

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

- 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 1	Participer à la définition de la stratégie commerciale de l'entreprise ou de l'organisation
Bloc 2	Concevoir et mettre en œuvre un plan de développement commercial
Bloc 3	Définir et piloter les éléments budgétaires de développement commercial
Bloc 4	Animer et développer l'activité de l'équipe commerciale
Bloc 5 - professionnalisation 1	Concevoir et mettre en œuvre des actions de commercialisation des vins et spiritueux
Bloc 5 - professionnalisation 2	Concevoir et mettre en œuvre des actions de développement international
Bloc 5 - professionnalisation 3	Concevoir et mettre en œuvre des actions commerciales dans le secteur du Luxe
Bloc 5 - professionnalisation 4	Concevoir et mettre en œuvre des actions commerciales dans le secteur du Sport
Bloc 5 - professionnalisation 5	Concevoir et mettre en œuvre des actions commerciales pour le E-commerce & les Start Up

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

Bloc 1 : Participer à la définition de la stratégie commerciale de l'entreprise ou de l'organisation

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
<p>A1 Identification de l'environnement de l'entreprise ou de l'organisation</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identification des enjeux de l'écosystème de l'organisation - Réalisation d'une étude de marché - Recueil des données et réalisation d'études documentaires, études quantitatives et qualitatives (questionnaires, échantillonnage, entretiens) - Identification des concurrents, du marché, de la cible client, du positionnement de l'offre <p>A2 Organisation d'un dispositif de veille informative</p> <ul style="list-style-type: none"> - Recueil des sources de veille - Analyse des informations - Diffusion de la veille 	<p>C1. Réaliser une étude de l'environnement et du marché cible, en recueillant des données par la réalisation d'études documentaires, qualitatives et quantitatives (échantillonnage, questionnaires, entretiens), en identifiant les concurrents, le marché, la cible client afin d'identifier les enjeux, tendances et évolutions du marché sur lequel l'entreprise est positionnée ;</p> <p>C2. Organiser un dispositif de veille informative sur les évolutions du secteur (tendances, usages, comportements de consommateurs/clients/émergence de nouveaux environnements économiques, nouveaux outils, IA, etc.), en identifiant des sources, en déterminant un dispositif de recueil, d'analyse et de diffusion des informations, afin de contribuer au développement de l'organisation ou de l'entreprise en France ou à l'international ;</p>	<p>Mise en situation professionnelle (C1, C2, C3, C4) appelée « Mission Conseil Entreprise » :</p> <p>Le candidat, au sein d'une équipe, réalise une mission de conseil réelle selon un cahier des charges défini pour et/ou par un commanditaire (entreprise ou organisme). Il traite une problématique de développement commercial. Il fournit ses résultats via un livrable écrit défini par un cahier des charges et le soutient face à un jury de professionnels, en présentant leurs préconisations.</p>	<p>Le candidat est évalué sur le contenu écrit et les supports choisis : respect des consignes, qualité et pertinence du fond, qualité et originalité de la forme.</p> <p>Il est évalué sur l'organisation du groupe de travail : répartition des tâches, capacité d'écoute, de remise en question, gestion du temps restreint et capacité de travail en mode collaboratif.</p> <p>Il est évalué sur la compréhension de la mission :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Qualité d'analyse des projets études de l'environnement économique et de marché (méthodologie utilisée, pertinence des informations obtenues, qualité de la recherche) - Compréhension de la mission et pistes de réflexions envisagées - Recherche d'informations complémentaires et sources utilisées <p>Il est évalué sur la dynamique des propositions :</p>

