

Conseiller(ère) Commercial(e)

Titre professionnel de niveau IV – RNCP37717

Ministère du travail, du plein emploi et de l'insertion

Contexte :

Le conseiller commercial prospecte des entreprises et des particuliers afin de développer son portefeuille client, d'atteindre les objectifs qui lui sont fixés et de développer le chiffre d'affaires de l'entreprise. Dans le respect de la politique commerciale de l'entreprise, le conseiller commercial mène des entretiens en face à face avec des décideurs d'entreprise et des particuliers. Il valorise les produits et services référencés de l'entreprise et apporte un conseil adapté aux prospects/clients afin de conclure les ventes.

Objectifs :

- Organiser son activité de prospection à partir du plan d'actions commerciales (PAC) de l'entreprise.
- Contacter les prospects/clients par téléphone, par des campagnes de publipostage ou de courriels, par les réseaux sociaux professionnels et lors de rencontres physiques.
- Recueillir des informations relatives aux besoins et attentes des prospects/clients, qualifie le contact et met à jour le fichier prospects/clients à l'aide d'outils numériques et de logiciels dédiés à la gestion de la relation client.
- Actualiser régulièrement ses connaissances sur les produits et services de l'entreprise et de ses concurrents pour apporter un conseil adapté aux demandes des prospects/clients et pour développer une argumentation commerciale efficace.

Public visé : La formation est ouverte à tout public (demandeurs d'emploi, salariés) souhaitant évoluer dans le cadre d'un contrat d'apprentissage ou de professionnalisation. Formation accessible aux personnes en situation de handicap.

Prérequis et modalités d'accès :

- Attester d'un niveau de scolarité de fin de 3^{ème} ou équivalent.
- Evaluation de la motivation et des acquis en lien avec la formation visée.
- Possibilité de s'inscrire toute l'année.

Compétences visées :

Nous avons la possibilité de vous faire valider un ou des blocs de compétences.

CCP 1 : Prospecter un secteur de vente.

CCP 2 : Accompagner le client et lui proposer des produits et des services.

Suivi de l'exécution et évaluation des résultats

Alternance de contenu théorique et de mise en pratique

Evaluation en cours de formation (ECF)

Dossier professionnel

Examen de certification devant un jury final pour l'obtention du Titre Professionnel de Conseiller(ère) Commercial(e) de niveau IV du Ministère du Travail, du Plein Emploi et de l'Insertion

Possibilité de validation par blocs de compétences.

Durée et horaires

- 12 mois en contrat d'apprentissage ou contrat de professionnalisation.
- 1 jour de formation et 4 jours d'apprentissage en entreprise par semaine

Tarif

- 8333€ TTC
- Tarif selon barème
- Pris en charge par l'OPCO de la branche dans le cas d'un contrat d'apprentissage ou de professionnalisation

Equipe pédagogique

Nos formateurs possèdent une expertise et une expérience avérée dans leur domaine.

Siège social

CFA Institut des Métiers Network

260 rue du Puech Radier, 34970 Lattes

Nous contacter : 04.11.93.11.20 / pedagogie@i2mc-formations.fr

Plan de formation (406 heures au total)

Intégration

- Découverte emploi, formation, alternance.

Module 1 : Prospecter son secteur de vente

I. Assurer une veille professionnelle et commerciale

- La sélection des outils de veille et des sources d'information est pertinente par rapport au type d'information recherché.
- Les sources d'information pertinentes pour un secteur d'activité donné sont connues.
- Le système de veille mis en place permet une actualisation régulière des informations.
- La recherche d'information est menée de manière efficace.
- Les principaux concurrents et leur positionnement sur le marché sont connus.

II. Mettre en œuvre un plan d'actions commerciales et organiser son activité

- Les moyens d'action prennent en compte la politique commerciale de l'entreprise.
- Le ciblage de prospects ou de clients est cohérent avec le plan d'actions commerciales.
- Les outils numériques et logiciels dédiés à la gestion de la relation client sont utilisés de manière adaptée au contexte et en fonction des besoins.

