

Bloc de compétences issu de la certification professionnelle de niveau 4 :

« Conseiller commercial », enregistré au RNCP* par le Ministère du travail du plein emploi et de l'insertion.

Fiche RNCP* n°37717 enregistrée et publiée au Journal Officiel le 09/07/2023, codes NSF :

312 : Commerce, vente

312t : Négociation et vente

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/37717/>

*Répertoire National des Certifications Professionnelles

OBJECTIFS

La certification complète « Conseiller Commercial » permet au conseiller commercial de vendre les produits, les prestations de services ou les solutions d'une entreprise. Il prospecte des entreprises et des particuliers, selon le plan défini, via des outils de communication numériques ou en face-à-face afin de développer son portefeuille client et le chiffre d'affaires de l'entreprise.

Le conseiller commercial organise son activité de prospection à partir du plan d'actions commerciales (PAC) de l'entreprise. Il valorise les prestations, services et solutions de l'entreprise et apporte un conseil adapté aux besoins du prospect/client. Le conseiller commercial exerce ses activités dans le respect de la politique commerciale de l'entreprise et de ses procédures et en accord avec sa hiérarchie. Il intègre les principes de l'éco-responsabilité et de la sobriété numérique dans son organisation.

Pour suivre les évolutions du marché, du positionnement de la concurrence, des comportements d'achat des clients, des avis clients et de la réglementation, le conseiller commercial met en place un système de veille. Le conseiller commercial actualise régulièrement ses connaissances sur les produits et services de l'entreprise. Il analyse régulièrement l'ensemble de ces informations afin d'adapter sa stratégie de vente aux demandes des clients.

Le conseiller commercial valorise l'image de l'entreprise par une présentation positive de ses produits, services et solutions sur tous les canaux de communication. Il adapte la démarche de prospection à la cible, contacte le prospect/client par le canal le plus approprié en fonction du contexte et du profil du prospect/client et suscite son intérêt pour le produit, le service ou la solution. Il tient compte d'éventuelles situations de handicap chez le client ou dans son entourage. Dans le respect des consignes de l'entreprise, le conseiller commercial assure une présence sur les réseaux sociaux. Il conçoit et publie du contenu commercial, contribue à l'animation des communautés et met en œuvre les techniques du social selling.

Afin de fidéliser son portefeuille client, le conseiller commercial analyse et anticipe les besoins du client afin de proposer des offres commerciales personnalisées. Il tient compte des spécificités du client et de son historique d'achat et maintient le contact avec lui par le canal approprié.

Bloc de compétences issu de la certification professionnelle de niveau 4 :

« Conseiller commercial », enregistrée au RNCP* par le Ministère du travail du plein emploi et de l'insertion.

Fiche RNCP* n°37717 enregistrée et publiée au Journal Officiel le 09/07/2023, codes NSF :

312 : Commerce, vente

312t : Négociation et vente

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/37717/>

*Répertoire National des Certifications Professionnelles



OBJECTIFS

Le conseiller commercial explore les potentialités d'un secteur de vente. Il prospecte les particuliers et les entreprises afin de développer son portefeuille client, d'atteindre les objectifs fixés et de développer le chiffre d'affaires de l'entreprise. Il vend des produits, des prestations de services ou des solutions.

Pour suivre les évolutions du marché, du positionnement de la concurrence, des comportements d'achat des clients, des avis clients et de la réglementation, le conseiller commercial met en place un système de veille. Le conseiller commercial actualise régulièrement ses connaissances sur les produits et services de l'entreprise. Il identifie et exploite les sources d'information pertinentes, suit les influenceurs et consulte les avis clients sur les sites d'avis consommateur. Il analyse régulièrement l'ensemble des informations afin d'adapter sa stratégie de vente aux demandes des clients.

