

## Référentiel certification : Ventes Grands Comptes (CP-FFP)

Référentiel de compétences	Référentiels d'évaluation	
	Modalités d'évaluation	Critères d'évaluation
<p>1. Analyser le portefeuille client pour cibler les prospects stratégiques en utilisant la méthode « d'analyse grands comptes »</p> <p>2. Identifier les prospects stratégiques pour obtenir des rendez-vous en s'appuyant sur les méthodes de prospection à l'ère du digital</p> <p>3. Rédiger un document d'analyse stratégique client pour planifier différentes actions auprès de multiples interlocuteurs en réalisant un plan de compte</p> <p>4. Communiquer avec une posture d'égal à égal auprès d'interlocuteurs de haut niveau pour favoriser la réalisation de la vente en s'appuyant sur des relations privilégiées</p> <p>5. Maitriser la conduite de l'entretien de vente grands comptes pour conclure la vente efficacement en adaptant son offre aux besoins du client</p>	<p>Toutes les épreuves de certification se déroulent à l'issue de la formation.</p> <p>L'évaluation se déroule en 3 épreuves, 2 théoriques et 1 pratique.</p> <p>2 épreuves théoriques :</p> <p>1/ Un rapport écrit d'analyse d'un cas concret</p> <p>Le participant choisit son sujet. Ce sujet est validé par le formateur.</p> <p>Le participant écrit un rapport de 3 à 5 pages environ de police taille 12 au format WORD ou PDF qu'il télécharge sur la plateforme LMS sécurisée.</p> <p>L'objectif du rapport pratique est de favoriser l'application des acquis de la formation dans la vie professionnelle du participant et de favoriser les mises en pratique concrètes.</p> <p>La qualité du rapport se fonde sur les 4 axes suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Description du contexte</li> <li>• Aspects méthodologiques</li> <li>• Conclusion de l'analyse de cas</li> <li>• Qualité du rapport écrit</li> </ul>	<p>Méthode d'analyse du portefeuille client (1)</p> <p>Identification de nouveaux prospects stratégiques (2)</p> <p>Utilisation du social selling, et de LinkedIn. (2)</p> <p>Utilisation d'un document d'analyse stratégique clients pour préparer son approche commerciale. (3)</p> <p>Relation privilégiée établie avec des alliés stratégiques chez le client (4)</p> <p>Techniques de communication (4)</p> <p>Création d'une offre sur mesure pour le client (5)</p> <p>Utilisation du value selling (5)</p> <p>Création d'une bonne relation avec de multiples interlocuteurs (5)</p> <p>Identification des besoins clients effectués par le questionnement (5)</p> <p>Valeur apportée au client démontrée lors de l'argumentation (5)</p>

<p>6. Maitriser les ventes grands comptes en utilisant les outils digitaux pour les ventes à distance</p> <p>7. Identifier les informations clés pour construire une réponse adaptée au cahier des charges</p> <p>8. Présenter une soutenance structurée pour une réponse à un appel d'offre en utilisant une stratégie de persuasion</p>	<p>Notation totale sur 20. Minimum 12/20.</p> <p>2/ un questionnaire à choix multiples à partir d'une situation concrète (durée 30 min)</p> <p>Le questionnaire est accessible via une plateforme LMS sécurisée. Il peut également être imprimé et administré en direct.</p> <p>60% de bonnes réponses sont nécessaires à la validation du questionnaire.</p> <p>Notation totale sur 20. Minimum 12/20.</p> <p><b>1 épreuve pratique :</b></p> <p><b>Mise en situation pratique orale.</b> Le participant doit réaliser un entretien de ventes grands comptes en s'enregistrant.</p> <p>Il accède au contexte de la situation orale sur la plateforme LMS sécurisée puis s'enregistre. Il transmet ensuite les fichier(s) audio(s) à l'évaluateur.</p> <p>L'objectif de l'épreuve est de vérifier que les différentes étapes de l'entretien grands comptes sont mises en œuvre et que les critères sont respectés.</p> <p>Notation totale sur 20. Minimum 12/20.</p>	<p>Méthodologie de traitement des objections utilisée (5)</p> <p>Conclusion de la vente effectuée (5)</p> <p>La barrière de la distance est outrepassée dans la réalisation d'une vente grands comptes via un outil digital (6)</p> <p>Méthodologie de réponse à appel d'offre et identification des informations (7)</p> <p>Structure de la soutenance (8)</p> <p>Utilisation d'une stratégie de persuasion (8)</p>
---	--	--