

SAS VIAL

1 rue du Grenache
34210 Félines-Minervois
Email : info@vial-formations.fr
Tel : +33468905342



ALT – RNCP39063 – TITRE PROFESSIONNEL – Négociateur Technico-Commercial (en alternance)

Cette formation prépare à définir et mettre en œuvre une stratégie de prospection, négocier des solutions techniques adaptées, renforcer l'expérience client et piloter des actions commerciales performantes.

Durée : 450.00 heures

Durée estimée indicative hebdomadaire : 10 à 12 heures

CODE RNCP : 39063

Certificateur : MINISTÈRE DU TRAVAIL DU PLEIN EMPLOI ET DE L'INSERTION

Date d'enregistrement : 10-06-2024 au 10-06-2029

A qui s'adresse cette formation ?

- Destiné aux jeunes de 16 à 29 ans révolus préparant un diplôme ou un titre RNCP.
- Accessible sans limite d'âge pour les personnes en situation de handicap, les sportifs de haut niveau et les porteurs d'un projet de création ou reprise d'entreprise.
- Possible jusqu'à 35 ans révolus (36 ans – 1 jour) pour préparer un diplôme de niveau supérieur ou en cas de rupture indépendante de la volonté de l'apprenti.
- Concerne à la fois les nouveaux recrutés et les salariés déjà en CDI, dont le contrat peut être suspendu pour la durée de l'apprentissage.
- Le dispositif Pro-A est réservé aux salariés en CDI qui ne peuvent pas entrer en apprentissage (hors limite d'âge ou cas dérogatoire), afin de favoriser leur reconversion ou leur évolution professionnelle par la voie de l'alternance.

Prérequis

- Titulaire d'un niveau BAC ou équivalent et/ou bien avoir au moins un (1) an d'expérience professionnelle cumulée en rapport direct avec le titre visé
- Disposer d'un ordinateur portable et d'une connexion internet stable pour suivre la formation en ligne (le matériel peut être mis à disposition ou financé par l'entreprise/OPCO).

Accessibilité et délais d'accès

Entrée tous les mois sous réserve d'un nombre de candidats suffisant.

Un délai de 21 jours minimum avant l'entrée en formation est nécessaire à l'instruction de la demande d'inscription. Dans ce délai, le stagiaire doit entre-autres fournir la copie de ses diplômes ou titres obtenus, un CV à jour, et avoir rempli un questionnaire concernant ses compétences et son projet professionnel. Une fois ces documents renvoyés, le service pédagogique prend contact par téléphone avec le stagiaire pour valider ou invalider son inscription sur le parcours de formation.

Cette formation est accessible aux personnes en situation de handicap. Vous pouvez signaler votre situation à la référente handicap afin d'obtenir des adaptations pour votre action de formation ou les épreuves d'évaluations.

Pour toute question d'accessibilité handicap, prendre contact avec nous : info@vial-formations.fr

Délai d'accès : 3 semaines

SAS VIAL

1 rue du Grenache
34210 Félines-Minervois
Email : info@vial-formations.fr
Tel : +33468905342



Objectifs pédagogiques

- Assurer une veille commerciale
- Concevoir et organiser un plan d'actions commerciales
- Prospecter un secteur défini
- Analyser ses performances, élaborer et mettre en œuvre des actions correctives
- Représenter l'entreprise et valoriser son image
- Concevoir une proposition technique et commerciale
- Négocier une solution technique et commerciale
- Réaliser le bilan, ajuster son activité commerciale et rendre compte
- Optimiser la gestion de la relation client

Contenu de la formation

BLOC 1 : Élaborer une stratégie de prospection et la mettre en œuvre

- Assurer une veille commerciale
 - Comprendre, communiquer et s'exprimer en anglais à l'oral et à l'écrit (niveau B2 du Cadre européen commun de référence pour les langues)
 - Maîtriser le vocabulaire technique et commercial anglais (niveau B2 du Cadre européen commun de référence pour les langues)
 - Maîtriser les systèmes de gestion de la relation client (CRM, e-CRM) et les utiliser pour la gestion du portefeuille client
 - Analyser les retours clients sur les plateformes sociales et les intégrer dans la stratégie de gestion des comptes clés
 - Utiliser les outils numériques facilitant les activités commerciales et la création de contenu spécifique au portefeuille client
 - Assurer une veille constante sur les derniers outils numériques et technologies d'aide à la vente, en les adaptant aux exigences du portefeuille client
 - Utiliser les outils de veille concurrentielle et d'information en ligne pour le portefeuille client
 - Gérer la communication sur les réseaux sociaux en lien avec le portefeuille client
 - Se servir des données d'un CRM, d'un e-CRM ou d'un e-CRM externalisé au service de la veille relative aux processus d'investissement des entreprises prospects ou clientes
 - Analyser les avis clients sur les réseaux sociaux
 - Créer régulièrement du contenu commercial et contribuer à l'animation de sa communauté d'entreprises prospects ou clientes
 - Assurer une veille régulière pour connaître et s'appropriier les outils numériques actuels d'aide à la vente
 - Assurer une veille dédiée aux outils en cours de développement
 - Utiliser tous les outils actuels d'aide à la vente, à la création de contenu et tout moyen numérique facilitateur pour l'activité commerciale
 - Utiliser les outils de veille concurrentielle et de veille informationnelle en ligne
 - Communiquer sur les réseaux sociaux de manière commerciale et valorisante pour l'entreprise
 - Mettre en œuvre une veille produits en suivant régulièrement l'activité des concurrents
 - Mettre en œuvre une surveillance régulière des sites des concurrents et de leurs communications
 - Intégrer dans sa veille l'analyse des canaux employés par les concurrents
 - Analyser le ton et la stratégie de communication des concurrents
 - Mettre en place une veille concurrentielle en ligne : l'abonnement aux newsletters des concurrents, la consultation de leurs catalogues (interactifs ou non), de leurs produits et services en ligne, le suivi de leur programme de fidélité et de leur communication
 - Mettre en place une veille concurrentielle en ligne spécifique aux portefeuilles clients en exploitant les newsletters, catalogues interactifs, programmes de fidélité...
 - Utiliser les techniques et les technologies d'information en lien avec son activité
 - Utiliser les sources d'informations professionnelles
 - Utiliser les médias et les outils numériques à disposition
 - Identifier les éléments de différenciation par rapport aux concurrents permettant de valoriser l'entreprise

