

Gestion de l'activité commerciale

RS3556 · RS · Publiée

L'essentiel

Code(s) NSF	312
Formacode(s)	34573
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'échéance	31/12/2021

Certificateur(s)

PLJ DEVELOPPEMENTS · SIRET : 80134340100015

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le contexte des entreprises est devenu extrêmement concurrentiel et l'activité commerciale est au cœur des enjeux des entreprises. Une activité commerciale gérée de façon efficace permet de fidéliser et de conquérir de nouveaux clients afin d'être en capacité de développer son chiffre d'affaire, ses marges et sa rentabilité.

La composante vente est au cœur de toutes les entreprises, dans de très nombreux secteurs d'activité et est un département qui offre de nombreuses opportunités d'emploi.

Cependant, l'univers commercial est en constante évolution. Au delà des croissances de chiffre d'affaires attendues dans les entreprises, véhiculer une image perçue comme qualitative et positive est devenu essentiel. Les clients sont volatiles. Il y a lieu de travailler à les conserver dans la durée, à les écouter et à s'adapter à leurs demandes spécifiques.

Bien connaître ses clients, leur potentiel de croissance, bien réussir à les identifier chacun dans un segment particulier afin d'envisager la meilleure stratégie commerciale possible en fonction est crucial. Ainsi également, savoir organiser son suivi de portefeuille client et prospects, savoir bien planifier leur rencontre et anticiper les évolutions du marché est clé pour les employeurs.

La certification permet ainsi d'apporter des techniques et des méthodes pour y parvenir. Elle permet de mieux valoriser les employés déjà en prise avec ces sujets dans leur entreprise, ceux qui sont en mobilité ainsi que ceux qui souhaitent prendre une nouvelle orientation de carrière.

Ces besoins de montée en compétences seront nécessaires dans un marché économique en profonde mutation et qui sera de plus en plus concurrentiel dans les futures années.

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Organisation de la prospection commerciale

- Segmenter le fichier des clients et prospects de l'entreprise en identifiant les comptes à potentiel de développement afin de faciliter le démarchage commercial
- Elaborer un fichier de prospection en utilisant la segmentation du fichier de clients et de prospects de l'entreprise ou à partir d'autres sources de renseignements possibles, afin de préparer la prospection commerciale
- Elaborer un planning de prospection commerciale en utilisant le fichier de clients et de prospects segmentés de l'entreprise afin de développer le CA de l'entreprise et/ou afin d'obtenir de nouveaux clients
- Elaborer un argumentaire commercial de démarchage en regroupant toutes les informations utiles et nécessaires afin de faciliter le déroulé de l'entretien téléphonique avec le prospect pour obtenir un rendez-vous

Gestion du rendez-vous avec le client ou le prospect

- Préparer l'entretien de vente avec le client ou le prospect en rassemblant par écrit au préalable les informations utiles sur un document afin de faciliter la conduite de l'entretien (CA réalisé, marché, offres, concurrence, information sur le client, objectifs du rendez-vous)

- Observer l'environnement du client ou du prospect durant la phase de contact afin de recueillir des informations susceptibles d'être utilisées dans l'argumentaire à tenir au client ou au prospect dans la phase suivante de l'entretien
- Utiliser les techniques de questionnement ouvertes ou fermées pour permettre de découvrir les besoins ou les attentes du client ou du prospect
- Utiliser les techniques d'argumentation présentant les caractéristiques, les avantages, les bénéfices de l'offre, en tenant

compte des informations recueillies lors de la phase de découverte des besoins ou des attentes du client ou du prospect, afin de pouvoir lui proposer l'offre adaptée à sa situation

- Utiliser les techniques de négociation afin de proposer une offre commerciale adaptée, en utilisant les informations recueillies durant l'entretien, pour bien correspondre aux attentes ou aux besoins du client ou du prospect
- Utiliser les techniques de traitement des objections en utilisant les arguments adaptés, afin de convaincre le client ou le prospect et remporter son adhésion
- Utiliser les techniques de conclusion d'entretien de vente en récapitulant les points clés portant sur les besoins ou les envies du client ou du prospect, afin de finaliser la vente

Gestion administrative de l'activité commerciale

- Gérer le suivi administratif des clients en traitant les litiges par des techniques de résolution, afin de conserver une relation commerciale de confiance
- Observer les écarts entre les objectifs et les résultats de ventes en créant des tableaux de bord de suivi afin d'engager les actions correctrices nécessaires

. Organisation de la prospection commerciale

- Segmenter le fichier des clients et prospects de l'entreprise en identifiant les comptes à potentiel de développement afin de faciliter le démarchage commercial
- Elaborer un fichier de prospection en utilisant la segmentation du fichier de clients et de prospects de l'entreprise ou à partir d'autres sources de renseignements possibles, afin de préparer la prospection commerciale
- Elaborer un planning de prospection commerciale en utilisant le fichier de clients et de prospects segmentés de l'entreprise afin de développer le CA de l'entreprise et/ou afin d'obtenir de nouveaux clients
- Elaborer un argumentaire commercial de démarchage en regroupant toutes les informations utiles et nécessaires afin de faciliter le déroulé de l'entretien téléphonique avec le prospect pour obtenir un rendez-vous

Gestion du rendez-vous avec le client ou le prospect

- Préparer l'entretien de vente avec le client ou le prospect en rassemblant par écrit au préalable les informations utiles sur un document afin de

faciliter la conduite de l'entretien (CA réalisé, marché, offres, concurrence, information sur le client, objectifs du rendez-vous)

- Observer l'environnement du client ou du prospect durant la phase de contact afin de recueillir des informations susceptibles d'être utilisées dans l'argumentaire à tenir au client ou au prospect dans la phase suivante de l'entretien
- Utiliser les techniques de questionnement ouvertes ou fermées pour permettre de découvrir les besoins ou les attentes du client ou du prospect
- Utiliser les techniques d'argumentation présentant les caractéristiques, les avantages, les bénéfices de l'offre, en tenant

compte des informations recueillies lors de la phase de découverte des besoins ou des attentes du client ou du prospect, afin de pouvoir lui proposer l'offre adaptée à sa situation

- Utiliser les techniques de négociation afin de proposer une offre commerciale adaptée, en utilisant les informations recueillies durant l'entretien, pour bien correspondre aux attentes ou aux besoins du client ou du prospect
- Utiliser les techniques de traitement des objections en utilisant les arguments adaptés, afin de convaincre le client ou le prospect et remporter son adhésion
- Utiliser les techniques de conclusion d'entretien de vente en récapitulant les points clés portant sur les besoins ou les envies du client ou du prospect, afin de finaliser la vente

Gestion administrative de l'activité commerciale

- Gérer le suivi administratif des clients en traitant les litiges par des techniques de résolution, afin de conserver une relation commerciale de confiance
- Observer les écarts entre les objectifs et les résultats de ventes en créant des tableaux de bord de suivi afin d'engager les actions correctrices nécessaires

Voies d'accès

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Une affinité pour l'activité commerciale et une expérience d'au moins 1 an sont souhaitées.

Base légale

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

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

<http://pljdeveloppements.com>

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rs/3556/>

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	2
Montant total engagé	3 324 €
Coût moyen par dossier	1 662 €
Durée moyenne	14 h
Période	11/2021 – 01/2022
France compétences	56 %
France Travail	44 %

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