

# Référentiel de compétences du

B.U.T. *Techniques de commercialisation*

Parcours *Marketing digital, e-business et entrepreneuriat*

Une **compétence** est un « **savoir-agir complexe**, prenant appui sur la mobilisation et la combinaison efficaces d'une variété de ressources à l'intérieur d'une famille de situations » (Tardif, 2006). Les ressources désignent ici les savoirs, savoir-faire et savoir-être dont dispose un individu et qui lui permettent de mettre en œuvre la compétence.

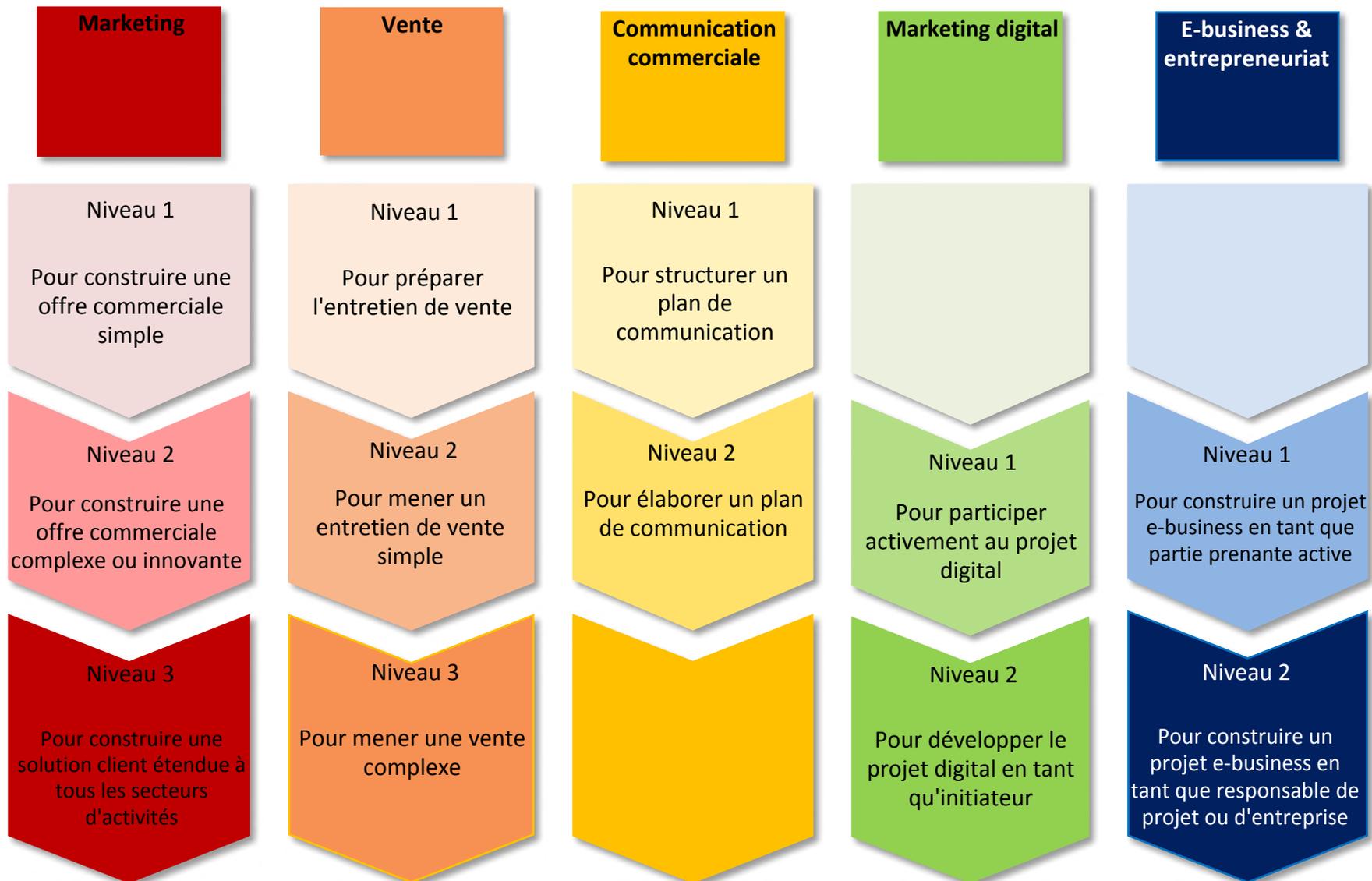
<b>Marketing</b>	<b>Conduire les actions marketing</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>en analysant avec des outils pertinents les contextes économiques, juridiques, commerciaux et financiers</li><li>en évaluant de manière adaptée les principaux acteurs de l'offre sur le marché</li><li>en quantifiant la demande et en appréciant le comportement du consommateur</li><li>en analysant avec les outils appropriés les compétences et les ressources de l'entreprise</li><li>en élaborant un mix adapté à la cible et positionné par rapport aux concurrents</li><li>en adoptant une posture citoyenne, éthique et écologique</li></ul>
<b>Vente</b>	<b>Vendre une offre commerciale</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>en respectant l'ordre des étapes de la négociation commerciale et une démarche éthique.</li><li>en élaborant les documents commerciaux adaptés à la situation commerciale et dans le respect de la réglementation</li><li>en utilisant de façon efficace des indicateurs de performance fixés par l'organisation</li><li>en prospectant à l'aide d'outils adaptés</li><li>en adaptant sa communication verbale et non verbale à la situation commerciale</li></ul>
<b>Communication commerciale</b>	<b>Communiquer l'offre commerciale</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>en élaborant une stratégie de communication en cohérence avec le mix</li><li>en utilisant les outils de la communication commerciale adaptés à la demande et aux contraintes de l'organisation</li><li>en produisant des supports de communication efficaces et qualitatifs</li><li>en respectant la réglementation en vigueur</li></ul>
<b>Marketing digital</b>	<b>Gérer une activité digitale</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>en sélectionnant les outils pertinents de recueil, traitement et analyse des données de masse</li><li>en développant une stratégie marketing digitale performante</li><li>en pilotant efficacement une offre digitale</li><li>en optimisant la relation client digitalisée</li><li>en assurant une logistique performante du e-commerce</li></ul>
<b>E-business &amp; entrepreneuriat</b>	<b>Développer un projet e-business</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>en élaborant le document du modèle d'affaires décrivant la création et le partage de la valeur</li><li>en développant une vision stratégique partagée</li><li>en analysant de façon pertinente des documents et indicateurs financiers</li><li>en analysant d'un point de vue quantitatif et qualitatif les environnements spécifiques pour réussir un projet digital</li><li>en mobilisant des techniques adéquates pour passer de la créativité à l'innovation</li><li>en s'intégrant activement dans un projet collectif</li></ul>

