

5 - REFERENTIELS

Article L6113-1 [En savoir plus sur cet article...](#) Créé par [LOI n°2018-771 du 5 septembre 2018 - art. 31 \(V\)](#)

« Les certifications professionnelles enregistrées au répertoire national des certifications professionnelles permettent une validation des compétences et des connaissances acquises nécessaires à l'exercice d'activités professionnelles. Elles sont définies notamment par un **référentiel d'activités** qui décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés, un **référentiel de compétences** qui identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui en découlent et un **référentiel d'évaluation** qui définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis. »

BLOC : CONTRIBUER AU DEVELOPPEMENT COMMERCIAL ET REPRESENTER LA STRUCTURE

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
1.1. Actions d'accueil et de prospection commerciale à destination de particuliers (BtoC) ou professionnels (BtoB)	1.1.1. Assurer un premier niveau de réponse / renseignements pour les prospects, clients et fournisseurs, de façon physique, téléphonique ou numérique, dans le but de représenter l'entreprise tout en garantissant la satisfaction client 1.1.2. Recueillir les besoins de particuliers ou professionnels par téléphone puis leur proposer des solutions techniques selon leurs besoins en vue de permettre à l'équipe force de vente d'élaborer une proposition commerciale	Mise en situation professionnelle reconstituée : En individuel A l'aide d'outils bureautiques et collaboratifs A partir d'informations commerciales relatives à une entreprise fictive, il est demandé au candidat de : <ul style="list-style-type: none"> • Elaborer et présenter oralement un plan de prospection par téléphone 	<u>Accueil et Recueil de besoins</u> ✓ Le scenario de prospection téléphonique intègre les spécificités du contexte professionnel communiqué. ✓ Le candidat intègre une méthode commerciale permettant de traiter de façon ciblée les principales objections des prospects. ✓ Le candidat utilise un support de présentation clair et concis. ✓ Le candidat respecte la durée de l'épreuve orale. ✓ Le candidat apporte des réponses cohérentes et précises. ✓ Le candidat fait preuve d'aisance à l'oral dans sa communication verbale et non verbale.

<p>1.2. Mise en œuvre et mesure d'actions de promotion commerciale à destination de particuliers (BtoC) ou professionnels (BtoB)</p>	<p>1.2.1. Créer et mettre à jour les bases de données prospects /clients via des outils bureautiques et progiciels de la GRC/CRM* dans l'optique d'assurer efficacement le suivi des actions menées à destination des prospects et clients</p> <p>1.2.2. Participer aux actions de promotion via des outils collaboratifs et réseaux sociaux afin de contribuer au développement de l'activité commerciale</p>	<p>Mise en situation professionnelle reconstituée :</p> <p>En individuel</p> <p>A l'aide d'outils informatiques</p> <p>A partir d'informations commerciales relatives à une entreprise fictive, il est demandé au candidat de :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Construire et gérer une base de données prospects • Mettre en œuvre des actions de marketing direct et effectuer un premier niveau d'analyse 	<p><u>Mise à jour de base de données</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Les données sont recueillies, contrôlées et actualisées. ✓ La fiche créée par prospect centralise l'ensemble des données. ✓ Les données sont organisées dans des rubriques pertinentes au regard des besoins de l'entreprise. <p><u>Actions de promotion</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Les paramètres de la campagne e-mailing sont optimisés. ✓ L'e-mailing est programmé à un moment pertinent. ✓ Le candidat choisit le réseau social à déployer en fonction de la cible et de l'objectif de l'entreprise. ✓ Les interprétations faites par le candidat sont exploitables pour réajuster la stratégie commerciale. ✓ Le candidat est attentif à l'accessibilité du produit en citant les points correspondant au RGAA ** s'il y a lieu.
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

