

Vente et Négociation B to B

RS2909 · RS · Publiée

L'essentiel

Code(s) NSF	410, 413, 312
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'échéance	31/12/2021

Certificateur(s)

AKOR CONSULTING · SIRET : 47916290100041

Partenaires habilités

1 organisme habilité, d'après la liste publiée par France compétences : 1 à former.

Organisme	SIRET	Habilitation
REALIZ AGENCY	81228913000013	Former

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

La certification concerne tout professionnel chargé de vendre et négocier une offre de produit et de service auprès d'entreprises et d'organisations du secteur marchand et non marchand.

La certification « Vente et Négociation B to B »

permet au professionnel certifié de se trouver en capacité d'évoluer avec aisance et impact dans ses situations de vente et négociation.

Le candidat aura ainsi validé sa capacité à :

- 1 – Définir et mettre en œuvre sa stratégie de vente
- 2 – Prospecter efficacement
- 3 – Découvrir les besoins et attentes de son interlocuteur
- 4 – Formuler une réponse ou une solution adaptée
- 5 – S'adapter au profil comportemental de son interlocuteur
- 6 – Négocier et conclure sa vente

Il s'agit d'un ensemble compétences génériques et transversales doublées de compétences spécifiques aux réalités professionnelles prévisibles auxquelles le candidat peut être confronté.

COMPÉTENCES ATTESTÉES

La certification vise 6 compétences

1 – DÉFINIR ET METTRE EN ŒUVRE SA STRATÉGIE DE VENTE

Analyser son environnement marché

- Utiliser les outils de veille concurrentielle (étude de marché, réseaux sociaux, sites institutionnels)
- S'informer sur les tendances et pratiques du marché
- Décrypter un cycle d'achat
- S'intéresser aux nouvelles attentes des consommateurs

Définir sa stratégie de vente

- Se fixer des objectifs de développement commercial et les décliner en indicateurs commerciaux
- Organiser son activité pour respecter les objectifs et les échéances
- Adapter son cycle de vente aux spécificités du marché
- Proposer des évolutions de l'offre commerciale et des techniques de commercialisation associées
- Définir une stratégie appropriée à la typologie du compte (petit, moyen, grand compte, vente complexe...)

Déployer sa stratégie de vente

- Réaliser sa matrice annuelle de portefeuille et assurer sa mise à jour
- Préparer et mailler ses comptes avec l'outil « plan de compte »
- Adopter une attitude constructive et coopérer efficacement lors de situations collectives de vente
- Utiliser ses indicateurs commerciaux et les outils de reporting comme des leviers d'amélioration de sa productivité commerciale

2 – PROSPECTER EFFICACEMENT

Préparer sa prospection avec méthode

- Etablir un plan de prospection
- Contribuer aux opérations promotionnelles et/ou événementielles de l'entreprise
- Adapter sa communication écrite ou orale en fonction de ses interlocuteurs
- Utiliser les réseaux sociaux pour initier de nouveaux contacts
- Qualifier un contact
- Renseigner l'outil de CRM à bon escient

Mener ses démarches de prospection

- S'exprimer avec clarté? et efficacité? par téléphone
- Savoir créer un lien avec son interlocuteur par téléphone
- Réaliser du démarchage terrain
- Réagir positivement aux objections ou refus
- Utiliser et développer un réseau de prescripteurs

3 – DECOUVRIR LES BESOINS ET ATTENTES DE SON INTERLOCUTEUR

Mener en entretien de découverte

- Entrer en contact de façon positive avec son/ses interlocuteur(s)
- Structurer son entretien en étapes
- Présenter le pitch commercial de son entreprise
- Adopter une posture conseil lors d'une phase de découverte client

Maîtriser les techniques de la découverte client

- Analyser un cahier des charges
- Respecter les principes de l'écoute active
- Utiliser les différentes techniques de questionnement pour une découverte exhaustive de l'explicite et de l'implicite
- Ecouter activement et reformuler pour s'assurer de la compréhension des besoins
- Utiliser les techniques de clarification pour limiter toute interprétation
- Observer le non-verbal de son client pour rebondir sur ce qui n'est pas dit

Instaurer un climat de confiance

- Calibrer le comportement de son interlocuteur et se synchroniser
- Ecouter sans juger ni interpréter
- Observer et prendre en compte les émotions et les modifications de comportement de son interlocuteur