## Les situations professionnelles

Les situations professionnelles se réfèrent aux **contextes** dans lesquels les compétences sont mises en jeu. Ces situations varient selon la compétence ciblée.

<b>Marketing</b>	Situations professionnelles	en situation de développement d'un produit en situation de développement d'un service en situation de développement d'une activité non marchande
<b>Vente</b>	Situations professionnelles	en situation de vente en B to C en situation de vente en B to B
<b>Communication commerciale</b>	Situations professionnelles	en situation de communication de l'offre en tant qu'annonceur en situation de communication de l'offre en tant qu'agence de communication
<b>Marketing digital</b>	Situations professionnelles	en situation de déploiement d'une activité digitale en B to C en situation de déploiement d'une activité digitale en B to B en situation de déploiement d'une activité digitale tournée vers un bien en situation de déploiement d'une activité digitale tournée vers un service
<b>E-business &amp; entrepreneuriat</b>	Situations professionnelles	en situation de création d'entreprise en situation de développement d'un projet au sein d'une organisation

## Les niveaux de développement des compétences



## Conduire les 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

Situations  
professionnelles

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

Niveaux de  
développement

### Apprentissages critiques

#### Niveau 1

Pour construire une  
offre commerciale  
simple

Analyser l'environnement d'une entreprise en repérant et appréciant les sources d'informations (fiabilité et pertinence)  
Mettre en oeuvre 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

#### Niveau 2

Pour construire une  
offre commerciale  
complexe ou innovante

Diagnostiquer l'environnement en appréhendant les enjeux sociaux et écologiques  
Mettre en oeuvre 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

#### Niveau 3

Pour construire une  
solution client  
étendue à tous les  
secteurs d'activités