Dans le respect de la politique commerciale de l'entreprise et en accord avec son manager, le conseiller commercial organise son activité en intégrant les principes de l'écoresponsabilité et de la sobriété numérique. Le conseiller commercial détermine et met en œuvre la démarche de prospection adaptée à la cible afin de développer le portefeuille de prospects/clients. Il contacte le prospect/client par le canal le plus approprié en fonction de son profil, du contexte et suscite son intérêt pour le produit, le service ou la solution. Il tient compte d'éventuelles situations de handicap chez le client ou dans son entourage. Dans le respect de la réglementation et des consignes de l'entreprise, le conseiller commercial assure une présence sur les réseaux sociaux. Il conçoit et publie du contenu commercial, contribue à l'animation des communautés et met en œuvre les techniques du social selling. Il tient à jour le fichier des prospects/clients et suit son évolution.

Le conseiller commercial analyse et évalue son activité commerciale et ses résultats sur une période de référence. Il identifie les sources d'éventuels écarts entre les objectifs définis par la hiérarchie et ses résultats, rédige une note de synthèse destinée à son manager et propose si nécessaire des actions correctives afin d'atteindre les objectifs.

Le conseiller commercial utilise des outils numériques, des logiciels dédiés à la gestion de la relation client et des outils d'intelligence artificielle pour planifier ses activités de veille, de prospection et de fidélisation client. Il s'appuie sur des outils de planification d'itinéraires et de géolocalisation afin d'organiser et d'optimiser ses tournées dans une démarche écoresponsable.

Le conseiller commercial exerce l'activité de prospection d'un secteur de vente dans les locaux de l'entreprise et en dehors, physiquement ou à distance lors des manifestations commerciales et des événements en ligne. Tout en restant dans le cadre fixé par l'entreprise, le conseiller commercial dispose d'une autonomie d'organisation pour optimiser ses déplacements. Il s'adapte aux horaires des prospects et de ses clients. Son profil et sa présence sur les réseaux sociaux sont encadrés par la réglementation et la politique commerciale de l'entreprise.

L'activité peut nécessiter un travail prolongé sur écran en position assise ; elle comporte également des déplacements, avec des temps de conduite d'un véhicule léger dans le secteur géographique de prospection, ou des temps passés dans des transports en commun. Les horaires peuvent être atypiques.

Le conseiller commercial peut passer des nuitées hors domicile.

CERTIFICATION PROFESSIONNELLE

PROSPECTER UN SECTEUR DE VENTES - 230h

Bloc de compétences issu de la certification professionnelle de niveau 4 :

« Conseiller commercial », enregistrée au RNCP* par le Ministère du travail du plein emploi et de l'insertion.

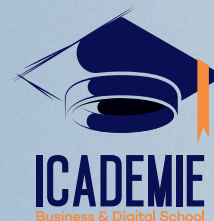
Fiche RNCP* n°37717 enregistrée et publiée au Journal Officiel le 09/07/2023, codes NSF :

312 : Commerce, vente

312t : Négociation et vente

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/37717/>

*Répertoire National des Certifications Professionnelles



OBJECTIFS

Compétences et aptitudes visées

- Assurer une veille professionnelle et commerciale
- Mettre en œuvre un plan d'actions commerciales et organiser son activité
- Mettre en œuvre la démarche de prospection
- Analyser ses performances commerciales et en rendre compte

PROFIL

- Salariés
- Demandeurs d'emploi
- Apprentis
- Personnes en poursuite ou en reprise d'étude

DURÉE ET ACCESSIBILITÉ



Durée de la formation : **230h**

La formation s'effectue 100 % à distance (hors examens)

Après étude du dossier et selon les aménagements possibles, les méthodes pédagogiques et modalités d'évaluation peuvent être adaptées aux publics en situation de handicap.

MODALITÉS D'ADMISSION

- Expérience professionnelle dans le domaine commercial souhaitée.
- Disposer d'un ordinateur muni d'une connexion internet, d'un micro et d'une caméra fonctionnels.

PRÉ-REQUIS

Pour accéder à ce parcours, vous devez remplir les conditions suivantes :

- Entretien
- Dossier de candidature
- Réussite au test de positionnement

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

- Accompagnement individuel et en groupe assuré par des tuteurs/formateurs experts dans le domaine.
- Encadrement assuré par un référent pédagogique et un référent examens.
- Webconférences en direct (également accessibles en différé), forums de discussions, messagerie personnelle.
- Apports de contenus, analyse de cas pratiques, jeux de rôles, échanges libres.
- Plateforme accessible 7j/7.
- Accès à une vidéothèque et une bibliothèque numérique.