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

<p>A3 Réalisation d'une analyse stratégique du marché de l'entreprise</p> <ul style="list-style-type: none"> - Détermination des besoins - Réalisation d'un diagnostic stratégique : détermination du positionnement de l'entreprise/offre au regard du marché - Identification des orientations à privilégier <p>A4 Contribution à l'élaboration d'une stratégie commerciale</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identification d'actions commerciales en phase avec la stratégie globale de l'entreprise - Proposition d'outils et événements commerciaux adaptés - Identification d'actions digitales et proposition d'outils en lien avec la stratégie digitale de l'entreprise 	<p>C3. Réaliser un audit de l'activité commerciale portant sur les forces et faiblesses de l'entreprise, et en déterminant les besoins et le positionnement stratégique de l'offre au regard du marché afin d'apprécier les performances globales de la stratégie commerciale de l'entreprise ;</p> <p>C.4 Contribuer à la détermination des objectifs commerciaux qualitatifs et quantitatifs à atteindre, en prenant en compte les orientations stratégiques définies, les composantes du marché et les capacités de l'entreprise associées aux outils de Traffic Acquisition, lead generation & Performance.</p>		<ul style="list-style-type: none"> - Pertinence des préconisations stratégiques et préconisations digitales sous formats écrit et oral - Réponses aux exigences et aux attentes de l'entreprise <p>En particulier, les propositions sont évaluées d'après les indicateurs suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pertinence de l'étude de marché, de l'étude de l'environnement interne et externe (C1) - Définition du client cible, outil de type « Buyer persona » (C1) - Qualité et exhaustivité du travail lié à la veille concurrentielle, réalisation du mapping concurrentiel appelé également carte stratégique mettant en évidence les groupes stratégiques (C2) - Détermination du business model du commanditaire et de ses facteurs clés de succès à l'aide des outils de type Pestel ou Porter (C3) - Finesse et exploitabilité des préconisations proposées en termes d'actions commerciales, d'outils digitaux requis et utilisés et de détermination des objectifs commerciaux futurs (C4)
--	---	--	---

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

Bloc 2 : Concevoir et mettre en œuvre un plan de développement commercial

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>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<p>A5. Proposition d'une stratégie de vente</p> <ul style="list-style-type: none"> - Contribution au cahier des charges de l'équipe commerciale - Elaboration d'argumentaires <p>A6. Réalisation d'entretiens commerciaux</p> <ul style="list-style-type: none"> - Organisation d'entretiens - Présentation de son offre - Négociation <p>A7. Proposition d'un plan d'actions commerciales</p> <ul style="list-style-type: none"> - Définition d'actions de promotion ou d'organisation d'événements - Définition d'actions digitales de promotion - Elaboration d'indicateurs de suivi et de résultat 	<p>C5. Proposer une stratégie de vente pour un produit ou une gamme de produits, en prenant en compte les objectifs commerciaux de l'entreprise, en élaborant des argumentaires, afin de commercialiser une offre cohérente ;</p> <p>C6. Conduire un entretien client en face à face, en présentant son offre, en mettant en œuvre des techniques de communication, de négociation et de gestion des conflits afin de convaincre le client et de créer une relation commerciale pérenne ;</p> <p>C7. Etablir un plan d'actions commerciales, en définissant des actions de promotion y compris digitales liées notamment au social media, marketing d'influence et outils de référencement SEO-SEA, et en élaborant des indicateurs de suivi et de résultat, afin d'optimiser la performance commerciale ;</p>	<p>Mises en situation professionnelle (C5 et C6) : A l'appui de situations concrètes de ventes directes et négociations préalables, le candidat réalise des jeux de rôle en français et en anglais, traite les objections et est force de propositions.</p> <p>Etudes de cas dirigées et collectives (C7) : le candidat confronte ses idées avec son équipe projet, est à l'écoute des propositions de ses collègues, établit avec son équipe projet un plan d'actions commerciales et digitales concret et un rétroplanning.</p>	<p>Le candidat est évalué sur sa capacité à mener les entretiens dans le respect d'une stratégie de vente :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mise en pratique des techniques de vente de la découverte du besoin client à la signature ferme et définitive - Qualité de traitement des objections - Aptitude à convaincre et fidéliser - Aptitude à la gestion de conflits en BtoC <p>Le candidat est évalué d'après :</p> <ul style="list-style-type: none"> - La pertinence, la structure et la justification du plan d'actions commerciales et digitales proposé ; - Le respect de l'existant de l'organisation et de l'analyse du marché ; - La réalisation d'un rétroplanning