SAS VIAL

1 rue du Grenache

34210 Félines-Minervois

Email : info@vial-formations.fr

Tel : +33468905342



- Assurer une veille sur les solutions techniques de l'entreprise
 - Coordonner et structurer la veille produits / service en alignement avec les besoins et spécificités des portefeuilles clients
 - Superviser de manière proactive les activités de surveillance des sites des concurrents, en mettant l'accent sur les besoins des portefeuilles clients
 - Intégrer dans la veille une analyse des canaux utilisés par les concurrents dans la gestion des portefeuilles clients en lien avec l'activité type
 - Gérer les informations liées aux procédures internes de l'entreprise, aux mouvements des organisations sur les marchés et aux nouveaux secteurs pertinents pour le portefeuille client
 - Comprendre et promouvoir les éléments de différenciation par rapport aux concurrents pour valoriser l'entreprise auprès des portefeuilles clients
 - Mettre en œuvre une veille collaborative impliquant des échanges internes et externes pour enrichir la compréhension des besoins spécifiques des portefeuilles clients
 - Mettre en place des méthodes de veille informationnelle adaptées à la gestion des portefeuilles clients
 - Développer la veille collaborative
 - Identifier les méthodes de veille informationnelle
 - Collecter l'information sur le marché, les évolutions des produits, les tendances, les réglementations...
 - Utiliser les médias et les outils numériques à disposition
 - Exploiter les données statistiques
 - Synthétiser des informations
 - Diffuser l'information
 - Développer et entretenir des relations solides avec les entreprises prospects / clientes, en comprenant leurs besoins spécifiques et en anticipant leurs attentes
 - Communiquer avec les entreprises prospects / clientes sur les réseaux sociaux, en adoptant une approche commerciale et valorisante
 - Suivre les influenceurs pertinents pour les entreprises prospects / clientes, participer activement aux échanges sur les forums spécialisés et exploiter ces données pour améliorer la veille
 - Collaborer avec les équipes internes et externes pour partager des informations et développer des stratégies adaptées aux entreprises prospects / clientes
 - Mettre en place des mécanismes de feedback avec les entreprises prospects / clientes pour assurer une communication bidirectionnelle constante
 - Gérer les relations avec les entreprises prospects / clientes de manière proactive, en anticipant les besoins et en résolvant les problèmes de manière efficace
 - Maîtriser son e-réputation en cohérence avec la politique de communication de l'entreprise
 - Faire la distinction entre les faits et les opinions
 - Classer et analyser des informations
 - Développer l'e-réputation de l'entreprise
 - Connaissance du processus d'investissement des entreprises prospects / clientes, ainsi que des produits et services proposés pour répondre à leurs besoins
 - Connaissance des réseaux sociaux pertinents pour les entreprises prospects / clientes et compréhension de leur impact sur l'image de l'entreprise
 - Connaissance du vocabulaire anglais lié au commerce B2B
 - Connaissance des sources d'informations professionnelles spécifiques aux besoins de son portefeuille client
 - Connaissance des procédures internes à l'entreprise
 - Connaissance de l'offre produits et services de l'entreprise et de la concurrence
 - Connaissance des réseaux sociaux en lien avec l'entreprise
 - Connaissance des logiciels d'analyse de statistiques de la relation client et de gestion de territoire
 - Connaissance de la procédure de l'entreprise de réponse aux appels d'offres
 - Connaissance des moyens de prévention des troubles musculo squelettiques (TMS)
 - Connaissance de la réglementation en vigueur selon la nature des produits/services proposés
 - Connaissance des conséquences sur la dépendance dans la vie quotidienne et sociale des principales familles de handicaps
- ECF 1 : Le stagiaire cible une entreprise de son choix et recherche par internet, outils d'intelligence artificielle, réseaux professionnels et sociaux les informations nécessaires à la réalisation d'une note de veille. Cette note porte sur l'implantation géographique, les produits ou services vendus, la force de vente existante, l'organigramme du personnel, la concurrence et son positionnement sur le marché ... Le stagiaire met en place une organisation lui permettant de recueillir des informations régulières sur cette entreprise. En présence du

SAS VIAL

1 rue du Grenache

34210 Félines-Minervois

Email : info@vial-formations.fr

Tel : +33468905342



formateur, il rédige d'une note dans laquelle il décrit l'organisation mise en place et la présente oralement au formateur comme il le ferait à son N+1.

- Critères d'évaluation :
 - Les outils de veille utilisés sont appropriés au contexte de l'entreprise
 - Les données recherchées sont pertinentes par rapport à l'objectif de la veille
 - Les données issues de la veille sont actualisées
 - La stratégie de veille est ajustée en fonction des évolutions du contexte
 - L'analyse du positionnement des produits et des services de l'entreprise est étayée par les données issues de la veille
 - Les propositions faites en matière de stratégie de veille sont argumentées et étayées par des données issues de la veille
- Concevoir et organiser un plan d'actions commerciales
 - Comprendre, communiquer et s'exprimer en anglais à l'oral et à l'écrit (niveau B2 du Cadre européen commun de référence pour les langues)
 - Maîtriser le vocabulaire technique et commercial anglais (niveau B2 du Cadre européen commun de référence pour les langues)
 - Réaliser une analyse du marché et des tendances sectorielles, permettant de déterminer les opportunités et les menaces potentielles
 - Maîtriser les outils d'analyse de données et de gestion de l'information pour évaluer la performance des comptes
 - Identifier les leviers de croissance et anticiper les besoins des entreprises prospects / clientes
 - Utiliser les outils informatiques, les logiciels de gestion de la relation client et les plateformes numériques spécifiques à la gestion des grands comptes.
 - Maîtriser les outils numériques, les logiciels d'intelligence artificielle et les solutions spécifiques à la gestion des entreprises prospects / clientes
 - Appliquer les procédures de l'entreprise
 - Analyser ses objectifs commerciaux
 - Élaborer des plans d'actions commerciales alignés sur les objectifs globaux de l'entreprise et les décliner opérationnellement
 - Piloter un planning d'actions commerciales cohérent et structuré
 - Maîtriser les outils de CRM, e-CRM (Customer Relation Management – GRC : gestion de la relation client)
 - Utiliser un logiciel de géo-optimisation
 - Appliquer les techniques de gestion du temps
 - Collaborer avec les différentes équipes internes (commerciales, marketing, support) pour assurer une approche cohérente et collaborative dans la gestion des entreprises prospects / clientes
 - Organiser son temps et mobiliser les ressources pour maximiser l'impact des actions commerciales et répondre aux attentes des entreprises prospects / clientes
 - Évaluer ses actions et les ajuster si besoin
 - Intégrer les pratiques écoresponsables dans la planification des activités commerciales en utilisant des logiciels de planification d'itinéraires et de géolocalisation
 - Préparer ses rendez-vous en amont en collectant les informations pertinentes de son entreprise prospect / cliente
 - Planifier et organiser ses actions commerciales en fonction des objectifs d'activité et des résultats attendus
 - S'assurer de la cohérence et de la synchronisation (pertinence, timing) des actions terrain en rapport avec l'objectif
 - Définir ses priorités en fonction de la politique commerciale de l'entreprise et des objectifs fixés
 - Rationaliser ses déplacements en fonction de son secteur d'activité et des spécificités de la cible
 - Optimiser ses tournées dans une logique éco-responsable
 - Intégrer les principes de l'éco responsabilité et de la sobriété numérique dans l'organisation de son activité
 - Organiser son activité en minimisant l'utilisation de consommables (papier, encre, toners, fournitures, etc.)
 - Traiter régulièrement ses courriels et archiver les documents pour en réduire le poids de stockage
 - Optimiser ses tournées en fonction du CRM
 - Optimiser régulièrement le contenu du site web de l'entreprise pour garantir qu'il reste actuel, utile et en accord avec les objectifs globaux (content pruning)
 - Mettre à jour et éliminer les contenus obsolètes sur le site web ou sur les réseaux professionnels de l'entreprise (content pruning)
 - Développer de relations étroites avec les décideurs des grands comptes, en comprenant leurs besoins, en anticipant leurs attentes et en assurant une satisfaction optimale
 - Mener des négociations complexes avec les grands comptes, en cherchant à établir des partenariats durables et mutuellement bénéfiques
 - Communiquer de manière claire et persuasive, tant en interne qu'en externe, pour mobiliser les équipes et convaincre les entreprises prospects / clientes

