

Techniques de commercialisation : Marketing et management du point de vente

RNCP41624 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Sigle	BUT — Bachelor universitaire de technologie
Code(s) NSF	312, 312n, 312p
Formacode(s)	34588, 34597, 34052
Code(s) ROME	D1406, D1402, M1705, E1103
Type d'enregistrement	Enregistrement de droit
Date d'échéance	31/08/2027

Certificateur(s)

MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA RECHERCHE · SIRET : 11004401300040

UNIVERSITE CLERMONT AUVERGNE · SIRET : 13002806100013

UNIVERSITE GUSTAVE EIFFEL · SIRET : 13002612300013

UNIVERSITE DE RENNES · SIRET : 13003051300019

UNIVERSITE D ARTOIS · SIRET : 19624401600016

UNIVERSITE DE LA REUNION · SIRET : 19974478000016

UNIVERSITE LE HAVRE NORMANDIE · SIRET : 19762762300097

UNIVERSITE DE CORSE P PAOLI · SIRET : 19202664900264

UNIVERSITE DE LIMOGES · SIRET : 19870669900321

UNIVERSITE DE MONTPELLIER · SIRET : 13002979600013

NANTES UNIVERSITE · SIRET : 13002974700016

UNIVERSITE DE REIMS CHAMPAGNE-ARDENNE (URCA) · SIRET : 19511296600799

UNIVERSITE DE BORDEAUX · SIRET : 13001835100010

UNIVERSITE PARIS-SACLAY · SIRET : 13002602400054

<https://www.universite-paris-saclay.fr/>

UNIVERSITE DE LORRAINE · SIRET : 13001550600012

UNIVERSITE GRENOBLE ALPES · SIRET : 13002608100013

UNIVERSITE VERSAILLES ST QUENTIN YVELINE · SIRET : 19781944400013

UNIVERSITE PARIS EST CRETEIL VAL DE MARNE · SIRET : 19941111700013

UNIVERSITE DE PERPIGNAN VIA DOMITIA (UPVD) · SIRET : 19660437500010

UNIVERSITE DU LITTORAL COTE D OPALE · SIRET : 19594403800205

UNIVERSITE D'AIX MARSEILLE · SIRET : 13001533200013

UNIVERSITE DE STRASBOURG · SIRET : 13000545700010

<https://www.unistra.fr/>

UNIVERSITE DE TOURS · SIRET : 19370800500478

UNIVERSITE DE BRETAGNE SUD (UBS) · SIRET : 19561718800600

UNIVERSITE DE LILLE · SIRET : 13002975400012

UNIVERSITE AMIENS PICARDIE JULES VERNE · SIRET : 19801344300017

UNIVERSITE PARIS CITE · SIRET : 13002573700011

UNIVERSITE DE TOULON · SIRET : 19830766200017

UNIVERSITE DE TOULOUSE · SIRET : 93827139200012

UNIVERSITE DE ROUEN NORMANDIE · SIRET : 19761904200017

UNIVERSITE DE CAEN NORMANDIE · SIRET : 19141408500016

UNIVERSITE DES ANTILLES · SIRET : 19971585500011

UNIVERSITE DU MANS · SIRET : 19720916600010

AVIGNON UNIVERSITE · SIRET : 19840685200204

UNIVERSITE PARIS XIII PARIS NORD VILLETANEUSE · SIRET : 19931238000017

UNIVERSITE JEAN MONNET (EPSCP) · SIRET : 93850168100010

UNIVERSITE D'EVRY VAL D'ESSONNE · SIRET : 19911975100014

UNIVERSITE DE BREST · SIRET : 94129831700012

Partenaires habilités

6 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 3 à former et organiser l'évaluation et 3 à former.

