



Référentiel certification : Vente Grands Comptes (CP-FFP)

La certification "Ventes grands comptes (CP-FFP)" répond aux enjeux de la complexification des ventes multi-interlocuteurs, nécessitant un processus particulier complémentaire aux compétences commerciales de vente BtoB. Elle a pour objectif de permettre aux commerciaux de valider les spécificités de gestion de la vente grands comptes (vente multi interlocuteur, offre sur-mesure...) et de maîtriser la transition digitale en œuvre dans le métier de la vente grands comptes. Elle s'adresse aux commerciaux souhaitant s'orienter vers les ventes grands comptes ou aux gestionnaires Grands Comptes ou Comptes Clés souhaitant professionnaliser leur démarche.

Référentiel de compétences	Référentiels d'évaluation	
	Modalités d'évaluation	Critères d'évaluation
1. Identifier les prospects stratégiques en s'appuyant sur les méthodes de prospection à l'ère du digital et les contacter afin d'obtenir des rendez-vous commerciaux	E1. Type d'évaluation : A partir d'une situation réelle de travail. Réalisations demandées au candidat : Le candidat actualise son profil LinkedIn et met en place un plan d'actions "social selling".	1.1 Le profil LinkedIn est optimisé pour offrir une bonne visibilité et attirer de nouveaux clients. 1.2 Le candidat utilise le social selling et LinkedIn dans le cadre de son développement commercial.
2. Analyser le portefeuille client et cibler les clients stratégiques en utilisant la méthode « d'analyse grands comptes » afin d'identifier les comptes à privilégier.	E2. Type d'évaluation : Etude de cas pratique sur un compte complexe fictif. Réalisations demandées au candidat : Il est remis au candidat une description détaillée d'un portefeuille client fictif regroupant plusieurs entreprises et les principaux interlocuteurs identifiés.	2 Les clients prioritaires sont identifiés au sein du portefeuille client.
3. Rédiger un document d'analyse stratégique client et planifier différentes actions auprès de multiples interlocuteurs d'une même entreprise en réalisant un plan de compte afin d'établir des relations avec des alliés stratégiques chez le client.	Le participant analyse le portefeuille et détermine les clients prioritaires. Il va ensuite sélectionner un compte parmi ces clients prioritaires et compléter le plan de compte en indiquant les actions qu'il recommande. L'épreuve évalue les compétences 2 et 3.	3.1 Le plan de compte est complété de manière exhaustive et les opportunités identifiées. 3.2 Proposition d'actions pour établir des relations privilégiées avec des alliés stratégiques chez le client.



4. Conduire des entretiens de vente grands comptes en adaptant son offre aux besoins du client pour conclure la vente efficacement.	E3. Type d'évaluation : Mise en situation orale lors d'un entretien de vente grands comptes. Réalisations demandées au candidat : Il est remis au candidat le cas d'un jeu de rôle de vente grands comptes. Le candidat va réaliser un jeu de rôle d'entretien de vente avec l'évaluateur, il dispose d'un temps de préparation de 10 minutes avant le passage. Le jeu de rôle dure 10 minutes.	4.1 Le candidat développe une position d'égal à égal avec le client, crée une atmosphère positive. 4.2 Le candidat pose des questions ouvertes pour explorer les besoins, reformule ses attentes et valide par des questions fermées. 4.3 La valeur de l'offre et les bénéfices pour le client sont démontrés lors de l'argumentation. 4.4 Le candidat comprend et accepte l'objection, reformule, questionne et argumente pour y répondre. 4.5 Le candidat valide les éléments de l'offre, vérifie que les objections sont traitées et propose de conclure la vente par un engagement sur une prochaine étape.
5. Identifier les informations clés pour construire une réponse adaptée au cahier des charges d'un appel d'offres en soulignant la valeur apportée.	E4. Type d'évaluation : Etude de cas pratique sur une soutenance client fictive. Réalisations demandées au candidat : Il est remis au candidat le cahier des charges d'un appel d'offre ainsi que des éléments de contexte d'une entreprise fictive qu'il représente. Le candidat va analyser l'appel d'offres, en tirer les éléments clés attendus et formuler les axes de sa réponse à l'appel d'offres.	5.1 Les axes de réponses proposés soulignent la valeur apportée et répondent aux besoins évoqués. 5.2 Les axes de réponses proposés sont conformes aux exigences du cahier des charges.
6. Présenter une soutenance structurée lors d'une réponse à un appel d'offres en utilisant une stratégie de persuasion afin de remporter l'appel d'offres.	E5. Type d'évaluation : Etude de cas pratique sur une soutenance client fictive. Réalisations demandées au candidat : Sur la base du cas présenté en E4, le candidat reçoit des informations complémentaires sur la soutenance orale. Il rédige un document de présentation succinct sur un des aspects de l'offre (précisé dans le cas) et explique sa stratégie de persuasion.	6.1 Le candidat identifie une stratégie de persuasion adaptée à la situation lors de la soutenance. 6.2 Le document de présentation produit est clair et d'une qualité professionnelle (clarté, lisibilité, syntaxe, orthographe...).