SAS VIAL

1 rue du Grenache

34210 Félines-Minervois

Email : info@vial-formations.fr

Tel : +33468905342



- Connaissance des concepts commerciaux, des stratégies de vente et des techniques de fidélisation spécifiques aux grands comptes
 - Connaissance du secteur d'activité des grands comptes, comprenant les réglementations, les évolutions du marché et les défis sectoriels
 - Connaissance de la stratégie SEM ((Search Engine Marketing)
 - Connaissance de la stratégie SEO (Search Engine Optimization)
 - Connaissance de la stratégie SEA (Search Engine Advertising)
 - Connaissance du modèle BERT (Bidirectional Encoder Representations from Transformers)
 - Connaissance du potentiel des entreprises prospects / clientes
 - Connaissance de la politique commerciale de l'entreprise
 - Connaissance des procédures internes de l'entreprise
 - Connaissance des outils numériques de l'entreprise
 - Connaissance des méthodes d'organisation des visites
 - Connaissance des techniques de marketing opérationnel et webmarketing
 - Connaissance des comportements éco responsables en lien avec l'organisation de son activité
 - Connaissance de base de l'anatomie, de la diététique et du cycle du sommeil
 - Connaissance des effets de l'alcool, des médicaments et des drogues sur l'organisme
 - Connaissance des moyens pour veiller à la qualité de son repos, de son alimentation et se préserver des addictions
 - Connaissance de base des techniques de gestion du stress
 - Connaissance des conséquences de l'utilisation de distracteurs lors de la conduite
 - Connaissance de la réglementation concernant la santé et la sécurité au travail
 - Connaissance des moyens pour prévenir le stress et la fatigue engendrés par la conduite
 - Connaissance des intentions des engagements de développement de l'emploi et des compétences (EDEC) sur la transition écologique
- ECF 2 : En s'appuyant sur la situation 1 précédente et en fonction d'objectifs définis par le formateur, le stagiaire :
 - choisit les actions à mettre en place
 - sélectionne les canaux de communication
 - organise le planning
 - conçoit le plan d'actions adaptéIl présente ses travaux sous la forme d'un diagramme de Gantt qu'il remet au formateur.
 - Critères d'évaluation :
 - Le plan d'actions commerciales est élaboré en fonction des spécificités du secteur
 - Les besoins et les attentes spécifiques des entreprises prospects / clientes sont pris en compte
 - Les actions du plan commercial sont ajustées en fonction des évolutions du marché, des tendances sectorielles et des changements dans l'environnement économique
 - Les opportunités de développement des affaires sont identifiées
- Prospecter un secteur défini
 - Comprendre, communiquer et s'exprimer en anglais à l'oral et à l'écrit (niveau B2 du Cadre européen commun de référence pour les langues)
 - Maîtriser le vocabulaire technique et commercial anglais (niveau B2 du Cadre européen commun de référence pour les langues)
 - Utiliser efficacement les outils de veille concurrentielle et d'information en ligne relatives au portefeuille client afin de définir sa démarche de prospection
 - Définir des personas pour personnaliser son approche de prospection
 - Utiliser les outils numériques facilitant les activités de prospection commerciale et la création de contenu personnalisé
 - Recourir aux outils de l'IA pour segmenter et cibler les entreprises prospects / clientes en cohérence avec les objectifs de l'entreprise
 - Créer du contenu personnalisé et adapté aux besoins spécifiques de chaque segment
 - Automatiser les campagnes pour maximiser l'efficacité et la cohérence des interactions
 - Prospecter en cohérence avec les objectifs définis par sa hiérarchie.
 - Mettre en œuvre les différentes techniques de prospection
 - Passer les barrages téléphoniques
 - Vérifier l'identité et la disponibilité de son interlocuteur

SAS VIAL

1 rue du Grenache

34210 Félines-Minervois

Email : info@vial-formations.fr

Tel : +33468905342



- S'adapter au contexte et à l'interlocuteur
- Susciter l'intérêt de l'entreprise prospect / cliente par des phrases courtes et par la présentation d'avantages
- Conduire l'entretien de manière directive
- Pratiquer l'écoute active et les techniques d'observation de questionnement face à un interlocuteur
- Classer et analyser les informations
- Exploiter les retours d'une campagne de prospection
- Traiter les objections avec pertinence et persévérance
- Renseigner et qualifier le fichier des entreprises prospects / clientes et le mettre à jour
- Relancer les comptes entreprises prospects / clientes inactifs
- Qualifier un prospect au cours d'un entretien en face à face ou à distance
- Identifier les éléments de différenciation par rapport aux concurrents permettant de valoriser l'entreprise, ses produits ou services
- Respecter les consignes et les valeurs de l'entreprise
- Utiliser des données de la veille, les logiciels de CRM, e-CRM et CRM externalisé pour optimiser la relation client
- Mobiliser ses réseaux professionnels
- Prioriser la prise de contact en fonction du potentiel supposé
- Gérer la communication sur les réseaux sociaux en lien avec les portefeuilles client
- Créer du contenu commercial régulièrement et contribuer à l'animation de sa communauté de clients ou de prospects
- Gérer efficacement les informations liées aux procédures internes de l'entreprise
- Mettre en place des mécanismes de feedback avec les entreprises prospects / clientes pour assurer une communication bidirectionnelle constante
- Optimiser régulièrement le contenu du site web de l'entreprise pour garantir qu'il reste actuel, utile et en accord avec les objectifs globaux (content pruning)
- Mettre à jour et éliminer les contenus obsolètes sur le site web ou sur les réseaux professionnels de l'entreprise (content pruning)
- Adapter sa tenue vestimentaire et sa posture aux codes de l'entreprise
- Adapter la communication et l'animation des communautés sur les réseaux sociaux à la cible et aux objectifs définis
- S'exprimer clairement dans un langage adapté à la cible
- Adopter une posture de service
- Communiquer avec les entreprises prospects / clientes sur les réseaux sociaux, en adoptant une approche commerciale et valorisante
- Développer et entretenir des relations solides avec les prospects / clients, en comprenant leurs besoins spécifiques et en anticipant leurs attentes
- Veiller à la cohérence du ton employé avec la stratégie de communication de l'entreprise
- Entretenir les échanges internes et externes pour enrichir la compréhension des besoins spécifiques des entreprises prospects / clientes
- Veiller au respect de l'e-réputation en cohérence avec la politique de communication de l'entreprise
- Connaissance des produits et services de l'entreprise, en mettant l'accent sur ceux qui sont pertinents pour les entreprises prospects / clientes en lien avec l'activité type
- Connaissance du processus d'investissement des entreprises prospects / clientes, ainsi que des produits et services spécifiquement proposés pour répondre à leurs besoins
- Connaissance du marché des produits dans le secteur d'activité des entreprises prospects / clientes
- Connaissance des réseaux sociaux pertinents pour les entreprises prospects / clientes et compréhension de leur impact sur l'image de l'entreprise en lien avec l'activité type
- Connaissance de la chaîne de valeur de l'entreprise, de sa politique commerciale, de ses valeurs, de sa culture et des spécificités liées à la gestion du portefeuille client en lien avec l'activité type
- Connaissance des techniques de prise de rendez-vous par téléphone
- Connaissance des techniques de base de la réalisation d'une campagne d'emailing et de son exploitation
- Connaissance des médias sociaux et de leurs caractéristiques
- Connaissance des lois en vigueur qui régissent la communication avec les clients (la décision n°2018-0881 de l'Arcep)
- Connaissance des statistiques de base dont la loi de Pareto
- Connaissance de la veille concurrentielle
- Connaissance de l'environnement réglementaire de la prospection physique ou à distance
- Connaissance de l'offre produits et services de la concurrence
- Connaissance des règles juridiques attachées à la vente lors de manifestations commerciales
- Connaissance des techniques de prise de rendez-vous
- Connaissance des outils de géolocalisation pour optimiser ses tournées