Organisme	SIRET	Habilitation
ASS PROMO GESTION CTRE ENS SUP A EVRY	40292484900027	Former et organiser l'évaluation
CFA	13002979600260	Former et organiser l'évaluation
CFA CCIR PARIS ILE DE FRANCE	13001727000898	Former
DIFCAM	33532404200019	Former
FORMASUP NORD-PAS DE CALAIS	42813525500050	Former et organiser l'évaluation
FORMASUP PROVENCE ALPES COTE D'AZUR	39391439500057	Former

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le titulaire du Bachelor Universitaire de

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 : Marketing et management du point de vente est un spécialiste de la gestion commerciale qu'il exerce au sein de tout type de commerce.

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 Business to Client (B to C)
- en situation de vente en Business to Business (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

Management d'une équipe commerciale sur un espace de vente:

- en situation de commerce intégré -en situation de commerce indépendant
- en situation de distribution de services -en situation de produits

Pilotage d'un espace de vente :

- en situation de commerce intégré
- en situation de commerce indépendant
- en situation de déploiement de l'activité d'un rayon ou d'un corner
- en situation de déploiement de l'activité d'un magasin

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Compétences spécifiques

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.

Manager une équipe commerciale sur un espace de vente :

- en veillant à l'atteinte des objectifs commerciaux par l'équipe
- en animant l'équipe commerciale par la valorisation des compétences
- en favorisant l'adhésion à la culture d'entreprise par la transmission des valeurs et des pratiques de l'organisation

Piloter un espace de vente :

- en appréhendant l'environnement commercial pour en dégager les spécificités
- en pilotant la relation avec les fournisseurs et le réseau dans le respect des directives et des accords
- en développant l'attractivité commerciale de l'espace de vente pour optimiser les indicateurs commerciaux
- en enrichissant l'expérience client par la mesure de la satisfaction client.

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
- en prenant en compte des problématiques liées aux situations de handicap, à l'accessibilité et à la conception universelle.

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

Blocs de compétences

RNCP41624BC01 — Conduire les actions marketing

LISTE DE COMPÉTENCES

- 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 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
- Élaborer une stratégie marketing dans un environnement instable (sanitaire, économique ou interne)
- Faire évoluer l'offre à l'aide de leviers de création de valeur
- Intégrer la responsabilité sociétale des entreprises (RSE) dans la stratégie de l'offre

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).

RNCP41624BC02 — Vendre une offre commerciale

LISTE DE COMPÉTENCES

- Préparer un plan de découverte qui permette de profiler le client et découvrir ses besoins
- Concevoir un argumentaire de vente qui permette de proposer une solution adaptée aux besoins du client
- Concevoir des outils d'aide à la vente (OAV) efficaces
- Évaluer la performance commerciale au moyen d'indicateurs
- Recourir aux techniques adaptées à la démarche de prospection -Recourir aux codes d'expression spécifiques et professionnels
- Convaincre en exprimant avec empathie l'offre en termes d'avantages personnalisés
- Négocier le prix : défendre, valoriser l'offre en percevant les stratégies d'achat
- Maîtriser les éléments juridiques et comptables de l'offre
- 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
- Élaborer 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.

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)

RNCP41624BC03 — Communiquer l'offre commerciale

LISTE DE COMPÉTENCES

- Identifier les cibles et objectifs de communication en tenant compte de la cohérence du mix
- Analyser de manière pertinente les moyens de communication commerciale (médias, hors médias, médias sociaux)
- Élaborer des supports simples (Imprimé Sans Adresse, affiches, dossier de sponsoring, ...)
- Analyser les indicateurs post campagne (impact, efficacité)
- Élaborer une stratégie de communication adaptée au brief agence
- Établir 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.

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).

