons puis calcule les TTC.
2. Teste deux grandes gourdes et une petite seule.
3. Décris les vérifications de stock, seuil et cumul.

Pour construire ta réponse

Vérifie les unités des champs. Le seuil porte sur les articles ; les frais de transport ne doivent ni déclencher ni recevoir la réduction dans ce dossier.

Livrable : calculs ou diagnostic, justification et contrôle final. Barème indicatif : 12 points pour la méthode et les résultats, 4 pour l'interprétation, 4 pour les contrôles.

Paramétrer une offre PrestaShop

ÉTAPE 1

Les tailles doivent être sélectionnables : créer les déclinaisons et leur stock. La couleur unique peut être une caractéristique. Petite : $20 \times 1,20 = 24 \text{ €}$; grande : $25 \times 1,20 = 30 \text{ €}$. Vérifier chaque combinaison côté boutique.

ÉTAPE 2

Deux grandes donnent 60 € d'articles, donc réduction de 6 €, puis 5 € de port : total 59 €. Une petite seule reste sous le seuil : $24 + 5 = 29 \text{ €}$. La règle doit aussi préciser période, bénéficiaires et cumul conformément à la consigne.

ÉTAPE 3

Tester disponibilité, prix affiché, quantité, remise et transport. Vérifier qu'une autre règle ne se cumule pas involontairement et que l'état de commande de test n'entraîne pas de paiement réel. Ne pas confondre stock physique, réservation et sortie après validation selon l'environnement.

Panier	Total attendu
2 grandes	59 € TTC
1 petite	29 € TTC
Stock initial	12 petites ; 8 grandes

Ce qu'il faut retenir

Teste toujours un cas éligible et un cas non éligible.

Pour aller plus loin : Avec une grande et une petite, le panier d'articles vaut 54 € : aucune remise, total 59 € avec port.

Repères : S2 · S3. Les hypothèses du dossier priment pour les calculs.