SAS VIAL

1 rue du Grenache

34210 Félines-Minervois

Email : info@vial-formations.fr

Tel : +33468905342

- Connaissance des mouvements des organisations sur les marchés
 - Connaissance des nouveaux secteurs, des innovations technologiques et des nouveaux centres de compétence
 - Connaissance de l'éthique et de la responsabilité sociétale de l'entreprise
 - Connaissance du marché des solutions techniques de son secteur d'activité
-
- ECF 3 : Le stagiaire prépare une action de prospection commerciale portant sur :
 - La recherche d'entreprise(s) pour ses périodes de stage
 - La prospection pour son entreprise d'accueil ou toute autre action de prospection
 - Critères d'évaluation :
 - Les données relatives aux attentes et aux besoins des entreprises prospects / clientes sont recueillies de façon ciblée par rapport à l'objectif et aux caractéristiques des produits et des services
 - Les outils de gestion de la relation client (CRM et e-CRM), les plateformes d'automatisation du marketing et les outils de l'IA sont utilisés à bon escient pour recueillir des données
 - Les personas sont créés à partir des données
 - L'entreprise prospect est contactée par le canal le plus approprié par rapport à son persona
 - Le fichier prospects / clients est qualifié et mis à jour
 - Les actions de prospection sont évaluées et ajustées en continu
-
- Analyser ses performances, élaborer et mettre en œuvre des actions correctives
 - Comprendre, communiquer et s'exprimer en anglais à l'oral et à l'écrit (niveau B2 du Cadre européen commun de référence pour les langues)
 - Maîtriser le vocabulaire technique et commercial anglais (niveau B2 du Cadre européen commun de référence pour les langues)
 - Maîtriser les outils d'analyse commerciale
 - Maîtriser les principaux indicateurs de performance (KPI) commerciaux
 - Utiliser des logiciels de gestion de données
 - Maîtriser les outils statistiques relatifs au domaine commercial
 - Interpréter des données financières et commerciales
 - Utiliser et exploiter un tableau de bord
 - Décliner un objectif global en sous-objectifs
 - Calculer un seuil de rentabilité et une marge
 - Élaborer ses propres indicateurs de performance
 - Évaluer ses actions
 - Analyser les écarts entre les résultats et les objectifs fixés
 - Identifier et mettre en place les mesures correctives
 - Rédiger un compte rendu
 - Analyser la gestion de son temps
 - Analyser ses performances de manière réaliste
 - Repérer l'évolution du marché
 - Structurer et organiser les données commerciales
 - Prévoir du temps dans son planning pour l'analyse régulière des performances
 - Mettre en place des systèmes de suivi et de reporting
 - Collaborer avec les différentes équipes de l'entreprise
 - Développer et maintenir des tableaux de bord de suivi
 - Transmettre des informations claires, vérifiées et répondant aux attentes de l'entreprise
 - Rendre compte de son activité commerciale et de ses résultats à sa hiérarchie
 - Informer l'entreprise des évolutions concernant le marché et la concurrence
 - Utiliser les outils de suivi d'activité et de résultats de l'entreprise
 - Compléter régulièrement ses tableaux de bord
 - Proposer les mesures correctives à mettre en place
 - Participer à des formations continues en évolutions technologiques et meilleures pratiques commerciales
 - Communiquer de manière claire et concise des résultats d'analyse
 - Collaborer étroitement avec les équipes commerciales et marketing
 - Écouter activement des retours des entreprises clientes et des équipes internes
 - Présenter des recommandations basées sur l'analyse des performances

SAS VIAL

1 rue du Grenache

34210 Félines-Minervois

Email : info@vial-formations.fr

Tel : +33468905342



- Animer des réunions de suivi et de feedback
 - Connaissance des techniques d'analyse de marché
 - Connaissance du secteur d'activité et des produits/services proposés
 - Compréhension des tendances du marché et des facteurs économiques impactant les performances commerciales
 - Connaissance des normes et des réglementations liées au domaine commercial
 - Connaissance de objectifs fixés par l'entreprise
 - Connaissance des outils bureautiques et numérique
 - Connaissance des calculs commerciaux (pourcentage additif et soustractif, rentabilité, point mort, marge, ratio, T.V.A..)
- ECF 4 : Analyser ses performances, élaborer et mettre en œuvre des actions correctives Le stagiaire présente oralement au formateur, une analyse quantitative et qualitative des actions qu'il a réalisées en entreprise. (Exemple : qualification de fichiers, nombre de prospects contactés, nombre de ventes, taux de transformation, taux de marge, etc.).
- Critères d'évaluation :
 - Le suivi et l'analyse des KPI sont effectués
 - Les écarts entre les résultats réalisés avec les objectifs fixés sont évalués
 - Les facteurs qui ont contribué aux performances et les obstacles rencontrés sont identifiés
 - Les propositions relatives aux ajustements nécessaires pour atteindre les objectifs prennent en compte le contexte de l'entreprise et celui de l'entreprise cliente
 - La détermination des ressources nécessaires aux ajustements tient compte des contraintes de l'entreprise et de celles de l'entreprise cliente
 - La solution proposée est optimale compte tenu du contexte de l'entreprise et de celui du client
 - Les actions correctives sont alignées avec les objectifs de l'entreprise

BLOC 2 : Négocier une solution technique et commerciale et consolider l'expérience client

- Représenter l'entreprise et valoriser son image
 - Comprendre, communiquer et s'exprimer en anglais à l'oral et à l'écrit (niveau B2 du Cadre européen commun de référence pour les langues)
 - Maîtriser le vocabulaire technique et commercial anglais (niveau B2 du Cadre européen commun de référence pour les langues)
 - Maîtriser les techniques de communication pour promouvoir l'image de l'entreprise
 - Utiliser les outils de communication numérique et les plateformes sociales
 - Gérer des projets événementiels pour renforcer la visibilité de l'entreprise
 - Se présenter sur différents canaux de communication
 - Veiller à entretenir son image de marque (personal branding) et son e-réputation, ainsi que celles de l'entreprise
 - Créer un profil professionnel sur les réseaux sociaux dans le respect des consignes et des valeurs de l'entreprise et adapté au réseau utilisé
 - Contribuer à l'animation des communautés sur les réseaux sociaux
 - Utiliser l'expérience client pour communiquer sur le web (évaluation en ligne, enquête satisfaction, témoignages)
 - Identifier les éléments de différenciation par rapport aux concurrents permettant de valoriser l'entreprise, ses produits ou services
 - Concevoir et utiliser un argumentaire adapté
 - Réaliser un elevator pitch
 - Utiliser les outils bureautiques et numériques
 - Présenter l'activité, les produits et les services de l'entreprise sur son marché
 - S'informer et prendre en compte les informations pertinentes concernant l'entreprise et son environnement
 - Identifier les éléments de différenciation par rapport aux concurrents permettant de valoriser l'entreprise, ses produits ou services
 - Planification stratégique des actions de représentation pour maximiser l'impact
 - Gestion proactive des ressources et des délais liés aux initiatives de représentation
 - Collaboration avec les équipes internes pour assurer la cohérence de l'image de l'entreprise
 - Élaboration et suivi de plans de communication à long terme pour renforcer la notoriété de la marque
 - Optimiser régulièrement le contenu du site web de l'entreprise pour garantir qu'il reste actuel, utile et en accord avec les objectifs globaux (content pruning)
 - Mettre à jour et éliminer les contenus obsolètes sur le site web ou sur les réseaux professionnels de l'entreprise (content pruning)

