

Référentiel certification - Ventes B2B (CP-FFP)

Cette certification répond aux enjeux de besoins forts de compétences commerciales pour accompagner le développement des entreprises dans le contexte de transition digitale et d'évolution des métiers. Elle valide les compétences commerciales et de négociation dans le cadre de vente aux entreprises : la prospection de nouveaux clients, l'entretien de vente, l'organisation de son activité commerciale et la vente aux grands comptes à destination d'un public non commercial. Elle comporte également une dimension de vente à distance via l'utilisation du social selling et des nouveaux outils de communication. Cette certification est particulièrement adaptée aux personnes exerçant une fonction non-commerciale en entreprise, et qui sont amenées à participer aux actions de développement commercial (consultants, experts, ingénieurs...).

Référentiel de compétences	Référentiels d'évaluation	
	Modalités d'évaluation	Critères d'évaluation
<p>A/Communiquer auprès de prospects sur de multiples canaux pour obtenir des rendez-vous en utilisant les méthodes de prospection à l'ère du digital</p> <p>B/Réaliser des entretiens de vente structurés en fonction des besoins, de la personnalité du client et de sa situation de handicap pour conclure la vente efficacement.</p> <p>C/Rédiger un document d'analyse stratégique client pour planifier différentes actions auprès de multiples interlocuteurs et adapter son offre en utilisant la méthode d'analyse grands comptes.</p> <p>D/Prendre la parole en public dans le cadre de soutenances client ou de présentations à plusieurs afin de convaincre de la pertinence de son offre, démarrer une mission ou vendre un service ou un produit.</p> <p>E/Négocier les contours de son offre avec son client pour atteindre un résultat gagnant-gagnant en prenant en compte les attentes et la psychologie du client ainsi</p>	<p>Toutes les épreuves de certification se déroulent à l'issue de la formation.</p> <p>Epreuves théoriques : - un questionnaire à choix multiples portant sur les connaissances (durée 20min) Le questionnaire est accessible via une plateforme LMS sécurisée Il peut également être imprimé et administré en direct. 60% de bonnes réponses sont nécessaires à la validation du questionnaire. Le quiz évalue les compétences A, C, D, E, F et G via les critères A-1, C-1, D-1, E-1,2, F-1 et G-1.</p> <p>Un rapport écrit d'analyse d'un cas concret : Le participant choisit son sujet en lien avec une ou plusieurs compétences visées par la certification. Par exemple, le participant ayant mis en pratique la prise de parole dans le cadre d'une soutenance dans le cadre de son poste va dans son rapport expliquer la situation rencontrée, décrire comment il a appliqué la méthode proposée (avec notamment un biais vers une discours structuré et</p>	<p>A-1/ Prise de rendez-vous effectuée en utilisant les réseaux sociaux.</p> <p>B-1/Démarre l'entretien dans une atmosphère positive en brisant la glace</p> <p>B-2/Pose des questions ouvertes pour explorer les besoins, reformule et valide par des questions fermées.</p> <p>B-3/Argumente de manière structurée en fonction des besoins</p> <p>B-4/Comprend et accepte l'objection, reformule questionne, argumente et profite de l'objection pour avancer vers la conclusion</p> <p>B-5/Valide avec le client les contours de l'offre et conclut ou propose un prochain rendez-vous pour conclure l'affaire</p>

<p>que les jeux de pouvoirs entre les différents interlocuteurs.</p> <p>F/Structurer ses activités et ses dossiers pour être plus efficace dans l'atteinte de ses objectifs commerciaux en utilisant les méthodes de gestion du temps et les outils digitaux.</p> <p>G/Communiquer auprès d'interlocuteurs de haut niveau chez ses clients afin de développer la proximité et la confiance pour améliorer son taux de transformation en favorisant une posture d'égal à égal et une communication à forte valeur ajoutée</p>	<p>argumenté), identifié les progrès réalisés et l'impact vis-à-vis du résultat. Si le candidat n'est pas en situation de pouvoir appliquer une compétence dans son poste, il choisit une situation rencontrée dans le cadre professionnelle (positive ou négative) en tant que client ou une situation passée et l'analyse dans son rapport. 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 valider les mises en pratique concrètes des acquis de la formation dans la vie professionnelle.</p> <p>Le rapport évalue une ou plusieurs compétences parmi A, B, C, D, E, F ou G à l'aide du critère H.</p> <p>Epreuve pratique : Mise en situation pratique orale. -Le participant accède au contexte de l'étude de cas sur la plateforme LMS sécurisée puis s'enregistre. Il transmet ensuite les fichier(s) audio(s) à l'évaluateur.</p> <p>La mise en situation évalue la compétence B à l'aide des critères B.1-2-3-4-5</p>	<p>C-1/Utilisation d'un document d'analyse stratégique clients pour préparer son approche commerciale.</p> <p>D-1/Discours structuré et argumenté lors de la prise de parole</p> <p>E-1/Préparation de la négociation en analysant les objectifs et évaluant la marge de négociation</p> <p>E-2/Identifie les attentes de l'autre partie et avance vers une négociation gagnant-gagnant</p> <p>F-1/Le suivi et l'organisation des activités est structuré à l'aide d'un outil digital</p> <p>G-1/Parvient à prendre une posture le plaçant d'égal à égal avec son interlocuteur</p> <p>H/ Qualité du rapport :</p> <p>H.1/-Adéquation du sujet au référentiel</p> <p>H.2/-Maitrise de la méthodologie en lien avec le référentiel</p> <p>H.3/-Application dans le contexte choisi</p> <p>H.4/-Synthèse claire et projection vers l'avenir / leçons tirées</p> <p>H.5/-Structure logique du rapport</p> <p>H.6/-Maitrise de la langue française</p>
--	---	--