4 – FORMULER UNE REPONSE OU UNE SOLUTION ADAPTEE

Bâtir sa réponse ou sa solution

- Formuler une proposition commerciale en rendez-vous dans une logique de co-construction avec le client
- Structurer et rédiger une offre commerciale qui met en exergue la valeur ajoutée pour le client
- Mobiliser et coordonner une équipe interne pour réaliser une offre client
- Réaliser un chiffrage et identifier des variables d'ajustement en situation de négociation
- Utiliser les principes de la slidologie pour créer des supports visuels attractifs
- Construire le pitch commercial de son offre
- Préparer et piloter une soutenance de projet

Présenter sa réponse ou sa solution

- Distinguer caractéristiques / bénéfices / avantages dans sa présentation
- Utiliser les principes clés du story telling
- Renforcer sa crédibilité par la qualité de son argumentation et sa posture
- Présenter une offre commerciale avec une communication impactante
- Approfondir les objections et s'affirmer positivement face aux objections
- Adopter une posture conseil lors d'une phase de présentation client

5 – SADAPTER AU PROFIL COMPORTEMENTAL DE SON INTERLOCUTEUR

Analyser le profil de son interlocuteur

- Identifier le profil comportemental de son interlocuteur lors du premier rendez-vous
- Identifier les influenceurs du processus d'achat
- Comprendre le point de vue de l'acheteur en fonction de son poste et de sa personnalité

Adapter sa dynamique relationnelle et sa communication au profil de son interlocuteur

- Présenter son entreprise en fonction du profil de son interlocuteur
- S'adapter à son interlocuteur tout au long des étapes de la vente, à l'écrit et à l'oral (ajuster ses questions et son attitude)
- Formaliser et présenter une proposition commerciale en fonction du profil

6 – NEGOCIER ET CONCLURE SA VENTE

Négocier les prix

- Utiliser les règles d'or de la négociation
- Utiliser les modèles de réponse aux objections
- Maîtriser les principes du chiffrage d'une offre et son impact sur la rentabilité
- Respecter les principes juridiques des contrats
- Rédiger et manier une matrice concessions / contreparties
- Reconnaître et gérer ses émotions

Conclure sa vente

- Observer et prendre en compte les émotions et les modifications de comportement de son interlocuteur en phase de conclusion
- Repérer et traiter les résistances de l'interlocuteur
- Trouver des points d'accord pour réduire les résistances de l'acheteur
- S'adapter au profil comportemental de son interlocuteur pour conclure la vente
- Savoir être ferme quand nécessaire tout en restant agréable
- Utiliser les techniques de closing et engager le client dans un plan d'action

Fidéliser la relation commerciale et établir des relations durables

- Développer une relation de partenariat et de confiance avec son ou ses clients
- Adopter une posture conseil lors de la phase d'accompagnement du client
- Réaliser des ventes additionnelles et complémentaires
- Maintenir une attitude positive et enthousiaste auprès de son interlocuteur pendant toutes les étapes de la prestation
- Initier une logique de recommandation pour développer son réseau
- Débriefing avec le client l'atteinte des objectifs et identifier à cette occasion de nouveaux besoins

La compétence peut être entendue comme une capacité à agir en situation complexe, en mobilisant des ressources internes (des savoirs, des savoir-faire, des attitudes...) et des ressources externes (des réseaux,...) pour faire face à une situation.

La certification proposée s'appuie sur un référentiel de formation portant à la fois sur des compétences pouvant être évaluées de façon indépendante, selon des combinaisons de compétences ou des savoirs complexes reliés à une compétence plus étendue.

Les modules de formation réfèrent à une ou plusieurs compétences étendues. Chacun d'eux traitera de compétences plus spécifiques et pouvant être évaluées en tant que telles.

La certification permet aux individus de :

- 1 – Définir et mettre en œuvre sa stratégie de vente
- 2 – Prospecter efficacement
- 3 – Découvrir les besoins et attentes de son interlocuteur
- 4 – Formuler une réponse ou une solution adaptée
- 5 – S'adapter au profil comportemental de son interlocuteur
- 6 – Négocier et conclure sa vente

Cf. référentiel de compétences pour le détail des contenus.

Voies d'accès

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Aucun pré-requis quant au niveau de formation initiale du candidat.

Une expérience professionnelle de une année dans une activité commerciale est requise.

Chacune des candidatures pourra être examinée à la lumière des motivations, du projet professionnel et du degré

d'engagement et de disponibilité que le candidat devra assurer.

Base légale

Date d'échéance de l'enregistrement 31/12/2021

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rs/2909/>

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	220
Montant total engagé	132 484 €
Coût moyen par dossier	602 €
Durée moyenne	4 h
Période	01/2020 – 12/2021
France compétences	99 %
Reste à charge titulaire	1 %
Entreprise	0 %

Formations engagées via le CPF — Caisse des Dépôts (open data), tous organismes confondus.