SAS VIAL

1 rue du Grenache

34210 Félines-Minervois

Email : info@vial-formations.fr

Tel : +33468905342



- Communiquer efficacement à l'oral et à l'écrit en interne et avec les clients
 - Utiliser les techniques de communication interpersonnelle pour interagir avec les parties prenantes
 - Établir et maintenir des relations durables avec les clients et partenaires
 - Gérer efficacement des relations publiques pour renforcer la réputation de l'entreprise
 - Adapter la communication en fonction des publics internes et externes
 - Adapter sa posture et sa tenue vestimentaire aux codes de l'entreprise
 - Pratiquer l'écoute active et les techniques de questionnement face à un interlocuteur
 - Adopter une attitude en accord avec les valeurs de l'entreprise
 - Connaissance du secteur d'activité de l'entreprise en lien avec l'activité type
 - Compréhension des tendances du marché et des évolutions concurrentielles
 - Connaissance des outils de communication et de marketing
 - Connaissance des outils de veille stratégique pour anticiper les opportunités et les risques
 - Connaissance des concepts de base du marketing digital
 - Connaissance de la structure d'un argumentaire
 - Connaissance des différents statuts du VPR
 - Connaissance des mécanismes de base de la communication interpersonnelle
 - Connaissance des termes courants relatifs aux outils numériques
 - Connaissance des termes et des expressions courants dans les communautés sur les réseaux sociaux
 - Connaissance des processus qualité de l'entreprise
- ECF 5 : Le stagiaire prépare un support de communication sur l'entreprise choisie lors de l'évaluation de la compétence « assurer une veille professionnelle et commerciale », ou sur toute entreprise liée à son parcours professionnel.
 - Critères d'évaluation :
 - La présentation des produits, solutions, savoir-faire et services est valorisante et adaptée à l'interlocuteur et au canal de communication
 - Le profil professionnel est créé et utilisé sur les réseaux sociaux dans le respect de la charte et des consignes
 - L'e-réputation de l'entreprise est entretenue et surveillée en continu.
 - Concevoir une proposition technique et commerciale
 - Comprendre, communiquer et s'exprimer en anglais à l'oral et à l'écrit (niveau B2 du Cadre européen commun de référence pour les langues)
 - Maîtriser le vocabulaire technique et commercial anglais (niveau B2 du Cadre européen commun de référence pour les langues)
 - Observer et analyser les données du marché nécessaires à la conception de la proposition technique ou commerciale
 - Identifier les besoins, les motivations et les contraintes de l'entreprise prospect / cliente
 - Identifier les éléments de différenciation par rapport aux concurrents permettant de valoriser l'entreprise, ses produits ou services
 - Traduire les besoins et les problèmes de l'entreprise prospect en une proposition à forte valeur ajoutée
 - Informer l'entreprise prospect / cliente sur le cadre juridique lié à la vente de solutions techniques
 - Informer l'entreprise prospect / cliente sur les obligations environnementales liées à la vente, notamment concernant l'après-vie des matériaux utilisés pour la solution technique
 - Appliquer les conditions générales de vente de l'entreprise
 - Utiliser les outils bureautiques et numériques
 - Maîtriser les bases des calculs commerciaux
 - Coordonner les différentes étapes de la démarche de conception d'une proposition technique et commerciale
 - Collaborer avec les équipes internes pour garantir la faisabilité des propositions techniques
 - Gérer les délais et les ressources nécessaires à mobiliser pour mettre en œuvre la solution technique
 - Constituer un dossier client
 - Collaborer avec les équipes internes pour garantir la faisabilité des propositions techniques
 - Informer et sensibiliser l'entreprise prospect / cliente sur le cadre juridique lié à la vente de produits ou de services
 - Communiquer efficacement à l'oral et à l'écrit en interne et avec les clients
 - Gérer la communication sur les réseaux sociaux en lien avec les portefeuilles client
 - Créer un climat de confiance avec les entreprises prospects / clientes
 - Faire preuve de curiosité, d'écoute, d'empathie et être force de proposition
 - Partager et échanger avec l'entreprise cliente sur les avantages de la solution technique proposée

SAS VIAL

1 rue du Grenache
34210 Félines-Minervois
Email : info@vial-formations.fr
Tel : +33468905342



- Connaissance des conditions de vente de l'entreprise
 - Connaissance des modes de paiement et des conditions financières de l'entreprise
 - Connaissance des calculs commerciaux
 - Connaissance des règles de base de la communication interpersonnelle
 - Connaissance des décrets qui réglementent le démarchage téléphonique
 - Connaissance de la loi introduisant l'authentification des numéros (dite loi Naegelen 2020-901)
 - Connaissance des conséquences du Règlement Général de Protection des Données (RGPD et ePrivacy) sur la gestion des interactions et les communications en ligne avec les clients
 - Connaissance des intentions de la loi du 10 février 2020 relative à la lutte contre le gaspillage et à l'économie circulaire (dite loi AGEC) et de la loi du 22 août 2021 portant sur la lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets (dite loi climat et résilience)
 - Connaissance des enjeux de la transition écologique (loi AGEC)
 - Connaissance des principales familles de handicap : la déficience auditive, la déficience mentale, la déficience motrice, la déficience visuelle
-
- ECF 6 : Le stagiaire réalise un entretien de découverte des besoins auprès du prospect. Le formateur joue le rôle du prospect. À partir des éléments recueillis lors de l'entretien de découverte, le stagiaire construit et rédige une offre technique et commerciale.
 - Critères d'évaluation :
 - Les informations relatives aux besoins de l'entreprise prospect / cliente sont recueillies
 - L'offre de la concurrence est analysée
 - La proposition technique et commerciale personnalisée est en adéquation avec les objectifs et les priorités de l'entreprise prospect / cliente
 - La proposition intègre les éléments liés au développement durable
 - La proposition est adaptée à l'évolution des besoins de l'entreprise prospect / cliente à long terme
 - Les avantages tangibles et intangibles de la proposition sont mis en avant
 - La proposition est réalisable d'un point de vue technique
 - La proposition est rentable d'un point de vue commercial
-
- Négocier une solution technique et commerciale
 - Comprendre, communiquer et s'exprimer en anglais à l'oral et à l'écrit (niveau B2 du Cadre européen commun de référence pour les langues)
 - Maîtriser le vocabulaire technique et commercial anglais (niveau B2 du Cadre européen commun de référence pour les langues)
 - Analyser les besoins techniques des entreprises prospect / clientes
 - Maîtriser les spécificités techniques des produits ou services proposés
 - Comprendre les tendances du marché et les évolutions technologiques pertinentes
 - Évaluer les coûts liés aux solutions techniques proposées
 - Proposer les solutions techniques adaptées aux exigences de l'entreprise cliente
 - Maîtriser les bases des calculs commerciaux
 - Utiliser les outils bureautiques
 - Utiliser les outils d'aide à la performance (outils de gestion de la relation client, agendas électroniques)
 - Adopter une posture d'expert conseil
 - Rechercher des informations sur l'entreprise prospect / cliente de manière ciblée
 - Lister les objectifs de l'entretien de vente en tenant compte des intérêts du prospect / client et de son entreprise
 - Rédiger un compte rendu de l'entretien client
 - Réaliser une démonstration personnalisée
 - Prendre des notes exploitables au cours de l'entretien client
 - Appliquer les conditions générales de vente de l'entreprise
 - Constituer un dossier client
 - Planifier et organiser efficacement les négociations techniques et commerciales
 - Coordonner les différentes étapes du processus de négociation
 - Collaborer avec les équipes internes pour garantir la faisabilité des solutions techniques
 - Gérer les délais et les ressources nécessaires pour mettre en œuvre les accords négociés
 - Mettre en place un suivi régulier des engagements pris lors des négociations
 - Analyser un entretien de vente

