

# Licence professionnelle

COMMERCE

SPÉCIALITÉ

---

**MANAGEMENT INFORMATIQUE ET COMMERCIAL**

**DES RELATIONS CLIENT ET FOURNISSEUR**

---

## OBJECTIF DE LA FORMATION :

Plus que jamais les systèmes d'information nourrissent la fonction commerciale et contribuent ainsi à optimiser l'efficacité commerciale des entreprises et organisations.

A ce titre, les PME notamment, ont besoin de collaborateurs formés aux outils de la relation client-fournisseur et capables également d'être en posture d'interface entre les fonctions commerciales et le système d'information de l'entreprise.

La Licence Professionnelle **Management Informatique et Commercial des Relations Client et Fournisseur** a l'ambition de former ses étudiants à cette double compétence.

Domaines de connaissances	Capacités ou savoir-faire associés
<b>Informatique et outils technologiques en posture de gestion de projet</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Analyser les besoins des utilisateurs internes et notamment des fonctions commerciale, administrative, et comptable en matière d'outil de gestion et de travail collaboratif,</li> <li>▪ Mettre ces besoins en perspective avec le SI existant, étudier le budget adéquat en fonction des possibilités et de la taille de l'entreprise</li> <li>▪ Mettre en œuvre une veille technologique qui permette de cibler les outils les plus adaptés aux besoins de l'entreprise, dans leur dimension évolutive</li> <li>▪ Argumenter à l'interne l'opportunité des choix en matière d'évolution du SI dans l'objectif d'optimiser la fonction commerciale</li> <li>▪ Elaborer un cahier des charges : spécifications fonctionnelles, contraintes, données pré-contractuelles, modalités d'évaluation et d'actualisation,</li> <li>▪ Piloter le processus de contractualisation en lien avec un juriste spécialisé en droit des contrats : évaluer et circonscrire les éléments réglementaires et contractuels nécessaires à l'entreprise,</li> <li>▪ Intégrer le Système d'Information dans l'entreprise et/ou articuler de nouveaux outils au SI existant</li> <li>▪ Exploiter les outils du SI pour le compte de la fonction commerciale et logistique : ERP (Entreprise Ressource Planning), CRM (Customer Relationship Management), CRC (Centre de Relations Client), Bases de données, outils de travail collaboratif, outils WEB</li> <li>▪ Former les utilisateurs en levant les résistances au changement,</li> <li>▪ Auditer les différents services afin de déterminer les critères pertinents à utiliser pour paramétrer les outils,</li> <li>▪ Paramétrer les outils en fonction de l'existant et des particularités de l'entreprise : secteur d'activité, type de clients et fournisseurs, workflow, chaîne de production, chaîne logistique, réglementations et contingences financières et fiscales,</li> <li>▪ Son analyse de la fonction commerciale, lui permet d'être force de proposition pour la mise en place d'outils de travail collaboratifs (WIKI, agenda, blogs, cours en ligne, ressources documentaires partagées, etc ...) visant l'optimisation des pratiques dans les services commerciaux</li> <li>▪ Appliquer et faire appliquer les réglementations juridiques relatives à la protection des données, des droits d'auteur, réglementations sur Internet</li> </ul>
<b>Gestion de la relation commerciale client - fournisseur</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ S'intégrer dans un service commercial</li> <li>▪ Utiliser les outils SI pour optimiser la relation client et fournisseur</li> <li>▪ Gérer la relation client et fournisseur <ul style="list-style-type: none"> <li>- Déterminer des cibles et des objectifs par cible, segmenter son marché,</li> <li>- Créer, enrichir, actualiser et qualifier une base de données clients ou prospects pour aider à la décision, lancer une action commerciale, une prospection, etc.,</li> <li>- Organiser sa démarche commerciale</li> <li>- Surveiller son marché : les acteurs de l'environnement immédiat (clients, fournisseurs, banques, etc.) et global (technologique, culturel, socio-économique, environnemental, etc.), les pratiques, les besoins au niveau national et international.</li> <li>- Maîtriser la palette d'outils commerciaux nécessaires à l'accomplissement de ses objectifs : la marge, la quantité, le prix, les produits, les services, les services associés,</li> <li>- Suivre la réalisation d'une commande selon les termes du contrat,</li> <li>- Comprendre, renseigner et analyser des tableaux de bord de suivi d'activité,</li> <li>- Suivre un compte-client, analyser les mouvements,</li> <li>- Mettre en place une relation clientèle fondée sur la confiance, de long terme et évolutive,</li> </ul> </li> </ul>