* GRC : Gestion de la Relation Client / CRM : Customer Relationship Management

** RGAA : Référentiel Général d'Amélioration de l'Accessibilité

BLOC : ASSURER LE SUIVI DE COMMANDES

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
2.1. Création et suivi des commandes	2.1.1. Elaborer et actualiser des documents administratifs et commerciaux via des outils bureautiques et en considérant l'empreinte environnementale numérique de sa pratique afin de tracer l'activité et garantir la réalisation des prestations 2.1.2. Assurer le suivi des commandes via des outils bureautiques et collaboratifs dans le respect des obligations en matière de conservation et d'archivage des documents commerciaux 2.1.3. Vérifier les conditions de réalisation d'une commande et prendre si besoin des initiatives dans l'optique d'assurer la qualité de la livraison (service, coût, délai, ...) et fidéliser la clientèle	Mise en situation professionnelle reconstituée : En individuel A l'aide d'outils bureautiques A partir d'informations commerciales relatives à une entreprise fictive, il est demandé au candidat de réaliser des documents administratifs et commerciaux.	<u>Documents administratifs et commerciaux</u> ✓ Les normes de présentation des documents sont respectées. ✓ La saisie des données est correcte et les calculs sont justes. ✓ Les dates, délais et échéances sont respectés. ✓ Les fichiers numériques sont classés et sauvegardés. ✓ Le candidat cite plusieurs bonnes pratiques en termes d'écologie digitale. <u>Suivi de commandes</u> ✓ Les conditions préalables à la commande sont vérifiées (référence et prix unitaire, quantité commandée, conditions particulières de vente pour le client). ✓ Le candidat optimise son temps en utilisant des outils collaboratifs adaptés. ✓ Le candidat prévoit de partager les informations clients et transmettre ses méthodes afin de garantir le suivi des commandes.

			<u>Vérification des conditions de réalisation</u> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Le candidat présente un planning de suivi des commandes ✓ Les CGV et conditions de paiement sont appliquées. ✓ Les initiatives prises sont appropriées à chaque situation commerciale.
2.2. Facturation, suivi de règlement et relance client	<p>2.2.1. Etablir des factures dans le respect des procédures internes et réglementations en vigueur dans l'optique de garantir l'engagement contractuel</p> <p>2.2.2. Assurer le suivi des règlements avec méthode afin d'identifier les clients à relancer en vue d'encaisser les factures</p>	<p>Mise en situation professionnelle reconstituée</p> <p>Portant sur les activités 2 et 3</p> <p>En individuel</p> <p>A l'aide d'outils bureautiques</p> <p>A partir de d'informations commerciales sur des clients fictifs, il est demandé au candidat de :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Suivre le règlement des factures en proposant des actions adaptées • Gérer des réclamations en langues française et anglaise 	<p><u>Etablissement de factures</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Le type de facture choisi est adapté à la situation. ✓ Les mentions obligatoires devant figurer sur un devis/une facture sont toutes présentes. <p><u>Suivi des règlements</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ La solvabilité et la situation financière du client sont vérifiées ✓ Les fonctionnalités utilisées dans le tableau de suivi sont adéquates et facilitent l'identification des clients à relancer. ✓ La lettre de relance tient compte du cadre légal et comporte le nom et l'adresse du créancier, du client, les références de la facture impayée, son montant augmenté des pénalités de retard, le délai initial et le nouveau, les démarches déjà entreprises par le créancier. ✓ La sélection de moyens et échéances de paiement pour chaque cas est pertinente et argumentée.

2.3. Gestion des réclamations	2.3.1. Apporter un premier niveau de réponse à une situation litigieuse en prenant en compte l'ensemble de la relation commerciale en vue de garantir la satisfaction client tout en respectant la politique de l'entreprise		<ul style="list-style-type: none">✓ Le candidat a rassemblé les informations nécessaires au traitement de chaque réclamation et émet une proposition pertinente pour les résoudre.✓ Le candidat utilise une terminologie commerciale adaptée dans ses écrits en langues française et anglaise.
-------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