PROGRAMME

ASSURER UNE VEILLE PROFESSIONNELLE ET COMMERCIALE

- Utiliser les outils de veille concurrentielle et informationnelle en ligne existant dans l'entreprise et les sources d'information pertinentes par rapport aux informations recherchées.
- Mettre en place un système de veille permettant une actualisation régulière des informations.
- Rechercher de manière efficace des informations pour analyser le positionnement de la concurrence, les évolutions du marché, de l'offre, des comportements d'achat des clients, et de l'évolution de la réglementation en lien avec son activité.
- Actualiser régulièrement ses connaissances sur les produits et services de l'entreprise.
- Suivre les influenceurs et consulter les avis clients sur les sites d'avis consommateur.
- Utiliser les réseaux sociaux et les outils d'intelligence artificielle afin d'adapter en permanence la stratégie de vente, de fournir des réponses convaincantes aux questions du prospect/client, de mieux connaître sa demande et de lui apporter un conseil adapté par une argumentation commerciale efficace.

METTRE EN ŒUVRE UN PLAN D'ACTIONS COMMERCIALES ET ORGANISER SON ACTIVITÉ

- À partir du plan d'actions commerciales de l'entreprise, et afin d'atteindre les objectifs fixés, organiser son activité sur une période de référence.
- Adapter son organisation en fonction des aléas.
- Dans le respect de la politique commerciale de l'entreprise, déterminer les moyens d'action en accord avec son manager pour cibler et organiser sa prospection, en tenant compte des spécificités de la clientèle de son secteur géographique.
- S'assurer de la cohérence et de la synchronisation (pertinence, timing) des actions terrain en rapport avec l'objectif.
- Utiliser, de manière adaptée au contexte et en fonction des besoins, des outils bureautiques, des outils numériques et des logiciels dédiés à la gestion de la relation client, ainsi que des outils d'intelligence artificielle pour planifier ses activités de veille, de prospection et de fidélisation client.
- Rationaliser ses tournées avec des logiciels de planification d'itinéraires et de géolocalisation afin d'adopter une organisation écoresponsable.

METTRE EN ŒUVRE LA DÉMARCHE DE PROSPECTION

- À partir du plan d'actions commerciales, des objectifs fixés et du profil du prospect/client, déterminer et mettre en œuvre la démarche de prospection adaptée afin de développer le portefeuille client.
- Contacter le prospect/client par le canal le plus approprié en fonction du contexte et de son profil, ou se présenter physiquement à lui.
- Adapter son langage au prospect/client et au canal de communication.
- Se présenter au prospect/client et susciter son intérêt pour le produit, le service ou la solution.
- Recueillir des informations relatives à ses besoins et ses attentes par des techniques d'écoute active, d'observation et de questionnement.
- Tenir compte d'éventuelles situations de handicap chez le client ou dans son entourage.
- Qualifier le contact, poursuivre par un entretien de vente, ou déterminer une date de reprise de contact.
- Mettre à jour le fichier des prospects/clients.
- Dans le respect des consignes, assurer une présence sur les réseaux sociaux choisis par l'entreprise.
- Publier du contenu commercial, contribuer à l'animation des communautés sur les réseaux sociaux en mettant en œuvre les techniques du social selling.

ANALYSER SES PERFORMANCES COMMERCIALES ET EN RENDRE COMPTE

- Analyser et évaluer son activité commerciale et ses résultats à l'aide de logiciels dédiés à la gestion de la relation client sur une période de référence.
- Identifier les sources d'éventuels écarts entre les objectifs définis par la hiérarchie et ses résultats.
- Rédiger une note de synthèse destinée à son manager, comportant des éléments d'analyse de ses performances commerciales et des éléments de contexte permettant leur compréhension.
- Lors d'entretiens réguliers avec son manager, proposer des actions correctives afin d'atteindre les objectifs.



Modalités d'évaluation

Deux sessions d'examens par an : mars et septembre.