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 création de valeur  
Intégrer la RSE dans la stratégie de l'offre

## 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

Situations  
professionnelles

en situation de vente en B to C  
en situation de vente en B to B

Niveaux de  
développement

### Apprentissages critiques

#### Niveau 1

Pour préparer  
l'entretien de vente

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 OAV efficaces  
Evaluer la performance commerciale au moyen d'indicateurs  
Recourir aux techniques adaptées à la démarche de prospection  
Recourir aux codes d'expression spécifiques et professionnels

#### Niveau 2

Pour mener un  
entretien de vente  
simple

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

#### Niveau 3

Pour mener une vente  
complexe

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

## Communiquer 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

Situations  
professionnelles

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

Niveaux de  
développement

### Apprentissages critiques

Niveau 1

Pour structurer un  
plan de  
communication

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)  
Elaborer des supports simples (Imprimé Sans Adresse, affiches, dossier de sponsoring, ...)  
Analyser les indicateurs post campagne (impact, efficacité)

Niveau 2

Pour élaborer un plan  
de communication

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.

## Gérer une activité digitale

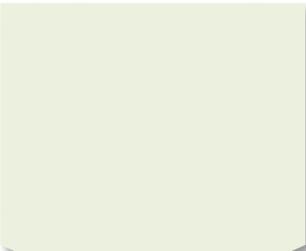
en sélectionnant les outils pertinents de recueil, traitement et analyse des données de masse  
en développant une stratégie marketing digitale performante  
en pilotant efficacement une offre digitale  
en optimisant la relation client digitalisée  
en assurant une logistique performante du e-commerce

Situations  
professionnelles

en situation de déploiement d'une activité digitale en B to C  
en situation de déploiement d'une activité digitale en B to B  
en situation de déploiement d'une activité digitale tournée vers un bien  
en situation de déploiement d'une activité digitale tournée vers un service

Niveaux de  
développement

Apprentissages critiques



Niveau 1

Pour participer  
activement au projet  
digital

Mobiliser des indicateurs de performance en fonction du volume et de la variété des données  
Identifier les spécificités du marketing digital  
Utiliser un cahier des charges e-business  
Intégrer les spécificités du e-commerce  
Respecter le processus logistique

Niveau 2

Pour développer le  
projet digital en tant  
qu'initiateur

Exploiter les données de masse en mobilisant les bons outils de traitement de l'information  
Mettre en oeuvre des spécificités du marketing digital  
Elaborer un cahier des charges e-business  
S'appuyer sur les indicateurs de performances pour améliorer la relation client  
Proposer des solutions adaptées aux spécificités de la chaîne logistique du e-commerce

## Développer un projet e-business

en élaborant le document du modèle d'affaires décrivant la création et le partage de la valeur  
en développant une vision stratégique partagée  
en analysant de façon pertinente des documents et indicateurs financiers  
en analysant d'un point de vue quantitatif et qualitatif les environnements spécifiques pour réussir un projet digital  
en mobilisant des techniques adéquates pour passer de la créativité à l'innovation  
en s'intégrant activement dans un projet collectif

Situations  
professionnelles

en situation de création d'entreprise  
en situation de développement d'un projet au sein d'une organisation

Niveaux de  
développement

Apprentissages critiques

### Niveau 1

Pour construire un  
projet e-business en  
tant que partie  
prenante active

Concevoir un modèle d'affaires simplifié  
Analyser de façon pertinente la situation marché-entreprise grâce aux outils de diagnostic stratégique  
Analyser la situation financière d'une entreprise à partir des éléments de la comptabilité générale  
Identifier les éléments pertinents nécessaires à la réalisation du projet  
Utiliser les techniques de créativité individuelle et collective  
Contribuer à l'enrichissement d'un projet collectif

### Niveau 2

Pour construire un  
projet e-business en  
tant que responsable de  
projet ou d'entreprise

Concevoir un modèle d'affaires complet incluant les sources de valeur, les parties prenantes et les externalités  
Faire des préconisations grâce aux outils du diagnostic stratégique  
Elaborer les documents financiers nécessaires en tant que concepteur du business model  
Contrôler la conformité et la pertinence du modèle  
Choisir les techniques de créativité individuelle et collective adaptées  
Développer un projet de façon proactive