SAS VIAL

1 rue du Grenache

34210 Félines-Minervois

Email : info@vial-formations.fr

Tel : +33468905342



- Informer et sensibiliser l'entreprise prospect / cliente sur le cadre juridique lié à la vente de produits ou de services
 - Améliorer ses performances en analysant sa pratique d'entretien
 - Informer et sensibiliser l'entreprise prospect / cliente sur les obligations environnementales liées à la vente, notamment concernant l'après-vie des produits
 - Communiquer de manière claire et persuasive avec les entreprises clientes
 - Adapter sa tenue vestimentaire et sa posture aux codes de l'entreprise
 - Établir et maintenir des relations de confiance avec les partenaires commerciaux
 - Adapter son discours aux interlocuteurs techniques et non techniques
 - Gérer les situations de tension et résoudre les éventuels conflits de manière constructive
 - S'exprimer avec clarté et assurance
 - Pratiquer l'écoute active et les techniques de questionnement face à un interlocuteur
 - Détecter les besoins, les motivations et les contraintes de l'entreprise cliente pour s'en servir comme point d'appui lors de l'entretien
 - Récapituler les besoins, les motivations et les contraintes du prospect / client avant la proposition
 - Argumenter de manière convaincante
 - Traiter les objections de l'entreprise prospect / cliente avec pertinence et persévérance
 - Présenter et défendre le prix de façon appropriée
 - Négocier avec l'entreprise prospect / cliente
 - Connaissances dans le domaine technique concerné par les négociations en lien avec l'activité type
 - Compréhension des principes de base de la négociation commerciale
 - Connaissance des produits ou services proposés par l'entreprise
 - Connaissance des outils et des techniques de communication et de persuasion
 - Connaissance des aspects réglementaires et légaux liés aux contrats commerciaux
 - Connaissance de l'argumentaire des produits et services de l'entreprise
 - Connaissance des conditions générales de vente de l'entreprise
 - Connaissance du contexte économique et social de son secteur d'activité
 - Connaissance des produits et services de la concurrence
 - Connaissance des techniques de vente
 - Connaissance du cadre juridique de la vente
 - Connaissance des obligations environnementales liées à la vente, notamment concernant l'après-vie des produits
 - Connaissance des principes fondamentaux de l'économie circulaire
 - Connaissance d'exemples d'économie circulaire réussis
 - Connaissance des dispositions de la loi n° 2020-105 du 10 février 2020 relative à la lutte contre le gaspillage et à l'économie circulaire
 - Connaissance de l'indice de réparabilité d'un produit (EDEC) sur la transition écologique
 - Connaissance des éventuelles conséquences de la déficience auditive et de la déficience visuelle pour la communication interpersonnelle
 - Connaissance des règles et bonnes pratiques d'accueil de personnes en situation de handicap
 - Connaissance des consignes relatives à l'accessibilité d'un établissement recevant du public (ERP) aux personnes à mobilité réduite ou en situation de handicap
 - Connaissance de l'économie sociale et solidaire
 - Connaissance de sociétés coopératives et participatives (Scop)
- ECF 7 : Le stagiaire doit négocier, en face à face, la proposition commerciale présentée précédemment afin d'obtenir un « bon pour accord » écrit du prospect/formateur. Cette signature valide l'offre technique. Pour atteindre son objectif, le stagiaire apporte, si besoin, des modifications écrites à sa proposition.
- Critères d'évaluation :
 - La négociation de la solution répond aux attentes de l'entreprise prospect/cliente
 - La présentation est personnalisée et s'appuie sur des supports adaptés
 - La posture d'expert conseil est adoptée
 - Les avantages du produit ou du service sont illustrés avec le support adapté
 - La dimension écologique est intégrée dans les échanges
 - L'argumentation est pertinente
 - Les objections sont traitées de manière factuelle et valorisent la solution

SAS VIAL

1 rue du Grenache
34210 Félines-Minervois
Email : info@vial-formations.fr
Tel : +33468905342



- Réaliser le bilan, ajuster son activité commerciale et rendre compte

- Comprendre, communiquer et s'exprimer en anglais à l'oral et à l'écrit (niveau B2 du Cadre européen commun de référence pour les langues)
- Maîtriser le vocabulaire technique et commercial anglais (niveau B2 du Cadre européen commun de référence pour les langues)
- Analyser les données financières pour réaliser un bilan précis
- Maîtriser les outils de gestion comptable et financière
- Utiliser des méthodes d'analyse financière pour évaluer la santé financière d'un compte
- Utiliser et exploiter un tableau de bord
- Maîtriser les outils internes : CRM, e CRM, IA, et savoir les alimenter en continu
- Décliner un objectif global en sous-objectifs
- Calculer un seuil de rentabilité et une marge
- Élaborer ses propres indicateurs de performance
- Analyser les écarts entre les résultats escomptés et les objectifs fixés
- Identifier et mettre en place les mesures correctives
- Rédiger un compte rendu
- Analyser la gestion de son temps
- Analyser ses performances et ajuster ses actions
- Planifier et organiser les activités commerciales en fonction des objectifs définis
- Structurer un plan d'actions pour optimiser la gestion des comptes des entreprises clientes
- Mettre en place des systèmes de suivi pour évaluer la performance des activités commerciales
- Transmettre une information claire, vérifiée et répondant aux attentes de l'entreprise
- Rendre compte de son activité commerciale et de ses résultats à sa hiérarchie
- Informer l'entreprise des évolutions concernant le marché et la concurrence
- Optimiser régulièrement le contenu du site web de l'entreprise pour garantir qu'il reste actuel, utile et en accord avec les objectifs globaux (content pruning)
- Mettre à jour et éliminer les contenus obsolètes sur le site web ou sur les réseaux professionnels de l'entreprise (content pruning)
- Compléter régulièrement ses tableaux de bord
- Proposer les mesures correctives à mettre en place
- Utiliser les outils de suivi d'activité et de résultats de l'entreprise
- Établir et entretenir des relations solides avec les entreprises clientes
- Communiquer de manière efficace et transparente avec les partenaires commerciaux
- Négocier avec les clients pour atteindre des accords mutuellement bénéfiques
- Connaissances en comptabilité et finance en lien avec l'activité type.
- Compréhension des techniques d'analyse de marché et de segmentation
- Connaissance des tendances du secteur et des concurrents
- Connaissance des objectifs fixés par l'entreprise
- Connaissance des outils de suivi d'activité et de résultats de l'entreprise
- Connaissance des sociétés coopératives d'intérêt collectif (Scic)
- Connaissance de la loi du 31 juillet 2014, sur l'encadrement public de l'économie sociale et solidaire s'axe autour du ministère de l'Écologie
- Connaissance du Conseil supérieur de l'économie sociale et solidaire (CSESS)
- Connaissance de la Chambre française de l'économie sociale et solidaire (ESS France)
- Connaissance du Conseil national des chambres régionales de l'économie sociale et solidaire (CNCRESS)
- Connaissance des chambres régionales de l'économie sociale et solidaire (CRESS)
- Connaissance du décret du 25 mars 2021, la Direction générale du Trésor qui soutient et promeut le développement de l'économie sociale, solidaire et responsable ainsi que les innovations qui y concourent
- Connaissance des différents acteurs de l'économie sociale et solidaire (ESS)
- Connaissance de l'empreinte carbone d'un mail
- Connaissance de l'évaluation de mon empreinte environnementale professionnelle individuelle du numérique en kg eq. CO2
- Connaissance du calcul de l'empreinte carbone des usages numériques de l'ADEME
- Connaissance de l'impact des usages numériques sur le climat
- Connaissance des 3 volets de l'étude de l'ADEME et de l'Arcep sur l'empreinte environnementale du numérique

SAS VIAL

1 rue du Grenache
34210 Félines-Minervois
Email : info@vial-formations.fr
Tel : +33468905342



