

Référentiel de compétences et d'évaluation

Développer la performance commerciale B to B dans un marché digitalisé

Compétences	Modalités d'évaluation	Critères d'évaluation
<p>Compétence 1 : Préparer son action de prospection en identifiant la cible professionnelle avec les techniques du social selling et les méthodes traditionnelles afin d'optimiser l'efficacité de la démarche commerciale</p>	<p>Modalité 1 : Présentation d'une étude de cas sur l'organisation d'une action commerciale (Cette modalité permettra d'évaluer la compétence 1, 2, 5 et 6)</p> <p>A partir d'un cas d'entreprise réelle (l'entreprise du candidat) ou fictive (fourni par l'organisme de formation), le candidat présente un dossier dans lequel il doit:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Définir le plan d'action de prospection - Définir et segmenter la cible professionnelle - Préparer un argumentaire de prospection 	<p>Préparation de l'action commerciale :</p> <ul style="list-style-type: none"> - La cible définie est segmentée selon des critères pertinents et adaptés (secteur d'activité, type de structure, niveau de CA, prospects prioritaires, etc.) - Les bons interlocuteurs (décideur, signataire...) sont identifiés - Une stratégie pour générer des leads est mise en place - Le plan d'action de prospection est structuré
<p>Compétence 2 : Prospecter en mobilisant les réseaux sociaux professionnels et les outils traditionnels (téléphone, présentiel) afin de favoriser la prise de rendez-vous</p>	<p>Elaboration de la stratégie de prospection :</p> <ul style="list-style-type: none"> - La prise de contact est réalisée dans un langage correct et adapté à la situation - L'argumentaire de prospection élaboré est percutant - Les techniques pour dépasser les barrages sont définies et utilisées - Les RDV obtenus sont planifiés 	<p>Conduite de la négociation commerciale :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les étapes de l'entretien sont respectées - L'argumentaire de vente est personnalisé et complet
<p>Compétence 3 : Conduire une négociation commerciale à distance ou en présentiel, en mettant en place un</p>		

<p>argumentaire de vente structuré afin de répondre aux besoins, aux questions et aux objections du prospect</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Définir les outils à utiliser incluant du social selling pour la prise de contact avec les bons interlocuteurs - Planifier son action commerciale - Définir les modalités de suivi de la relation commerciale 	<ul style="list-style-type: none"> - Les questions ouvertes et fermées sont utilisées à bon escient - Les objections du prospect sont anticipées - Le traitement des objections est adapté à la situation - La posture commerciale et la communication sont adaptées à la cible
<p>Compétence 4 : Finaliser le processus de vente à distance ou en présentiel, en utilisant les techniques de closing afin d’amener le client à la contractualisation</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Définir les modalités de suivi de l’activité commerciale - Définir les outils de suivi de l’activité commerciale - Présenter ses axes d’amélioration <p>Durée de présentation au jury : 15 minutes</p>	<p>La conclusion de la vente :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les signaux verbaux et non verbaux d’achat sont identifiés - La posture de négociateur et la communication sont adaptées à la cible - Les techniques de pré closing sont utilisées - Les questions de closing sont posées - Les modalités de la vente sont validées et acceptées par les 2 parties
<p>Compétence 5 : Fidéliser les clients en assurant un suivi régulier de la relation commerciale avec des outils digitaux (CRM, social selling, etc.) afin de mettre en place une relation commerciale pérenne</p>	<p>Durée de l’entretien technique : 15 minutes</p> <p>Modalité 2 : Jeu de rôle pour un entretien de vente (cette modalité permettra d’évaluer les compétences 3 et 4)</p>	<p>Le suivi de la relation commerciale :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Un suivi de vente est mis en place - Des actions correctives sont prévues en cas de difficultés - Le reporting CRM est réalisé - Des contacts post-vente avec le client sont planifiés - Les outils de suivi de la relation commerciale sont diversifiés (téléphone, mails, réseaux sociaux, etc.)

<p>Compétence 6 :</p> <p>Assurer le suivi de son action commerciale en utilisant des indicateurs de performance adaptés afin d'analyser son efficacité par rapport aux objectifs fixés</p>	<p>A partir d'une mise en situation, le candidat prépare son entretien de négociation commerciale basé sur un dossier client qui lui sera remis par l'évaluateur.</p> <p>Le candidat dispose de 20 min de préparation. L'entretien durera 15 min face au jury, dont un membre jouera le rôle du client.</p>	<p>Le suivi de l'action commerciale :</p> <ul style="list-style-type: none">- Les indicateurs de performance sont mis en place- Les indicateurs permettent d'analyser l'efficacité de l'action commerciale- L'analyse des indicateurs est précise- Des axes d'amélioration sont argumentés dans un plan d'action
--	---	---