

## Fondamentaux de la Vente B to B

CATEGORIE : C

### Vue d'ensemble

Domaine(s) d'activité professionnel dans lequel(s) est utilisé la certification :

- Spécifique :
- **Support à l'entreprise - Organisation et études**
  - **Support à l'entreprise - Stratégie commerciale, marketing et supervision des ventes**

Développer la performance commerciale de ses équipes de vente est un enjeu clé pour une entreprise. Rien ne sert de concevoir des produits et services si l'on ne parvient pas à les vendre sur son marché.

La vente est un acte qui n'admet pas l'improvisation mais au contraire une technique et un travail construits. La formation aux fondamentaux de la vente B2B a pour objectif d'apprendre à maîtriser les différentes phases de la vente B2B depuis la prospection, la découverte du besoin client, la conception de l'offre commerciale et enfin la négociation commerciale.

Code(s) NAF : —

Code(s) NSF : **326m**, **326w**

Code(s) ROME : **D1402**, **M1701**, **M1707**

Formacode : **34026**

Date de création de la certification : **10/08/2011**

Mots clés : **Force de vente**, **B to B**, **prospection**, **Techniques de vente**

### Identification

Identifiant : **1640**

Version du : **05/01/2017**

### Références

Consensus, reconnaissance ou recommandation :

Formalisé :

- [Référentiels métiers de la Branche du Numérique, de l'Ingénierie, des études et du conseil et de l'évènementiel](#)
- [Observatoire des Télécommunications - Fiche métier: Commercial Grands Comptes](#)
- [Observatoire des Télécommunications - Fiche métier: Ingénieur commercial entreprises](#)

Non formalisé :

- [Pole Emploi - Enquête Besoins en Main-d'Œuvre 2015](#)

### Descriptif

#### Objectifs de l'habilitation/certification

Vérification des compétences professionnelles et des savoir-faire des individus dans la vente et négociation inter-entreprises (B2B) dans l'ensemble des situations du cycle de vente. Si cette certification est née à l'origine dans le secteur Informatique et numérique, elle a une dimension inter-sectorielle certaine.

#### Lien avec les certifications professionnelles ou les CQP enregistrés au RNCP

- N.A.

#### Descriptif général des compétences constituant la certification

##### 1. Génération de contacts qualifiés

**2. Réaliser des actions de prospection de manière organisée, en mettant en oeuvre des techniques d'appel qui augmentent le taux de transformation de la prise de rendez-vous commerciaux.**

**3. Mener un entretien de découverte des besoins du client en lien avec une offre de service/produit B2B**

**4. Concevoir et présenter une offre commerciale de manière claire et compréhensible, en lien avec le besoin du client**

**5. Négocier et défendre les marges de son offre commerciale**

## Public visé par la certification

- salariés expérimentés et seniors
- demandeurs d'emploi expérimentés et demandeurs d'emploi seniors
- ingénieurs/techniques/consultants souhaitant évoluer vers la vente et la fonction commerciale
- personnes issus des force de vente B2C voulant évoluer vers le B2B (passerelle)

## Modalités générales

La certification peut être préparée soit :

- directement sur la base de son capital expérientiel
- dans la continuité d'un parcours de formation, qui pourra osciller entre 35h et 70h en fonction des compétences déjà acquises et après mobilisation effective des compétences à certifier.

## Liens avec le développement durable

Aucun

## Valeur ajoutée pour la mobilité professionnelle et l'emploi

### Pour l'individu

Le Certificat de Compétences permet à son titulaire d'apporter la preuve qu'il dispose des compétences de vente inter-entreprises (B2B).

Il apporte aux individus : 1) une reconnaissance des compétences liées à la vente inter-entreprises 2) une preuve pouvant être valorisée dans un parcours professionnel (évolution au sein de son entreprise d'une vente aux consommateurs à une vente aux entreprises, mobilité vers une autre entreprise du même secteur ou d'un autre secteur).

### Pour l'entité utilisatrice

Le secteur du numérique et des télécommunications est structurellement déficitaire en commerciaux inter-entreprises (B2B) et a de forts besoins en recrutement. De nombreuses entreprises, soucieuses des parcours professionnels de leurs collaborateurs, veulent également faire évoluer leurs équipes techniques et relation client (non-commerciales) pour en faire des commerciaux à haute valeur ajoutée sur leurs offres.

## Evaluation / certification

### Pré-requis

Pratique avérée de la relation client (en B to C ou B to B)

### Compétences évaluées

## Centre(s) de passage/certification

- EURIDIS Management

## 1. Génération de contacts qualifiés

- 1.1 Détection des interlocuteurs clés des entreprises ciblées
- 1.2 Structuration organisée d'un plan de prospection
- 1.3 Identifier des problématiques pour les clients visés
- 1.4 Production d'un contenu de qualité sur les réseaux sociaux professionnels afin de construire une communauté de pairs sur les enjeux des clients (Social Selling)
- 1.5 Elaborer un script d'entretien efficace basé sur la valeur apportée au client

## 2. Réaliser des actions de prospection de manière organisée, en mettant en oeuvre des techniques d'appel qui augmentent le taux de transformation de la prise de rendez-vous commerciaux.

- 2.1 Recherche d'informations ciblées sur le client potentiels afin de l'utiliser comme accroche selon la méthode "Insight selling"
- 2.2 Construction méthodique d'un script d'entretien téléphonique
- 2.3 Rédaction d'un mail ou un courrier de prospection impactant en cohérence avec la situation du client
- 2.4 Maîtrise des techniques de barrage téléphonique et d'obtention (closing) d'un rendez-vous

## 3. Mener un entretien de découverte des besoins du client en lien avec une offre de service/produit B2B

- 3.1 Établissement d'une trame d'entretien adaptée à l'interlocuteur ciblé
- 3.2 Questionner les prospects d'un grand compte selon la Méthode SPIN (Situation, Problèmes, Implication, Need to pay off), sur leurs enjeux métiers.
- 3.3 Identification de la valeur de la résolution de la problématique pour le client
- 3.4 Mener un entretien selon un entonnoir qui amène vers le *closing* de la vente

## 4. Concevoir et présenter une offre commerciale de manière claire et compréhensible, en lien avec le besoin du client

- 4.1 Décryptage des enjeux explicites et implicites d'un cahier des charges d'une demande client
- 4.2 Structuration d'une réponse commerciale basée sur la valeur ajoutée pour le client
- 4.3 Mobilisation coordonnée des ressources internes de l'entreprise pour bâtir la proposition commerciale

4.4 Construction financière d'un retour sur investissement

## 5. Négocier et défendre les marges de son offre commerciale

- 5.1 Préparation complète d'une négociation commerciale
- 5.2 Conduite structurée des débats lors d'une négociation commerciale
- 5.3 Identification des profils psychologiques des interlocuteurs pour mener à bien la négociation commerciale
- 5.4 Etablissement d'une matrice financières des « concessions/contreparties »

*Niveaux délivrés le cas échéant (hors nomenclature des niveaux de formation de 1969)*

Pas de niveau associé à la certification

La validité est Permanente

**Possibilité de certification partielle :** non

Matérialisation officielle de la certification :

Certificat de compétences aux fondamentaux de la vente B2B

## Plus d'informations

### *Statistiques*

120

### *Autres sources d'information*

<http://euridis-formation-continue.com/> et <http://www.euridis-ecole.com/> ;