RNCP41624BC04 — Manager une équipe commerciale sur un espace de vente

LISTE DE COMPÉTENCES

- Analyser les indicateurs de performances commerciales
- Communiquer sur les objectifs et les résultats efficacement et professionnellement
- Planifier les missions de l'équipe en accord avec la stratégie de l'espace de vente
- Fixer les objectifs en accord avec la méthode SMART (objectifs spécifiques, mesurables, atteignables, réalistes et temporels.)
- Fédérer les équipes autour de l'atteinte des objectifs
- Sélectionner des collaborateurs en considérant les besoins de l'équipe
- Intégrer des collaborateurs à l'équipe
- Valoriser les compétences des membres de l'équipe

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).

RNCP41624BC05 — Piloter un espace de vente

LISTE DE COMPÉTENCES

- Analyser le secteur et l'environnement concurrentiel
- S'approprier la chaîne d'approvisionnement de l'espace de vente
- Agencer l'offre sur l'espace de vente en utilisant les techniques de merchandising, en particulier la théâtralisation
- Personnaliser la relation client en appliquant les principes de base de la gestion de la relation client (GRC)
- Gérer la diversité des points de contacts avec le client
- Comprendre les enjeux de la distribution et les évolutions du secteur
- Élaborer une stratégie commerciale en cohérence avec l'environnement concurrentiel
- Gérer la relation avec les fournisseurs ou le réseau Implanter un plan de merchandising, défini par le réseau ou par l'équipe de vente
- Optimiser les outils de GRC
- Optimiser le parcours client dans une perspective omnicanale par l'intégration des différents points de contact

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).

RNCP41624BC06 — Utiliser les outils numériques de référence

LISTE DE COMPÉTENCES

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.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Contrôle continu intégral mobilisant notamment des mises en situation professionnelle à partir desquelles est demandée une démarche autoréflexive et de démonstration des compétences acquises.

RNCP41624BC07 — Exploiter des données à des fins d'analyse

LISTE DE COMPÉTENCES

- 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.
- Analyser et synthétiser des données en vue de leur exploitation.
- Développer une argumentation avec esprit critique.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Contrôle continu intégral mobilisant notamment des mises en situation professionnelle à partir desquelles est demandée une démarche autoréflexive et de démonstration des compétences acquises.

RNCP41624BC08 — S'exprimer et communiquer à l'oral, à l'écrit, et dans au moins une langue étrangère

LISTE DE COMPÉTENCES

- Se servir aisément des différents registres d'expression écrite et orale de la langue française.
- Communiquer par oral et par écrit, de façon claire et non-ambiguë, dans au moins une langue étrangère.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Contrôle continu intégral mobilisant notamment des mises en situation professionnelle à partir desquelles est demandée une démarche autoréflexive et de démonstration des compétences acquises.

RNCP41624BC09 — Agir en responsabilité au sein d'une organisation professionnelle

LISTE DE COMPÉTENCES

- Situer son rôle et sa mission au sein d'une organisation pour s'adapter et prendre des initiatives
- Respecter les principes d'éthique, de déontologie et de responsabilité environnementale.
- 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

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Contrôle continu intégral mobilisant notamment des mises en situation professionnelle à partir desquelles est demandée une démarche autoréflexive et de démonstration des compétences acquises.

RNCP41624BC10 — Se positionner vis à vis d'un champ professionnel

LISTE DE COMPÉTENCES

- 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.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Contrôle continu intégral mobilisant notamment des mises en situation professionnelle à partir desquelles est demandée une démarche autoréflexive et de démonstration des compétences acquises.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Le titulaire d'un BUT Techniques de Commercialisation : Marketing et management du point de vente exerce son activité dans des points de vente de taille et d'activité différentes. Ces activités incluent le commerce de détail, le commerce en ligne, la grande distribution et la distribution spécialisée.

- D : Commerce, vente et grande distribution
- M : Support à l'entreprise

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Débutant

- Assistant manager,
- Merchandiser,
- Animateur de ventes,
- Manager de rayon

Après 3 ans

- Chef de rayon,
- Manager de point de vente,
- Responsable de point de vente,
- Chef de secteur,
- Responsable drive
- Responsable merchandising

Marché du travail

Indicateurs au niveau des familles professionnelles (FAP) des métiers visés, agrégés au niveau national — France Travail / DARES (open data).