- ECF 8 : Le stagiaire complète un tableau de bord en fonction des éléments remis par le formateur et établit une liste de propositions d'amélioration. Le stagiaire commente les résultats au formateur. Le stagiaire lui présente ses axes d'amélioration en vue d'optimiser les résultats.
 - Critères d'évaluation :
 - Le bilan de l'activité commerciale est régulièrement réalisé et analysé
 - Les écarts entre les résultats obtenus et les objectifs fixés sont analysés
 - Les propositions des mesures correctives mènent à des ajustements réalisables
 - Les nouvelles opportunités sont identifiées et les plans d'actions sont élaborés
 - Les comptes rendus sont clairs et exploitables par des tiers
- Optimiser la gestion de la relation client
 - Comprendre, communiquer et s'exprimer en anglais à l'oral et à l'écrit (niveau B2 du Cadre européen commun de référence pour les langues)
 - Maîtriser le vocabulaire technique et commercial anglais (niveau B2 du Cadre européen commun de référence pour les langues)
 - Maîtriser les outils de gestion de la relation client (CRM)
 - Analyser les données clients pour identifier les opportunités d'optimisation
 - Connaissance des produits ou services offerts aux grands comptes en lien avec l'activité type
 - Proposer des solutions techniques en adéquation avec les besoins des entreprises clientes
 - Maîtriser et exploiter de manière proactive les outils numériques de l'entreprise
 - S'assurer que les produits, services ou solutions proposés sont en adéquation avec les attentes et les ambitions de l'entreprise cliente
 - Suivre les influenceurs
 - Faciliter ses futures ventes en anticipant les actions de fidélisation à mener
 - Utiliser les médias sociaux et les blogs
 - Appliquer les règles et les procédures de l'entreprise
 - Mettre en place une offre commerciale de fidélisation ou de réactivation de compte
 - Mener un entretien dans le cadre d'une action de fidélisation
 - Représenter l'entreprise sur les médias sociaux
 - Concevoir et utiliser un argumentaire adapté
 - Déterminer le geste commercial nécessaire à la fidélisation d'une entreprise cliente dans le respect des procédures de l'entreprise
 - Diffuser l'offre commerciale en utilisant les différents canaux de communication de l'entreprise
 - Planification stratégique des actions visant à améliorer l'expérience client
 - Gestion efficace du temps pour répondre rapidement aux demandes des entreprises clientes
 - Collaboration avec les équipes internes pour garantir une offre cohérente
 - Mise en place de processus organisationnels favorisant une collaboration fluide
 - Actualisation continue des connaissances techniques et sectorielles
 - Suivre les statistiques de la satisfaction clientèle
 - Suivre les notations des entreprises clientes
 - Optimiser régulièrement le contenu du site web de l'entreprise pour garantir qu'il reste actuel, utile et en accord avec les objectifs globaux (content pruning)
 - Organiser son travail en fonction de l'activité commerciale
 - Communication efficace avec les entreprises prospects / clientes pour comprendre leurs besoins
 - Développement et maintien de relations solides avec les entreprises clientes
 - Gestion des conflits de manière constructive pour maintenir la satisfaction client
 - Création d'une relation de confiance favorisant la fidélisation des entreprises clientes
 - Pratiquer l'écoute active et les techniques d'observation et de questionnement face à un interlocuteur
 - Impliquer la clientèle dans l'élaboration d'actions de fidélisation
 - Adopter une attitude en accord avec les valeurs de l'entreprise
 - Adapter sa tenue vestimentaire et sa posture aux codes de l'entreprise
 - Compréhension des attentes et des besoins des entreprises clientes en lien avec l'activité type
 - Connaissance des tendances du marché et des évolutions sectorielles
 - Connaissance des concepts liés à l'expérience client et à la satisfaction
 - Connaissance des conditions générales et particulières de vente de l'entreprise

SAS VIAL

1 rue du Grenache
34210 Félines-Minervois
Email : info@vial-formations.fr
Tel : +33468905342



- Connaissance des outils de fidélisation proposés par l'entreprise
 - Connaissance des concepts de base du marketing et du marketing digital
 - Connaissance du panorama des médias sociaux et de leurs caractéristiques
 - Connaissance des termes courant de la communication via les canaux numériques
 - Connaissance de la documentation relative à la prévention des risques professionnels dans le domaine du commerce, publiée par l'Institut national de recherche et de sécurité pour la prévention des accidents du travail et des maladies professionnelles (INRS)
 - Connaissance de l'indice de l'impact humain dans l'entreprise
 - Connaissance des méthodes de valorisation de l'humain dans l'entreprise
 - Connaissance de la définition du capital humain par l'OCDE
 - Connaissance des anticipations et des prises en compte l'impact humain dans les changements
- ECF 9 : L'entreprise du stagiaire souhaite améliorer son expérience client afin d'augmenter la fidélisation et la satisfaction de ses clients. Le stagiaire élabore un diaporama de présentation pour exposer sa stratégie devant la direction (le formateur et un apprenant).
- Critères d'évaluation :
 - Le suivi de la mise en œuvre des solutions de l'entreprise cliente est assuré.
 - Les opportunités d'amélioration de l'offre de produits et de services sont identifiées pour actualiser les personas.
 - Les besoins sont anticipés et les propositions sont améliorées de manière proactive.
 - L'expérience client est cohérente à travers tous les points de contact.
 - La communication avec les entreprises clientes est régulière et transparente.

Organisation de la formation

Équipe pédagogique

ORGANISATION :

Mme Virginie Billiet, référente handicap info@vial-formations.fr
Mme Virginie Billiet, responsable pédagogique : responsable.pedagogie34@gmail.com
Formateur référent, en cours d'affectation

Contacts :

Référente handicap: info@vial-formations.fr 04 68 90 53 42
Assistante de direction: info@vial-formations.fr
Responsable pédagogique : responsable.pedagogie34@gmail.com
Formateur Référent :
Secrétariat général: 04 68 90 53 42
Support technique : vialsprrt@gmail.com

Assistance/Aléas et réclamations disponibles par mail à info@vial-formations.fr 04 68 90 53 42 du lundi au vendredi de 09h à 17h (délai de réponse maximale : 24h)

ORGANISATION YYYOURS FORMATIONS :

Equipe pédagogique :
Mme Guibergia Cécilia, référente handicap (contact.yyyours@gmail.com)
Mme Lesbarreres Perrine, responsable pédagogique
Mme Sigrid Richard, responsable pédagogique
Mme Diane Gauthier, coordinatrice pédagogique
Formateur référent, en cours d'affectation
Coach professionnel, en cours d'affectation
Mme Allard Laetitia, psychologue du travail

Contacts :

Référente handicap : contact.yyyours@gmail.com



SAS VIAL

1 rue du Grenache

34210 Félines-Minervois

Email : info@vial-formations.fr

Tel : +33468905342

Assistante de direction : assistante.direction.nec47@gmail.com (04 85 88 03 45)

Coordinatrice pédagogique : coordonateur.pedagogie@gmail.com

Psychologue du travail : psy.travail.nec47@gmail.com

Secrétariat général : 04 22 84 04 94

Assistance/Aléas et réclamations disponibles par mail à ad.yyyours@gmail.com 04 82 81 01 63 du lundi au vendredi de 09h à 17h (délai de réponse maximale : 24h)

Ressources pédagogiques et techniques

- Plateforme d'apprentissage à distance disponible 7j/7 et 24h/24
- Cours théoriques au format vidéo;
- Formations accessibles via un ordinateur ou une tablette;
- Assistance technique par téléphone, et email (vialspprt@gmail.com)
- Mise à disposition en ligne de documents supports à télécharger librement
- Mise en place des ECF (Evaluation en Cours de Formation) avec l'aide du formateur référent

Modalités d'évaluation

ECF (Évaluation en Cours de Formation)

Suivi des connexions à la plateforme

Travaux dirigés à rendre

Travaux pratiques à exécuter

Stage professionnel au sein d'une entreprise (optionnel)

Rédaction d'un dossier professionnel (obligatoire)

Validation de l'ensemble des blocs de compétences,

Validation partielle possible des blocs individuellement. Obtention par validation des examens continus.

Dispositif de suivi de l'exécution de l'évaluation des résultats de la formation

- Suivi d'assiduité réalisé par notre responsable pédagogique qui est dédiée et disponible par téléphone et courriel : responsable.pedagogie34@gmail.com (réponse en moins de 48h du lundi au vendredi de 09h à 17h);
- Relevés de connexion à la plateforme e learning;
- Un suivi de la formation et de l'accompagnement seront réalisés tout au long de la formation.
- Entretien téléphonique et visio-conférence avec le formateur référent pour la validation des compétences acquises
- La formation pourra être adaptée pour pallier des difficultés majeures par l'apprenant.
- Livret ECF complété à la fin de l'action de formation par le formateur référent.
- Livret de suivi de formation complété par le stagiaire et le formateur référent.
- Certificat de réalisation signé par le stagiaire et le formateur.
- Convention de formation professionnelle.
- Dossier professionnel obligatoire à remplir par le bénéficiaire.