- Les outils d'intelligence artificielle pour planifier ses activités de veille sont utilisés de manière adaptée au contexte et en fonction des besoins.
- Les activités sont cohérentes avec le plan d'actions commerciales.
- La planification de l'activité tient compte des spécificités des clients de son secteur géographique.
- La dimension écologique est intégrée à l'organisation des tournées.

III. Mettre en œuvre la démarche de prospection

- Le prospect/client est contacté par le canal le plus approprié par rapport à son profil.
- Les techniques de prise de rendez-vous sont maîtrisées.
- La communication est appropriée à la cible.
- La présentation et la posture professionnelle mettent en valeur le produit, le service ou la solution.
- Les techniques d'écoute active, d'observation et de questionnement sont mises en œuvre.
- Les informations recueillies permettent la qualification du prospect.
- Le fichier prospects/clients est mis à jour.
- La communication et l'animation des communautés sur les réseaux sociaux sont adaptées à la cible et aux objectifs définis.
- Les techniques du social selling sont mises en œuvre à bon escient.

IV. Analyser ses performances commerciales et en rendre compte

- L'analyse de l'activité commerciale et des résultats est pertinente.
- Les causes d'éventuels écarts entre l'objectif fixé et les résultats sont identifiées.
- La note de synthèse est claire et comporte des informations exploitables par un tiers.
- Les propositions d'actions correctives sont réalisables.

Module 2 Vendre en face à face des produits et des services référencés aux entreprises et aux particuliers

I. Représenter l'entreprise et valoriser son image

- La présentation met en valeur les produits et services de l'entreprise.
- La présentation de l'entreprise et de ses produits et services est adaptée à l'interlocuteur.
- La présentation de l'entreprise et de ses produits et services est adaptée au canal de communication.
- Le profil professionnel sur les réseaux sociaux correspond aux consignes de l'entreprise.
- La communication commerciale sur les réseaux sociaux est cohérente avec la stratégie de l'entreprise.
- Les règles de confidentialité des réseaux sociaux sont appliquées.

II. Conduire un entretien de vente et conseiller le client

- La préparation de l'entretien prend en compte les caractéristiques du prospect / client.
- Les avantages du produit ou service sont illustrés avec des supports adaptés aux prospects / clients.
- Le niveau d'information du prospect / client est identifié.
- Les besoins et attentes du client sont identifiés.
- L'argumentation est personnalisée.
- Les objections sont traitées de manière efficace.
- La conclusion de l'entretien de vente est adaptée à la situation.
- La conduite d'entretien prend en compte d'éventuelles situations de handicap chez le client ou dans son entourage.

III. Assurer le suivi de ses ventes



INSTITUT DES METIERS NETWORK

OF CFA – IDMN GROUP

- Les procédures de l'entreprise sont respectées.
- Suite à une réclamation, la solution proposée satisfait le client et préserve les intérêts de l'entreprise.
- Le litige est traité dans la limite de son champ de responsabilités.
- Le dossier est transmis aux services compétents si nécessaire.

IV. Fidéliser son portefeuille client

- Les actions de fidélisation respectent la politique commerciale de l'entreprise.
- Les offres proposées sont adaptées au profil du client ciblé.
- Le client est régulièrement informé de l'évolution des produits ou des services de l'entreprise et des offres promotionnelles via des canaux adaptés.
- Les comptes inactifs sont détectés et relancés régulièrement.
- Les outils numériques sont intégrés dans la démarche de fidélisation.

Révision et validation du titre

- Révision et mise en situation pour le passage du titre.
- Evaluation du parcours de formation remis au jury avec la remise du livret ECF.
- Exercices de coaching individuel et collectif permettant d'avoir la bonne posture du métier lié à la formation.

Débouchés visés par la certification :

- Conseiller(ère) commercial(e)
- Attaché(e) commercial(e)
- Commercial(e)
- Prospecteur(rice) commercial(e)
- Délégué(e) commercial(e)

INSTITUT DES METIERS NETWORK