Tension de recrutement (DARES 2024)	Faible (2/5) Moyenne pondérée par l'emploi ; les familles ci-dessous s'échelonnent de 1 à 4 sur 5.
Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	2 836 €
Familles professionnelles (FAP)	R2X80 — Attachés commerciaux · tension 4/5 (Élevée) R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) · tension 3/5 (Modérée) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique · tension 2/5 (Faible) U0X80 — Assistants de la communication · tension 1/5 (Très faible) U0X90 — Cadres de la communication · tension 1/5 (Très faible)
Projets de recrutement (BMO 2026)	36 322
Jugés difficiles à recruter	34 %
Emplois saisonniers	6 %
Familles professionnelles (FAP)	R2X80 — Attachés commerciaux R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique U0X80 — Assistants de la communication U0X90 — Cadres de la communication

Voies d'accès

MODALITÉS D'ACCÈS

Formation initiale, Formation continue, Apprentissage, Contrat de professionnalisation, VAE

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE, FORMATION CONTINUE, APPRENTISSAGE, CONTRAT DE PROFESSIONNALISATION

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.

COMPOSITION DU JURY — VAE

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.

Financement en alternance (NPEC)

Niveau de prise en charge d'un contrat d'apprentissage par les OPCO, fixé par France compétences par branche professionnelle (CPNE).

Prise en charge usuelle	7 850 €
Selon la branche	6 000 € – 8 320 €

Prise en charge	Branches concernées
7 850 €	Valeur par défaut · 187 branches
8 320 €	COPANIEF - Fabricant de sucres, CPNE du négoce et de l'industrie des produits du sol, engrais et produits connexes, CPNEF des organismes de tourisme, CPNEFP de l'habillement, mercerie, chaussure et jouet, CPNEFP de la Branche des Caisses régionales de Crédit Agricole et autres organismes
8 000 €	CPNE des Télécoms, CPNEF de l'audiovisuel, CPNEFP du négoce des matériaux de construction
7 800 €	CPNE Banque, CPNE Branche Caisse d'Epargne, CPNE de la branche Banque Populaire
7 604 €	CPNEFP des commerces et services de l'audiovisuel, de l'électronique et de l'équipement ménager, CPNEFP du Négoce de l'ameublement
7 000 €	CPNE Branche Caoutchouc, CPNE chimie
7 927 €	CPNEFP dans les établissements d'enseignement privés sous contrat
7 900 €	CPNEFP Mutualité
7 480 €	CPNEFP de la branche des entreprises du bureau et du numérique (commerces et services)
7 400 €	CPNE des industries de santé (CPNEIS)
7 200 €	CPNE de l'ingénierie, des services informatiques et du conseil
7 076 €	CPNEFP de la branche commerce de détail de l'habillement et articles textiles
6 200 €	CPN de la branche des Services de l'Automobile
6 000 €	CPNEFP de la métallurgie

Base légale

Date d'échéance de l'enregistrement	31/08/2027
Date de dernière délivrance possible	30/08/2030

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP35356

CORRESPONDANCES (PAR BLOCS)

RNCP35356

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/41624/>

Où se former

Formations référencées	1
Organismes	1
Régions couvertes	1
Prix indicatif	8 000 €

Offre de formation — MonCompteFormation (Caisse des Dépôts), licence ouverte.

Se former en apprentissage

Formations en apprentissage	34
Organismes gestionnaires (CFA)	21
Organismes formateurs	25
Régions couvertes	12
Départements couverts	22
Organismes certifiés Qualiopi	25
Sessions	de 09/2024 à 08/2030

Catalogue des formations en apprentissage — réseau des Carif-Oref. Sans frais pour l'alternant : formation financée par l'OPCO de la branche (NPEC).