Prix : 3750.00

Qualité et indicateurs de résultats

Pas de données accessibles à ce jour, dès que le nombre minimal de candidats sera suffisant pour obtenir ces taux, ils seront publiés.

Examen final

Dans un délai maximum de 6 mois à l'issue de l'action de formation, vous recevrez une convocation pour vous présenter en présentiel sur 2 à 3 journées de certification. Une convocation officielle vous sera adressée par courriel ou courrier simple au moins 30 jours avant la date de début de l'examen par le centre qui vous accueillera.

Sauf en cas de force majeure ou de justificatif médical, les stagiaires en formation dans l'organisme VIAL Formations - Franchise YYYOURS FORMATIONS s'engagent à se présenter sur les plateaux techniques dont le lieu sera précisé sur la convocation 30 jours avant le début de l'examen.

SAS VIAL

1 rue du Grenache
34210 Félines-Minervois
Email : info@vial-formations.fr
Tel : +33468905342



Modalités	Compétences évaluées	Durée	Détail de l'organisation de l'épreuve
Présentation d'un projet réalisé en amont de la session	<p>Prospecter un secteur défini</p> <p>analyser ses performances, élaborer et mettre en œuvre des actions correctives</p> <p>représenter l'entreprise et valoriser son image</p> <p>concevoir une proposition technique et commerciale</p> <p>négocier une solution technique et commerciale</p> <p>réaliser le bilan, ajuster son activité commerciale et rendre compte</p>	06 h 30 min	<p>La mise en situation professionnelle comporte une partie écrite et une partie orale.</p> <p>Avant le début de l'épreuve, le responsable de session propose deux contextes d'entreprise aux candidats.</p> <p>Chaque candidat en choisit un. Tous les candidats passent la partie écrite en même temps, en présence d'un surveillant. Ils impriment leurs travaux et les rendent au surveillant.</p> <p>Avant de recevoir les candidats individuellement pour la partie orale, le jury prend connaissance de leurs travaux écrits.</p> <p>Il n'annote pas les travaux.</p> <p>Partie 1 : mise en situation écrite (durée : 4 h) La mise en situation professionnelle se présente sous forme d'étude de cas, située dans le contexte d'une entreprise fictive. Le candidat renseigne un tableau de bord à partir de données fournies, analyse les résultats et conçoit une présentation de 10 à 12 slides de type diaporama avec les actions qu'il envisage de mener. Le candidat analyse le contexte d'entreprise et du premier contact prospect et rédige une proposition technique et commerciale.</p> <p>Partie 2 : mise en situation orale (durée : 2 h 30 min) Le candidat dispose de ses travaux réalisés lors de la mise en situation écrite.</p> <p>Pendant 30 minutes, il se prépare à la mise en situation orale.</p> <p>Pendant 15 minutes, le candidat présente le compte rendu de son analyse du tableau de bord. En s'appuyant sur le diaporama, il présente les actions qu'il compte mener.</p> <p>Pendant 15 minutes, le jury échange avec le candidat sur ses travaux. Le jury dispose d'un guide d'entretien.</p> <p>Pendant 15 minutes, le candidat prospecte par téléphone. Il doit obtenir l'identité du responsable à contacter afin de prendre rendez-vous avec lui par téléphone. Il prend rendez-vous avec le responsable. Les membres du jury assurent le rôle des interlocuteurs.</p> <p>Pendant 60 minutes, le candidat présente sa proposition technique et commerciale lors d'un entretien en face à face. Il négocie la solution pour amener le prospect à signer le bon de commande ou, à minima, à fixer un rendez-vous ultérieur de conclusion.</p> <p>Pendant 15 minutes, le jury échange avec le candidat sur sa négociation. Le jury dispose d'un guide de questionnement.</p>
Autres modalités d'évaluation le cas échéant :			

SAS VIAL

1 rue du Grenache
34210 Félines-Minervois
Email : info@vial-formations.fr
Tel : +33468905342



Entretien technique	<p>Prospecter un secteur défini</p> <p>Analyser ses performances, élaborer et mettre en œuvre des actions correctives</p> <p>Représenter l'entreprise et valoriser son image</p> <p>Concevoir une proposition technique et commerciale</p> <p>Négocier une solution technique et commerciale</p> <p>Réaliser le bilan, ajuster son activité commerciale et rendre compte</p>	00 h 50 min	<p>L'entretien technique a lieu après la mise en situation professionnelle</p> <p>Il comporte trois parties :</p> <p>Pendant 20 minutes de préparation, le candidat prend connaissance d'une matrice SWOT, donnée par le jury.</p> <p>Pendant 15 minutes, le candidat présente les éléments qu'il a repérés et les suggestions qu'il propose.</p> <p>Pendant 15 minutes, le jury échange avec le candidat sur l'ensemble de ses travaux. Le jury dispose d'un guide d'entretien.</p>
Questionnaire professionnel	Sans objet	00 h 00 min	Sans objet
Questionnement à partir de production(s)	<p>Assurer une veille commerciale</p> <p>Concevoir et organiser un plan d'actions commerciales</p> <p>Optimiser la gestion de la relation client</p>	01 h 00 min	<p>Le questionnement à partir de productions se déroule à l'issue de l'entretien technique.</p> <p>En amont de l'épreuve, le candidat réalise un document et un support de présentation de type diaporama relatif aux compétences :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Assurer une veille commerciale - Concevoir et organiser un plan d'actions commerciales - Optimiser la gestion de la relation client <p>Le jury prend connaissance du document avant le questionnement.</p> <p>Pendant 30 minutes, le candidat présente le diaporama.</p> <p>Pendant 30 minutes, le jury questionne le candidat à partir de sa présentation. Le jury dispose d'un guide d'entretien.</p>
Entretien final		00 h 10 min	<p>compris le temps d'échange avec le candidat sur le dossier professionnel. Le jury questionne le candidat sur les principales actions mentionnées dans le DP.</p>

SAS VIAL

1 rue du Grenache
34210 Félines-Minervois
Email : info@vial-formations.fr
Tel : +33468905342



Durée totale de l'épreuve pour le candidat :	08 h 30 min
--	-------------------

Le délai d'accès au jury est de la responsabilité du certificateur, il ne peut pas dépasser 6 mois après la fin effective de l'action de formation, sauf en cas de force majeure.

Documents délivrés à l'issue de la formation

Parchemin de certification délivré par le certificateur (les titres professionnels sont délivrés par le Ministère du Travail)
Copie du livret de suivi de formation
Copie du livret ECF
Copie du dossier professionnel
Un certificat de réalisation

Modalité d'obtention de la certification

Par validation de l'ensemble des blocs de compétences qui composent le titre, validation partielle possible des blocs individuellement.

Équivalences, passerelles suites de parcours et débouchés

Niveau équivalent obtenu à l'issue de la certification : Niveau 5

Possibilité d'intégration : Niveau 4

Les types d'emplois accessibles sont les suivants :

- Technico-commercial
- Chargé d'affaires
- Responsable grands comptes
- Responsable d'affaires
- Chargé clientèle B2B
- Chargé de développement commercial
- Commercial B2B - Business developer
- Sales account executive
- Key account manager

Pour plus d'informations

statistiques :

Année d'obtention de la certification	Nombre de certifiés	Nombre de certifiés à la suite d'un parcours vae	Taux d'insertion global à 6 mois (en %)	Taux d'insertion dans le métier visé à 6 mois (en %)	Taux d'insertion dans le métier visé à 2 ans (en %)
2022	1394	9	84	75	80