

## 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><b>Compétence 1 :</b>  <b>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</b></p>	<p><b>Modalité 1 :</b> 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</p>	<p>Préparation de l'action commerciale :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- La cible définie est segmentée selon des critères pertinents et adaptés (secteur d'activité, type de structure, niveau de CA, prospects prioritaires, etc.)</li> <li>- Les bons interlocuteurs (décideur, signataire...) sont identifiés</li> <li>- Une stratégie pour générer des leads est mise en place</li> <li>- Le plan d'action de prospection est structuré</li> </ul>
<p><b>Compétence 2 :</b>  <b>Prospecter en mobilisant les réseaux sociaux professionnels et les outils traditionnels (téléphone, présentiel) afin de favoriser la prise de rendez-vous</b></p>	<p>(fourni par l'organisme de formation), le candidat présente un dossier dans lequel il doit:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Définir le plan d'action de prospection</li> <li>- Définir et segmenter la cible professionnelle</li> </ul>	<p>Elaboration de la stratégie de prospection :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- La prise de contact est réalisée dans un langage correct et adapté à la situation</li> <li>- L'argumentaire de prospection élaboré est percutant</li> <li>- Les techniques pour dépasser les barrages sont définies et utilisées</li> <li>- Les RDV obtenus sont planifiés</li> </ul>
<p><b>Compétence 3 :</b>  <b>Conduire une négociation commerciale à distance ou en présentiel, en mettant en place un</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Préparer un argumentaire de prospection</li> </ul>	<p>Conduite de la négociation commerciale :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Les étapes de l'entretien sont respectées</li> <li>- L'argumentaire de vente est personnalisé et complet</li> </ul>

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

<p><b>Compétence 6 :</b></p> <p><b>Assurer le suivi de son action commerciale en utilisant des indicateurs de performance adaptés afin d'analyser son efficacité par rapport aux objectifs fixés</b></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"><li>- Les indicateurs de performance sont mis en place</li><li>- Les indicateurs permettent d'analyser l'efficacité de l'action commerciale</li><li>- L'analyse des indicateurs est précise</li><li>- Des axes d'amélioration sont argumentés dans un plan d'action</li></ul>
--	---	---