Chaque bloc de compétences se valide de manière indépendante par le biais :

- D'une mise en situation professionnelle et d'une présentation d'un projet réalisé en amont de la session, complétée par d'autres modalités d'évaluation : entretien technique, questionnaire à partir de production(s).
- Du dossier professionnel et de ses annexes éventuelles.

La validation de la certification globale sera complétée par :

- Les résultats des évaluations passées en cours de formation pour les candidats issus d'un parcours de formation.
- Un entretien avec le jury destiné à vérifier le niveau de maîtrise par le candidat des compétences requises pour l'exercice des activités composant le titre visé.

Équivalences et Passerelles

Équivalences :

Le titre professionnel est accessible par capitalisation de certificats de compétences professionnelles (CCP) ou suite à un parcours de formation et conformément aux dispositions prévues dans l'arrêté du 22 décembre 2015 modifié, relatif aux conditions de délivrance du titre professionnel du ministère chargé de l'emploi.

Passerelles :

Certification professionnelle reconnue en correspondance partielle :

- RNCP37098 - Conseiller de vente

Bloc de compétences en correspondance partielle :

- RNCP37098BC02 - Améliorer l'expérience client dans un environnement omnicanal

Période en entreprise

Le candidat qui se présente à une session d'examen du titre ou du certificat de compétences professionnelles après un parcours de formation réalise le diaporama et les fiches techniques de produits ou de services à partir d'une période en entreprise, d'une durée minimale de 140 heures pour un certificat de compétences professionnelles et de 280 heures pour le titre professionnel complet (hors contrat d'apprentissage).

Cette période est obligatoire pour se présenter aux épreuves du titre ou du certificat de compétences professionnelles. Le candidat présente une preuve de cette période auprès du responsable de la session d'examen. Cette preuve est conservée avec les éléments du dossier du candidat. La période en entreprise est incluse dans le temps de travail en entreprise pour les contrats d'apprentissage.

DÉBOUCHÉS

Les différents secteurs d'activités concernés sont : tous les secteurs d'activité nécessitant des commerciaux pour leur développement.

Les types d'emplois accessibles sont les suivants :

- Conseiller commercial
- Attaché commercial
- Commercial
- Prospecteur commercial
- Délégué commercial

POURSUITE D'ÉTUDES

La validation de l'ensemble des blocs de cette certification professionnelle vous donne les clés pour être rapidement opérationnel sur le marché de l'emploi. Toutefois, une poursuite d'études peut être une option intéressante si vous souhaitez renforcer votre profil ou vous spécialiser (Négociateur Technico-Commercial, Responsable Petite et Moyenne Structure, etc.).

INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES

DÉLAIS D'ACCÈS

Inscriptions à tout moment de l'année.
Le délai d'accès à la formation est habituellement de 14 jours après validation de votre dossier.

TARIFS

À partir de 1900 € TTC.
Contactez le service Conseil en Formation pour le détail des conditions tarifaires.

MODALITÉS DE FINANCEMENT

- CPF
- Plan de développement des compétences
- Autofinancement

Prise en charge à 100 % possible selon les modalités de financement.

INDICATEURS DE RÉSULTATS – 2024

- Taux de réussite : 100 %
- Taux de satisfaction : Non significatif
- Taux d'insertion à 6 mois : Non significatif
- Taux d'insertion à 6 mois dans les métiers visés : Non significatif



ICADEMIE
Business & Digital School

Formation à Distance

3 Rue Racine
83000 Toulon
09 73 03 01 00
contact@icademie.com
SIRET 489 088 971 00093

Aix-en-Provence

415 Avenue des Chabauds
13320 Bouc-Bel-Air
04 42 58 86 31
contact@icademie-aixenprovence.com
SIRET 489 088 971 00077

Toulon

15 Boulevard de Strasbourg
83000 Toulon
04 89 33 14 62
contact-toulon@icademie.com
SIRET 489 088 971 00051

Paris

5 Rue Saint-Georges
75009 Paris
01 75 85 85 65
contact@icademie-paris.com
SIRET 489 088 971 00101

Lille

5/7 Rue Sainte Anne
59800 Lille
03 66 72 22 25
contact@icademie-lille.com
SIRET 489 088 971 00069