

Annexe I b

Référentiel de certification

Bloc 1 de compétences

Relation client et négociation-vente

Conditions d'exercice et de mobilisation des compétences

Les compétences sont mobilisées dans les contextes suivants :

- Contexte global et sectoriel : marché, informations juridiques, économiques, sociologiques, technologiques, etc.
- Contexte organisationnel : clientèle, Produit/service, diagnostic et indicateurs de performance, stratégie, segmentation procédures internes, etc.
- Contexte commercial : problématique commerciale, clientèle, stratégie, plan d'actions commerciales (objectifs, moyens, contraintes), diagnostic et indicateurs de performance, segmentation, méthodes d'approche client, etc.

Les ressources informationnelles comprennent des données et des informations, externes ou internes, extraites du SIC, caractérisant l'environnement interne (activité, types, structure, effectif, organisation, management, procédures internes) et externe (marché, réglementations, informations économiques, sociologiques).

L'environnement technologique à disposition est constitué des moyens de communication, des applications, des équipements numériques et des outils favorisant notamment le nomadisme commercial et les consultations à distance des informations.

Compétences	Critères de performance
Cibler et prospecter la clientèle	
Analyser un portefeuille clients	<ul style="list-style-type: none">• Pertinence de l'analyse du portefeuille clients• Qualification pertinente des prospects
Identifier des cibles de clientèle	<ul style="list-style-type: none">• Cohérence entre le ciblage et la démarche de prospection
Mettre en œuvre et évaluer une démarche de prospection	<ul style="list-style-type: none">• Efficacité des choix opérés
Développer des réseaux professionnels	<ul style="list-style-type: none">• Activation pertinente des réseaux professionnels

<p>Négocier et accompagner la relation client</p> <p>Négocier et vendre une solution adaptée au client</p> <p>Créer et maintenir une relation client durable</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Maîtrise de la relation interpersonnelle • Efficacité de la négociation commerciale • Pertinence de la solution proposée • Personnalisation de la relation client • Qualité du diagnostic et de l'accompagnement client • Respect des engagements • Évolutivité et enrichissement de la relation client
<p>Organiser et animer un évènement commercial</p> <p>Organiser un évènement commercial</p> <p>Animer un évènement commercial</p> <p>Exploiter un évènement commercial</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Pertinence du choix de l'évènement commercial • Efficacité de l'organisation au regard des contraintes logistiques, financières, commerciales • Qualité et efficacité de l'animation • Précision du bilan quantitatif et qualitatif de l'évènement commercial • Rigueur dans le suivi des contacts et des opportunités d'affaires
<p>Exploiter et mutualiser l'information commerciale</p> <p>Remonter, valoriser et partager l'information commerciale</p> <p>Collaborer à l'interne en vue de développer l'expertise commerciale</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Pertinence et qualité des informations collectées • Sélection et hiérarchisation de l'information diffusée • Qualité des analyses commerciales et des propositions

Savoirs associés

<p>Marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> • Marketing stratégique, marketing opérationnel (mix) • Marché et politiques commerciales (offre, demande, environnement, concurrence, positionnement, marchéage, prix, produits, communication) • Comportement d'achat du consommateur/usager • Politique de marque • Marketing évènementiel • Marketing relationnel (conquête client, fidélisation) • Conquête de marché, démarches et techniques de prospection (objectifs, diagnostic, segmentation, ciblage, positionnement, actions) 	<p>Communication/Négociation</p> <ul style="list-style-type: none"> • Théories et concepts de communication • Communication interpersonnelle • Éléments psychologiques et sociologiques d'analyse de relation interpersonnelle (personnalité, rôles, jeux de pouvoir, groupe, efficacité relationnelle) • Formes et situations de communication (face à face, à distance, téléphonique, etc.) • Stratégies de communication (évènementielle, unifiée, digitale, etc.) • Négociation-vente (situations, diagnostic client, B to B, B to G, marges de manœuvre, conflits, litiges etc.) 	<p>Gestion commerciale</p> <ul style="list-style-type: none"> • Évaluation de la performance et de l'activité commerciales (indicateurs de pilotage, tableau de bord, résultats, coûts, risque, etc.) • Analyse quantitative et qualitative de la relation client et du portefeuille clients (valeur client, marge, rentabilité, indicateurs de fidélisation, comportement d'achat, etc.) • Gestion budgétaire • Règlements et financements • Gestion du temps • Organisation commerciale et prospection opérationnelle (plan de tournées, couverture géographique, géolocalisation)
<p>Management</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gestion de la performance collective (organisation activité, valorisation, animation, motivation) • Communication managériale 	<p>Statistiques/représentations graphiques</p> <ul style="list-style-type: none"> • Data client • Analyse des indicateurs commerciaux (évolutions, position, dispersion, prévision) • Techniques de prévision des ventes • Représentations graphiques 	<p>Savoirs technologiques/web</p> <ul style="list-style-type: none"> • Veille commerciale • Système d'information commerciale (collecte, stockage, traitement, partage de l'information) • Applications et logiciels commerciaux et de relation client (PGI, CRM, progiciels réseaux)
<p>Savoirs rédactionnels :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Règles générales de communication écrite • Procédés d'écriture et genre des écrits professionnels commerciaux (lettres, notes, rapports, compte rendus, Email, propositions commerciales, etc.) • Lexique commercial et sectoriel 	<p>Savoirs juridiques</p> <ul style="list-style-type: none"> • Protection des données (droits et obligations) • Droit de la consommation (information et protection du consommateur) • Relations contractuelles commerciales • Contrat de vente (conditions générales de ventes, crédits, recours et litiges commerciaux) • Règlementation de la concurrence 	<ul style="list-style-type: none"> • Outils de communication et de gestion commerciale (outils et applications nomades, gestionnaires d'activité, de tournées et de projets, planification, etc.)