

ATTACHÉ COMMERCIAL

(Document non contractuel, ces renseignements peuvent donner lieu à des modifications)

OBJECTIFS DE LA FORMATION

Placé(e) sous la responsabilité d'un chef d'entreprise, d'un directeur commercial, d'un responsable commercial, l'Attaché(e) Commercial(e) fait partie d'une équipe chargée de mettre en œuvre sur le terrain, la stratégie commerciale décidée au niveau de la direction

RECONNAISSANCE

Titre certifié : ATTACHÉ COMMERCIAL

Code RNCP : 36022

Code diplôme : 36C3120G

NSF : 312t - Négociation et Vente

Niveau de sortie : niveau 5 (nomenclature européenne)

L'obtention du diplôme nécessite la validation de : 4 blocs de compétences

PUBLIC CONCERNÉ ET CONDITIONS D'ACCÈS

Toute personne titulaire :

- D'un diplôme de niveau 4 ou baccalauréat validé et 6 à 12 mois d'expérience professionnelle (ou une année d'études post-bac) et satisfaire aux épreuves de sélection de l'établissement
- Ou de 3 années d'expérience professionnelle et satisfaire aux épreuves de sélection de l'établissement

LE PROGRAMME DÉTAILLÉ

Bloc A : Préparation, organisation et mise en œuvre des actions commerciales

MA1 – L'analyse du marché de son secteur commercial

MA2 – L'organisation de son activité commerciale

MA3 – L'appropriation et la mise en œuvre d'un plan d'action commercial

MA4 – Le recueil et l'analyse des informations sur les prospects

MA5 – Le choix des actions de prospection à mettre en œuvre et la structuration du plan de prospection

MA6 – La mise en œuvre des différentes actions de prospection

MA7 – Le suivi et l'évaluation des différentes actions de prospection

MA8 – La responsabilité sociétale de l'entreprise (RSE)

Bloc B : Négociation et réalisation des ventes de produits/services de son entreprise

MB1 – La préparation et la conduite d'un entretien de découverte

MB2 – La préparation et la négociation d'une vente

MB3 – Le traitement des objections

MB4 – La conclusion d'une vente

MB5 – La rédaction d'une proposition commerciale en lien avec la réglementation en vigueur

Bloc C : Gestion de la relation client et reporting de son activité commerciale

MC1 Le suivi de la relation client

MC2 - La tenue de ses fichiers clients

MC3 Le suivi des ventes Réalisées

MC4 – Analyser et qualifier son portefeuille clients

MC5 –Proposer des actions de fidélisation

MC6 – Effectuer le reporting de son activité commerciale

NOMBRE D'HEURES DE FORMATION

455 HEURES

COMPÉTENCES ÉVALUÉES (PAR BLOC DE COMPÉTENCES)

Bloc A : Préparation, organisation et mise en œuvre des actions commerciales

Bloc B : Négociation et réalisation des ventes de produits/services de son entreprise

Bloc C : Gestion de la relation client et reporting de son activité commerciale

Capacités évaluées :

Bloc 1- Préparation, organisation et mise en œuvre des actions commerciales

En tenant compte des objectifs de vente fixés par sa hiérarchie et en disposant d'une certaine autonomie dans la gestion de ses activités, organiser son travail et son planning, en déclinant le plan d'action commercial dans un plan d'actions opérationnelles, en définissant ses priorités et les actions à conduire.

Principales activités :

- Analyser l'environnement économique sur son périmètre d'activité.
- Sélectionner les cibles à atteindre par la mise en œuvre de ses actions commerciales.
- Construire le plan des actions opérationnelles à conduire sur son périmètre d'activité.
- Organiser son planning de travail.
- Actualiser ses informations sur les prestations délivrées par son entreprise et leurs conditions de vente et de délivrance.
- Préparer une présentation commerciale des produits/services de son entreprise.

En s'appuyant sur son plan d'actions opérationnelles validé et après avoir défini ses cibles, réaliser la démarche de prospection de nouveaux clients, en mettant en œuvre de façon rationnelle et complémentaire des actions de prospection analogique et digitale et en évaluant les résultats atteints et les avantages et limites de chacune des opérations menées.

Principales activités :

- Sélectionner les prospects à démarcher.
- Identifier les acteurs à rencontrer.
- Préparer les entretiens de prospection à conduire.
- Déterminer les actions de prospection à mettre en œuvre.
- Organiser la réalisation des actions de prospection.
- Réaliser les actions de prospection analogique auprès des cibles sélectionnées.
- Réaliser des actions de prospection digitale.
- Analyser les actions mises en œuvre et les résultats obtenus à l'issue de la campagne de prospection.
- Appliquer les procédures et principes de travail découlant des engagements de son entreprise en matière de RSE.

