

Développer son réseau d'affaires en consulting

RS3487 · RS · Publiée

L'essentiel

Code(s) NSF	310, 312
Formacode(s)	32047
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'échéance	31/12/2021

Certificateur(s)

DTALENTS FORMATIONS · SIRET : 50758394600011

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le

marché des activités de prestations de conseil proposées aux entreprises du secteur privé et public est en augmentation constante. Ces activités sont soit portées

par des collaborateurs d'entreprises en charge de projets, soit un outil d'évolution par des personnes en transition professionnelle ou des demandeurs d'emplois. La certification : "Développer un réseau d'affaires en consulting" permet d'acquérir les méthodes, techniques et outils nécessaires à la réussite de ces démarches.

La maîtrise ou l'expertise dans un domaine technique

est sans nul doute indispensable mais ne permet pas de faire vivre de façon durable une activité, si les compétences en matière de stratégie et développement commercial ne sont pas de la même façon acquises.

L'importance des réseaux sociaux orientés business, du « social selling », des usages liés aux nouveaux modes de communication et de la mise en avant de la personne/fonction sans considération première de son appartenance à

une organisation, reformate complètement les usages (méthode, posture) des personnes qui doivent développer/valoriser

des actions / projets de conseil.

La certification s'inscrit comme une réponse aux compétences nécessaires à ces activités.

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Analyse de l'adéquation de l'offre (personne/projet) au marché

- Analyser et diagnostiquer le marché dans son environnement complexe, changeant et incertain pour apprécier l'opportunité de développer une offre commerciale.
- Analyser les solutions à apporter face aux besoins identifiés sur le marché pour confirmer leurs pertinences et leurs faisabilités.
- Analyser les ressources (compétences – expertises – qualités- atouts – réussites- motivations) à mettre à profit pour vérifier leurs convergences avec l'offre à finaliser.
- Construire une offre présentant une pluralité d'options pouvant s'adapter à des segments de marché détectés par l'analyse de marché.
- Concevoir et mettre en oeuvre d'un développement de réseau d'affaires en consulting.

Conception de la stratégie commerciale.

- Définir sa stratégie commerciale en tenant compte de son périmètre d'offre et du marché pour donner du sens au plan d'action à mettre en place.
- Construire son offre commerciale agile et adaptable, en valorisant les compétences et expertises à mobiliser pour mettre en avant sa différenciation.

- Définir sa valeur sur le marché en tenant compte de ses propres atouts, des caractéristiques de l'offre, du niveau d'acceptabilité des clients et de la concurrence pour proposer un tarif maîtrisé.
- Elaborer son argumentation commerciale, en anticipant le traitement des objections, pour se préparer à la présentation commerciale.
- Elaborer son plan d'action commerciale et de communication en définissant ses objectifs et les moyens à mettre en oeuvre pour les atteindre.

Mise en oeuvre de la stratégie commerciale

- Préparer, organiser et mener les actions de prospection commerciale sur un marché ciblé, en tenant compte des ressources (matérielles, financières, temporelles) disponibles et des différents outils mobilisables (outil CRM - emailing – salons, réseaux sociaux) pour développer son portefeuille de prospects.
- Assurer la découverte du client, lors du démarrage de l'entretien commercial en utilisant une démarche de diagnostic pour apporter des solutions adaptées.
- Conduire des entretiens commerciaux en face à face ou au téléphone, en appliquant les techniques de vente et négociation pour obtenir le contrat.
- Analyser la demande d'un prospect pour élaborer le cahier des charges permettant d'adapter, le cas échéant l'offre.
- Animer, fidéliser et développer son réseau professionnel, en investissant dans les liens relationnels, pour optimiser les contacts directs et indirects et développer les opportunités d'affaires.
- Elaborer et gérer les outils de pilotages commerciaux, avec des logiciels de gestions appropriés, pour sécuriser et évaluer les résultats obtenus.

Analyse de l'adéquation de l'offre (personne/projet) au marché

- Analyser et diagnostiquer le marché dans son environnement complexe, changeant et incertain pour apprécier l'opportunité de développer une offre commerciale.
- Analyser les solutions à apporter face aux besoins identifiés sur le marché pour confirmer leurs pertinences et leurs faisabilités.
- Analyser les ressources (compétences – expertises – qualités- atouts – réussites- motivations) à mettre à profit pour vérifier leurs convergences avec l'offre à finaliser.
- Construire une offre présentant une pluralité d'options pouvant s'adapter à des segments de marché détectés par l'analyse de marché.

Conception et mise en oeuvre d'un développement de réseau d'affaires en consulting

Conception de la stratégie commerciale

- Définir sa stratégie commerciale en tenant compte de son périmètre d'offre et du marché pour donner du sens au plan d'action à mettre en place.
- Construire son offre commerciale agile et adaptable, en valorisant les compétences et expertises à mobiliser pour mettre en avant sa différenciation.
- Définir sa valeur sur le marché en tenant compte de ses propres atouts, des caractéristiques de l'offre, du niveau d'acceptabilité des clients et de la concurrence pour proposer un tarif maîtrisé.
- Elaborer son argumentation commerciale, en anticipant le traitement des objections, pour se préparer à la présentation commerciale.
- Elaborer son plan d'action commerciale et de communication en définissant ses objectifs et les moyens à mettre en oeuvre pour les atteindre.

Mise en oeuvre de la stratégie commerciale

- Préparer, organiser et mener les actions de prospection commerciale sur un marché ciblé, en tenant compte des ressources (matérielles, financières, temporelles) disponibles et des différents outils mobilisables (outil CRM - emailing – salons, réseaux sociaux) pour développer son portefeuille de prospects.
- Assurer la découverte du client, lors du démarrage de l'entretien commercial en utilisant une démarche de diagnostic pour apporter des solutions adaptées.
- Conduire des entretiens commerciaux en face à face ou au téléphone, en appliquant les techniques de vente et négociation pour obtenir le contrat.
- Analyser la demande d'un prospect pour élaborer le cahier des charges permettant d'adapter, le cas échéant l'offre.
- Animer, fidéliser et développer son réseau professionnel, en investissant dans les liens relationnels, pour optimiser les contacts directs et indirects et développer les opportunités d'affaires.
- Elaborer et gérer les outils de pilotages commerciaux, avec des logiciels de gestions appropriés, pour sécuriser et évaluer les résultats obtenus.

Voies d'accès

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Prérequis de formation à

minima Bac+2 et avec une expérience professionnelle d'au moins 5 ans est nécessaire. Une appétence ou un souhait de vouloir travailler sur une démarche qui favorise l'autonomie et la mobilité professionnelle est un critère important.

Base légale

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

Liens avec d'autres certifications

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)

RS6679

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

<https://www.dtalents-formations.fr>

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rs/3487/>