

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

REFERENTIEL DE COMPETENCES ET DE CERTIFICATIONS

La certification s'adresse aux personnes exerçant une fonction non-commerciale en entreprise (consultants, experts, ingénieurs...), et qui sont amenées à prendre la responsabilité de vendre eux-mêmes leurs offres et solutions auprès des prospects et clients.

Prérequis : 2 ans d'expérience professionnelle

Vérification des prérequis à l'entrée en formation : Entretien avec un conseiller pédagogique

Candidat en situation de handicap : Dans le cadre du respect du règlement d'examen, tout candidat peut saisir le référent handicap du certificateur pour aménager les modalités d'évaluation et obtenir l'assistance d'un tiers lors de l'évaluation. Les supports et le matériel nécessaires à la réalisation des évaluations pourront être adaptés. Sur conseil du référent handicap et dans le respect des spécifications du référentiel, le format de la modalité pourra être adaptée.

REFERENTIEL DE COMPETENCES	REFERENTIEL D'ÉVALUATION	
	MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
Vente B2B		
<p>C1. Rédiger un argumentaire de prospection et de vente comprenant les caractéristiques techniques de l'offre en B to B, en mettant en avant ses avantages concurrentiels ainsi que les bénéfices apportés au client afin de structurer les échanges et les rendre plus efficaces au niveau des messages transmis.</p>	<p>Toutes les épreuves de certification se déroulent à l'issue de la formation.</p> <p>E1. Type d'évaluation : Mise en situation professionnelle, en lien avec le cas d'un expert métier ayant besoin de trouver ses clients et de gérer de façon autonome ses activités de vente. La mise en situation professionnelle sera restituée sous forme d'un rapport écrit et d'une mise en situation professionnelle enregistrée. Cette évaluation a un coefficient de 2.</p> <p>Réalisations demandées au candidat : Le candidat restitue un rapport dans lequel, il présente à minima les informations suivantes :</p>	<p>Cr1. Le rapport produit par le candidat est clair et compréhensible de tous, il comporte les informations essentielles demandées, notamment :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les caractéristiques de son expertise métier, - Le contexte dans lequel il est amené à compléter ses activités par celles liées à la vente de ses prestations - Les objectifs de vente à devoir servir <p>Cr2. L'argumentaire de prospection et de vente élaboré par le candidat est structuré et clair. Son contenu permet un déroulé fluide, synthétique et tout de suite compréhensible. L'argumentaire met en avant que l'offre correspond bien au besoin. Il met en avant les caractéristiques de l'offre, ses</p>

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

	<ul style="list-style-type: none"> • La fonction qu'il exerce dans l'entreprise, son expertise métier. 	bénéfices et ses avantages concurrentiels.
<p>C2. Développer et gérer le flux de contacts acquis par l'utilisation des différents canaux de communication (digitaux ou non) ainsi que sur des méthodes de prospection directe en fonction de la typologie du public visé afin d'optimiser la transformation du statut de simple contact en statut de prospect intéressé.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Le contexte dans lequel, il lui ait demandé de réaliser le processus de vente d'une offre, • Les objectifs visés dans le cadre du développement commercial et en particulier de vente de produits ou services en B to B • Le descriptif de l'offre, y compris par rapport à ses composantes techniques, faisant l'objet du rapport. 	<p>Cr3. La démarche de captation de nouveaux prospects utilisée par le candidat s'appuie sur des modes et outils de communication pertinents au regard des caractéristiques et du profil des entreprises ciblées par l'offre (réseaux sociaux, LinkedIn, courriel...).</p>
<p>C3. Réaliser une approche « diagnostic » du client, en l'interrogeant sur ses besoins et objectifs, en s'assurant que toutes les informations utiles ont bien été remontées et partagées, tout en présentant son offre à travers ses supports techniques et commerciaux afin de lui donner envie d'aller plus loin.</p>	<p>Il est attendu du candidat qu'il intègre aussi dans son rapport écrit :</p> <ul style="list-style-type: none"> • L'argumentaire de vente utile à la prospection (en lien avec C1) • La démarche de prospection lui permettant de capter de nouveaux prospects (en lien avec C2) <p>Il aura à justifier sa démarche « diagnostic » en l'illustrant sur un exemple (en lien avec C3) ainsi que l'ensemble des étapes qui ont jalonnées l'entretien de vente (en lien avec C4) jusqu'à sa conclusion (en lien avec C5)</p>	<p>Cr4. La présentation de l'offre effectuée est satisfaisante dans le sens que celle-ci est :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Claire - Structurée - Argumentée <p>Cr5. Le candidat adopte une approche « diagnostic » fondée sur une méthodologie de questionnement permettant de remonter toutes les informations utiles à une proposition concrète, complète et directement en phase avec les besoins et contexte du client.</p>
<p>C4. Réaliser l'entretien de vente auprès du client, en argumentant, en traitant avec pédagogie et conviction les incompréhensions, interrogations et objections émises, en apportant les explications techniques nécessaires à son besoin de connaissances pour prendre sa décision, et en négociant quelques ajustements techniques acceptables en réponse à des besoins formulés en toutes fins afin de créer de la valeur à l'offre finale</p>	<p>Enfin, comme la réussite de la relation cliente se confirme avec le suivi après-vente, le candidat présentera son processus de vérification de la promesse tenue et de la satisfaction du client (en lien avec C6)</p>	<p>Cr6. Le déroulement des étapes de vente lors de l'entretien est acquis par le candidat : Découverte du client – argumentation – traitement des objections et négociation.</p> <p>Cr7. Le candidat met en avant l'importance de bien vérifier la compréhension du client par rapport aux différentes informations transmises et son adhésion au fur et à mesure des étapes de la vente et de son argumentation.</p>

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

	<p>Mise en situation pratique orale. Le participant 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>Cr8. Le candidat justifie correctement les conditions et limites acceptables d'une négociation de l'offre, notamment sur :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Le prix, • Les conditions de livraison, • Les remises, • Les conditions de paiement,
<p>C5. Conclure la vente, en créant la confiance par sa contribution en tant qu'expert du sujet, sa légitimité professionnelle et en étant garant de la réalité de l'offre, afin de rassurer et conforter le client dans son choix et sa décision.</p>		<p>Cr9. Le candidat présente les éléments clés d'une conclusion réussie lors d'un entretien de vente.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le consentement éclairé du client - La satisfaction exprimée du client - La décision de signature - La projection du client sur les phases suivantes
<p>C6. Structurer un processus de suivi des ventes en B to B effectuées en intégrant des tâches, outils et alertes à mettre en œuvre afin de vérifier la concordance des activités entre les services de production et les services de la relation client afin que la promesse soit tenue jusqu'au bout.</p>		<p>Cr10. Le candidat justifie l'apport de son expertise métier dans la sécurisation de la vente au niveau des étapes après-vente.</p>
	<p>E3. Type d'évaluation : Epreuve écrite portant sur les connaissances théoriques liées à la vente B2B. Cette évaluation a un coefficient de 1.</p> <p>Conditions de réalisation : Le questionnaire est accessible via une plateforme LMS sécurisée. Il peut également être imprimé et administré en direct.</p>	<p>Cr11. 60% de bonnes réponses à l'épreuve écrite.</p>