

Services concernés

- Commercial
- Marketing
- Administration des ventes
- Communication
- Logistique
- Achats

Qualités professionnelles

- Organisé
- Méthodique
- Sens du résultat
- Sens du travail en équipe
- Grande capacité d'écoute

Qualités humaines

- Dynamique
- Ouvert et curieux
- Bon relationnel : goût pour les contacts

Débouchés professionnels visés

- Attaché commercial
- Assistant commercial
- Conseiller commercial
- Chargé de clientèle
- Responsable de magasin
- Assistant marketing ou communication
- Télévendeur puis superviseur en centre d'appels
- Promoteur/animateur des ventes
- Chef des ventes /responsable commercial
- Manageur de rayon en distribution

Formalités

- . Etablissement du contrat de travail
- . Désignation du maître d'apprentissage (ou équipe tutorale)
- . Déclaration unique d'embauche (URSSAF)
- . Programmation de la visite médicale d'embauche
- . Déclaration de l'apprenti(e) auprès de la Caisse de Retraite

Avantages financiers

Aides (secteur privé)	Montants	Conditions d'application
Indemnité Compensatrice Forfaitaire	1 000 €	Versement et modalités de calcul incombent aux régions. Majorations possibles sous certaines conditions.
Crédit d'impôt	1 600 €	Barème applicable à toutes entreprises quels que soient leur département et leur taille. (sous certaines conditions)

Exonérations des Cotisations Sociales (secteur privé et secteur public)

- Entreprises : effectif jusqu'à 11 salariés
exonération totale des cotisations patronales et salariales (sauf les cotisations d'accident du travail)
- Entreprises : effectif de 11 salariés et +
exonération totale des cotisations salariales
exonération partielle des cotisations patronales
-Pour tout calcul précis, veuillez contacter l'URSSAF-

Pour nous joindre

Adresse de la formation

I.U.T de Tours
29 rue du Pont Volant
37082 TOURS Cedex 2

Secrétariat

☎ 02.47.36.76.38
📠 02.47.36.76.34
laetitia.goulet@univ-tours.fr

Contact : Laëtitia GOULET

Responsable Formation : Nathalie SOURIOU
nathalie.souriou@univ-tours.fr

CFAIURC SOUTENU PAR LE CONSEIL RÉGIONAL DE LA RÉGION CENTRE ET LE FSE



DUT

TECHNIQUES DE COMMERCIALISATION orientation langues

PAR APPRENTISSAGE



Objectif

MISSIONS



En accueillant un(e) apprenti(e), vous lui transmettez votre savoir-faire, votre expérience. Vous allez lui confier des missions concrètes, en adéquation avec le contenu de sa formation. Définir la mission de l'apprenti(e) est une étape fondamentale pour le bon déroulement de la formation et intervient avant la signature du contrat, avec l'approbation du responsable pédagogique.

Ce guide a été conçu pour vous aider dans cette démarche

Quelques rappels sur la formation...

intitulé	Diplôme Universitaire de Technologie Techniques de Commercialisation
lieu	I.U.T de Tours
durée	24 mois
1 ^{ère} année DUT	23 semaines IUT + 29 semaines en entreprise
2 ^{ème} année DUT	24 semaines IUT + 28 semaines en entreprise
alternance	15 jours à l'IUT - 15 jours en entreprise

Pas d'apprentissage sans contrat...

formulaire	contrat de travail écrit «cerfa FA13» secteur privé ou «cerfa FA19» secteur public
mentions obligatoires	- signature employeur et apprenti(e) - cachet du CFAIURC
type	CDD avec période d'essai 2 mois
début	idéalement début septembre
statut	salarié
horaires	35 h/sem
congés	5 semaines sur période entreprise au minimum
rémunération	% du SMIC ou du SMC (salaire minimum conventionnel)

Les missions que vous pouvez proposer à votre apprenti(e)...

Université	Entreprise	
	connaissances	tâches et activités
Marketing	<ul style="list-style-type: none"> Étude des besoins des clients Test produit - Packaging Segmenter un fichier pour cibler une clientèle Analyser la place de l'entreprise sur son marché, calculer les parts de marché par segments de clients, région... Calcul de prix, marge... 	<ul style="list-style-type: none"> Proposer un plan d'action commerciale sur une cible Étudier un positionnement Participer au lancement d'un produit /service Caractériser le marché de l'entreprise, des produits Suivre et cerner le comportement d'achat client
Négociation – vente /achat	<ul style="list-style-type: none"> Qualification et constituer un fichier client /fournisseurs Prospection téléphonique Prise de rendez-vous Monter un argumentaire de gamme Présenter le book de vente des produits Conseil, accueil, vente à la clientèle Rechercher des fournisseurs 	<ul style="list-style-type: none"> Développement d'un secteur de vente à la clientèle Achat : Négocier des prix et des quantités avec des fournisseurs Analyser le portefeuille client Gestion commerciale Gestion de caisse – Contrôle
Techniques d'étude de marché	<ul style="list-style-type: none"> Créer un questionnaire Dépouiller un questionnaire sur sphinx Réunion consommateurs 	<ul style="list-style-type: none"> Étude de concurrence Étude quantitative de satisfaction, de notoriété
Communication commerciale et publicitaire	<ul style="list-style-type: none"> Création de plaquette commerciale, d'affiche, de flyers Animation promotion des ventes, salons - foires 	<ul style="list-style-type: none"> Plan de promotion des ventes Site internet de l'entreprise
Distribution	<ul style="list-style-type: none"> Étude des circuits de distribution Travail préparatoire pour un référencement 	<ul style="list-style-type: none"> Envisager de nouveaux canaux Analyser les ventes par canaux
Marketing point de vente et merchandising	<ul style="list-style-type: none"> Tenue du rayon, facing Passer des commandes Gérer le stock Gestion des prix-promotions 	<ul style="list-style-type: none"> Ré-implantation de rayon Audit de rayon Étude de la démarque Porte ouverte - anniversaire
Management des équipes commerciales	<ul style="list-style-type: none"> Tableau de bord vendeurs – analyse des résultats Préparer des Réunions commerciales 	<ul style="list-style-type: none"> Organisation de tournées Mettre en place et suivre des challenges vente
Marketing direct et gestion de la relation client (GRC /CRM)	<ul style="list-style-type: none"> Création de mailing – e-mailing Carte de fidélité Calcul des coûts et rentabilité des actions – R.O.I 	<ul style="list-style-type: none"> Analyse de fichiers clients Programme de fidélisation Analyser la cohérence de la multicanalité

Structures d'accueil

☐ PME ou grandes entreprises de secteurs d'activités très variés :

- commerce
- industrie
- sociétés de services
- banque
- assurance...

☐ Entreprises de production

☐ Entreprises de distribution de biens ou de services

☐ Grossistes

☐ Grande distribution ou magasins spécialisés

☐ Intermédiaires de commerce (vente aux intermédiaires, aux prescripteurs et aux utilisateurs)

☐ Structures de vente en face à face et à distance