Domaines de connaissances	Capacités ou savoir-faire associés
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Etre une personne ressource pour son client à la fois sur le plan technique et commercial,</li> <li>- S'appuyer sur son expérience de terrain pour être force de proposition en matière de développement ou de réajustement de l'offre ou de la politique commerciale : cibles, segments, moyens, produits, techniques, technologies, services associés ...</li> <li>- Appréhender les spécificités des différents pays en matière de législation de l'import ou de l'export : contrats, flux, moyens de règlement, etc.</li> <li>▪ Négocier en français et en anglais <ul style="list-style-type: none"> <li>- Participer à la construction d'un argumentaire de vente,</li> <li>- Présenter son entreprise dans sa dimension globale, au-delà du produit ou service commercialisé,</li> <li>- Ecouter, identifier et positionner chez les clients/prospects les besoins immédiats et leur dimension évolutive,</li> <li>- Reformuler les besoins et les attentes,</li> <li>- Traduire les besoins ou attentes en propositions de produits/services adaptés,</li> <li>- Proposer des services associés (maintenance, SAV, garanties, etc.),</li> <li>- Calibrer et préparer une offre en termes de produit, quantité, prix,</li> <li>- Calculer sa marge au regard des objectifs fixés,</li> <li>- Evaluer sa marge de négociation,</li> <li>- Mesurer les répercussions financières des activités et des choix commerciaux sur la rentabilité, la liquidité, la solvabilité de son entreprise,</li> <li>- Argumenter le positionnement de son offre : marché concurrentiel, qualité, délais, innovation, services associés, etc.,</li> <li>- Recourir aux compétences internes, interagir avec les services support de son entreprise : services juridiques, financiers, export, R&amp;D, production, SAV, logistique, achats, etc.,</li> <li>- Proposer les dispositions contractuelles adaptées en termes de prix, délais, modalités de paiement, SAV, etc.</li> <li>- Contractualiser, expliciter les termes d'un contrat.</li> </ul> </li> </ul>

## Compétences transversales

- Organiser son temps de travail,
- Faire des bilans de son action, en relever les points essentiels ou nouveaux,
- Reporter à l'écrit et/ou à l'oral à sa hiérarchie sur
  - les résultats et méthodes
  - l'évolution de ses marges
  - l'évolution des besoins de la clientèle et de l'offre de la concurrence
- S'intégrer dans une équipe, y apporter sa contribution,
- Animer une équipe projet : accompagner, motiver, informer.
- Utiliser les outils bureautiques courants ainsi que certains logiciels spécifiques (traitement d'enquête, gestion de projet).

## Débouchés

Les métiers informatiques :

- Support technique en informatique
- Responsable système

La gestion de projet

- Chef de projet
- Chargé d'études

Les métiers commerciaux

- Assistant commercial
- Acheteur
- Responsable service client
- Responsable exploitation des ventes

## Environnement professionnel

---

- PME/PMI de l'industrie et des services
- GMS
- Associations
- Mutuelles
- Banques
- ONG
- Autres

## Exemples de stages en 2010 et de stages futurs en 2011

---

- *Assister le chef de projet utilisateur de l'outil de gestion de la relation client (CRM) de Bouygues Bâtiment (Nantes)*
- *Amélioration de l'ergonomie de l'outil (optimisation des champs existants, proposition de nouveaux scénarios d'enregistrement ...)*
- *Elaboration de cahiers de charges fonctionnels liés à l'amélioration de l'outil*
- *Optimisation du tableau de bord*
- *Administration de la base de données*
- *Paramétrage/ modification du logiciel de CRM*
- *Analyse du système de relation clients existant, étude des besoins, choix d'un logiciel de GRC, installation et paramétrage de ce logiciel, formation des utilisateurs (2IHS à Arles)*
- *Mise en place et optimisation de modules ERP Salesforce, gestion de campagnes marketing Salesforce (Eco-Compteur Lannion)*
- *Réflexion sur le choix d'un ERP, analyse des besoins (gestion commerciale gestion des stocks, trésorerie), analyse des solutions qui existent sur le marché, chiffrage d'une sélection restreinte et négociation des tarifs (FC Equipements Lannion)*
- *Mise en place d'une plate-forme de e-learning à destination des clients.*
- *Développement commercial de la société : analyse des outils commerciaux existants actions à mettre en place.*
- *Prospection d'une clientèle de professionnels, recherche d'outils de CRM adaptés à l'entreprise, choix, paramétrage,*

## Contacts

---

**Responsable de la formation :** Bertrand de Villeneuve - [bertrand.de-villeneuve@univ-rennes1.fr](mailto:bertrand.de-villeneuve@univ-rennes1.fr)

IUT de Lannion – Département Informatique

**Site Internet :** [http://www.iut-lannion.fr/lyceen\\_etudiant/Choisir\\_une\\_LP/LP\\_MIC](http://www.iut-lannion.fr/lyceen_etudiant/Choisir_une_LP/LP_MIC)

**Contact :** Amanda Portant - [amanda.portant@univ-rennes1.fr](mailto:amanda.portant@univ-rennes1.fr)

Tél. : 02 96 46 93 86

**Renseignements stagiaires en formation continue :**

Service de Formation Continue - Université de Rennes 1 - 4, rue Kléber - 35000 RENNES –

Tel : 02 23 23 39 50 - <http://sfc.univ-rennes1.fr> – courriel : [sfc@univ-rennes1.fr](mailto:sfc@univ-rennes1.fr)

**Contact :** Frédéric Remonté - Chargé de Mission - 02.23.23.39.51