BLOC : PARTICIPER A LA COORDINATION DE L'ACTIVITE COMMERCIALE

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'EVALUATION <i>défini les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
3.1. Suivi, analyse et interprétation de la performance commerciale	3.1.1. Suivre les performances de l'équipe commerciale en établissant des reportings en vue de faciliter l'évaluation des actions puis la prise de décisions concernant la stratégie commerciale 3.1.2. Analyser et interpréter les performances commerciales par l'utilisation d'indicateurs dans l'optique de mesurer et ajuster la politique commerciale	Mise en situation professionnelle reconstituée En individuel A l'aide d'outils bureautiques En fonction de situations d'entreprise et informations fictives fournies par le certificateur, il est demandé au candidat de : <ul style="list-style-type: none"> • Elaborer des tableaux de bord commerciaux • Concevoir des indicateurs de suivi de l'activité et élaborer un 1er niveau d'analyse 	<u>Reporting</u> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Les calculs sont justes et les graphiques adaptés à l'analyse. ✓ La présentation des données facilite l'analyse. ✓ Le choix des types de graphiques est adapté aux indicateurs traités. <u>Analyse et interprétation</u> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Le candidat interprète les performances en appuyant son analyse sur des critères qu'il a définis.

<p>3.2. Assistanat de l'équipe et de l'activité commerciales</p>	<p>3.2.1. Organiser et planifier les activités et déplacements via des outils bureautiques et collaboratifs dans l'optique d'assister efficacement l'équipe commerciale tout en favorisant l'écologie digitale</p> <p>3.2.2. Autoévaluer ses propres performances et gérer son temps afin de collaborer de façon agile avec l'équipe commerciale</p>	<p>Mise en situation professionnelle reconstituée</p> <p>Portant sur les activités 2 et 3</p> <p>En individuel</p> <p>A l'aide d'outils bureautiques et collaboratifs</p> <p>En fonction de situations d'entreprise et informations fictives fournies par le certificateur, Il est demandé au candidat de :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Organiser les plannings et déplacements de collaborateurs • Effectuer un process pour optimiser la veille sur les appels d'offres/ de projet • Remplir les documents administratifs dans le cadre d'une réponse à un appel d'offres • Planifier les actions de réponse à un appel d'offres 	<p><u>Organisation et planification</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Le planning des déplacements des collaborateurs est structuré, légendé et clair. ✓ Le candidat cite plusieurs outils collaboratifs pour effectuer chaque tâche relative à l'organisation et la planification des activités. ✓ Le candidat privilégie des actions limitant l'empreinte environnementale numérique. <p><u>Autoévaluation de ses performances</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Le candidat a recours à des outils de gestion du temps pour organiser l'activité du service.
<p>3.3. Coordination administrative des projets commerciaux</p>	<p>3.3.1. Instruire les parties administratives des appels d'offres/ à projets de façon dématérialisée afin de contribuer efficacement à la réponse aux appels d'offres</p> <p>3.3.2. Coordonner les réponses administratives aux appels d'offres et appels à projets en contrôlant la complétude et la conformité des dossiers dans l'optique d'assurer la recevabilité du projet commercial</p>	<p>(Continuation of the list from the previous row)</p>	<p><u>Administration des projets commerciaux</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Les démarches pour personnaliser une veille et recevoir des alertes sont clairement et précisément détaillées. ✓ Les documents (fiche signalétique, annexe financière ...) sont correctement remplis. <p><u>Coordination des projets commerciaux</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Le candidat effectue un rétro-planning pour garantir un dépôt dans les temps, en tenant compte des spécificités communiquées par le certificateur. ✓ Le candidat jalonne le circuit de l'information dans le respect du rétroplanning.

Description des modalités d'acquisition de la certification par capitalisation des blocs de compétences et/ou par équivalence

Voie d'accès à la certification par la formation :

Validation des blocs de compétences par leurs modalités d'évaluations spécifiques + 1 validation complémentaire : un dossier de valorisation des compétences prenant appui sur la grille tuteur suite à une période d'application pratique en entreprise d'au moins 3 mois.

Voie d'accès à la certification par la VAE :

Validation de l'ensemble des blocs de compétences par un dossier de valorisation et un entretien devant un jury.

Parcours mixte :

L'accès à la certification professionnelle est également possible par la mise en œuvre d'un parcours **mixte** (formation + VAE).