Bloc N° 2 : Négociation et réalisation des ventes de produits/services de son entreprise

En recueillant des informations sur la demande et la situation de son interlocuteur et en développant un argumentaire adapté, négocier la vente d'une prestation de service ou d'un produit, en conseillant au mieux le client au regard de ses besoins et intérêts, afin de conclure la transaction dans des conditions profitables pour le client et l'entreprise.

Principales activités :

- Conduire un entretien de découverte préalable à une vente.
- Définir le besoin du client.
- Réaliser une étude en collaboration avec un expert du domaine.
- Conseiller le client.
- Négocier le prix et les conditions de vente.
- Rédiger la proposition commerciale.
- Conclure la vente.
- Appliquer les procédures et principes de travail découlant des engagements de son entreprise en matière de RSE.

Bloc N° 3 : Gestion de la relation client et reporting de son activité commerciale

En opérant les actions permettant de maintenir la relation et de contribuer à la fidélisation de ses clients, gérer son portefeuille clients, en identifiant les axes de croissance et les mesures à mettre en œuvre afin de développer son activité commerciale.

Principales activités :

- Entretien d'une relation suivie avec ses clients après la vente.
- Gérer les éventuels litiges ou réclamations des clients.
- Organiser les modalités de gestion et d'actualisation de son portefeuille clients.
- Assurer la tenue de ses fichiers clients dans un logiciel dédié.
- Analyser les composantes de son portefeuille clients.
- Effectuer le bilan des ventes réalisées.
- Personnaliser les actions de communication.
- Identifier les prestations/produits.
- Evaluer les résultats de son activité de vente.
- Rendre compte de son activité commerciale à sa hiérarchie.
- Appliquer les procédures et principes de travail découlant des engagements de son entreprise en matière de RSE.

Bloc N° 4 : Pratiques professionnelles

MOYENS PÉDAGOGIQUES UTILISÉS ET DÉROULEMENT PÉDAGOGIQUE - SUPPORTS

Différentes méthodes sont utilisées :

- Expositive, transmissive ou magistrale
- Démonstrative
- Interrogative ou maïeutique
- Active ou dite « de découverte »
- Expérientielle
- Supports papiers ou en ligne, vidéo

MODALITÉS TECHNIQUES ET PÉDAGOGIQUES D'ACCOMPAGNEMENT DU STAGIAIRE

Cours en présentiel et distanciel, plate-forme its learning, TP et TD, suivi de l'apprenant en entreprise

MODALITÉS D'ÉVALUATION

ECRIT SUR TABLE (sujet national), ORAUX (sujets nationaux), EVALUATION ENTREPRISE
Chaque bloc de compétences est évalué par un cas de synthèse et/ou oral.

Préparation, organisation et mise en œuvre des actions commerciales

- Un plan d'actions opérationnelles déclinant le plan d'action commercial
- La mise en œuvre d'une démarche de prospection

Négociation et réalisation des ventes de produits/services de son entreprise

- La conduite d'une négociation et la conclusion d'une vente

Gestion de la relation client et reporting de son activité commerciale

- La gestion d'un portefeuille clients et le reporting de l'activité commerciale

Bloc professionnel

- Si l'objectif de l'évaluation professionnelle reste de valider le plus grand nombre d'items par bloc de compétences, en raison parfois de la courte durée passée par les salariés ou les stagiaires en entreprise, cette évaluation pourra exceptionnellement ne porter que sur un seul bloc de compétences. Fort de ce positionnement le tuteur pourra évaluer par item l'axe de progression du salarié ou du stagiaire et porter en fin de cycle la notation entrant dans la validation du diplôme.
- Travail individuel, Production orale et écrite

SECTEUR D'ACTIVITÉ ET TYPE D'EMPLOI

Code(s) ROME :

C1102 - Conseil clientèle en assurances

C1206 - Gestion de clientèle bancaire

D1402 - Relation commerciale grands comptes et entreprises

D1407 - Relation technico-commerciale

D1403 - Relation commerciale auprès de particuliers

Type d'emplois accessibles :

- Attaché commercial en biens d'équipements professionnels
- Attaché commercial en services auprès des entreprises
- Attaché commercial en biens intermédiaires et matières premières
- Attaché commercial en biens de consommation
- Responsable des Ventes
- Cadre technico-commercial