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

<p>A8. Rédaction d'une offre commerciale</p> <ul style="list-style-type: none"> - Analyse des besoins des clients - Rédaction d'une offre formelle 	<p>C8. Rédiger une offre commerciale correspondant aux besoins du client en prenant en compte les termes de la négociation afin de permettre aux deux parties de travailler en synergie ;</p>	<p>Etude de cas individuelle (C8) : Après un travail préparatoire de recherches liées au marché, à l'environnement et au cadre juridique, le candidat rédige une réponse à un appel d'offres dans le cadre d'un contrat de vente en BtoB</p>	<p>Le candidat est évalué sur la qualité du travail préparatoire, les sources utilisées et la pertinence des propositions commerciales dans le respect des attentes du client professionnel. La réponse est exhaustive et elle correspond aux attentes formelles d'un appel d'offres.</p>
<p>A9. Formalisation d'un portefeuille clients ou prospects</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identification des clients à démarcher - Alimentation d'une base de données - Priorisation des clients - Propositions de préconisations relatives aux prospects à cibler 	<p>C9. Formaliser un portefeuille clients ou prospects, en créant une base de données et en l'affinant, afin d'assurer la cohérence de la mise en œuvre des actions commerciales et contribuer à la croissance du chiffre d'affaires ;</p>	<p>Etude de cas individuelle (C9) : le candidat crée une base de données à l'aide d'outils type excel pour répondre aux attentes des clients, les fidéliser et assurer la prospection sur son marché.</p>	<p>Le candidat est évalué sur la pertinence de son outil créé, son adéquation avec le marché et la cible de l'entreprise, sa prise en considération des prospects.</p>
<p>A10. Gestion de la relation client</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mise en place d'un suivi client - Paramétrage de l'outil de gestion de la relation client - Développement et/ou mise en place du suivi client via les outils digitaux - Segmentation des clients - Fidélisation des clients 	<p>C. 10 Assurer un suivi des actions commerciales en utilisant les outils de gestion et fidélisation de la relation client : User Experience, User Interface & Customer Satisfaction.</p>	<p>Etude de cas individuelle (C10) : le candidat analyse une base de données clients de type CRM et propose les actions de fidélisation de la relation client.</p>	<p>L'analyse de la base de données clients de type CRM comprend :</p> <ul style="list-style-type: none"> - L'analyse de données et exploitation ; - L'utilisation conforme des outils de type CRM ; <p>La pertinence des actions commerciales et digitales de fidélisation proposées.</p>

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

Bloc 3 : Définir et piloter les éléments budgétaires de développement commercial

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>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<p>A11 Participation à la définition d'un budget</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mise en place d'un tableau budgétaire - Prise en compte des fournisseurs, devis, tarifs négociés et délais 	<p>C11. Participer à la définition d'un budget, en veillant à la cohérence avec les besoins de fonctionnement d'un service commercial et en construisant un tableau budgétaire par projet intégrant l'ensemble des dépenses directes et indirectes liées notamment au sourcing et la sélection des fournisseurs, les devis, les tarifs négociés, les délais de paiements ;</p>	<p>Etude de cas individuelle (C11) portant sur la réalisation, le suivi et l'analyse d'un budget des ventes.</p>	<p>La répartition du budget est établie et comprend :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Un recensement des coûts fixes du projet ; - Un recensement des charges variables / ponctuelles / exceptionnelles du projet ; - Un échelonnage temporel des coûts
<p>A12. Alimentation des tableaux de suivi des performances commerciales</p>	<p>C12. Alimenter les tableaux de suivi des performances commerciales afin de pouvoir suivre quotidiennement l'état et de le communiquer en interne ;</p>	<p>Etude de cas individuelle (C12, C13) : audit des performances commerciales réalisées, déceler les divergences entre prévisions budgétaires et réalisations afin de maîtriser les préconisations d'actions commerciales futures.</p>	<p>Le suivi budgétaire est réalisé et prend en compte les éléments suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le calcul du seuil de rentabilité par produit ou famille de produits ; - L'établissement d'un plan de trésorerie prévisionnel ; - Les rééquilibrages potentiels à réaliser
<p>A13. Analyse des performances commerciales et proposition d'actions correctives</p> <ul style="list-style-type: none"> - Interprétation des données issues des tableaux de suivi des performances 	<p>C13. Analyser les performances commerciales et proposer des actions correctives à mettre en place en interprétant les données issues des tableaux de suivi des performances commerciales pour soutenir les équipes commerciales et aider au développement de l'entreprise ;</p>		

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

<p>A14. Restitution d'un rapport d'activités commerciales :</p> <ul style="list-style-type: none">- Présentation des données- Information sur l'état des performances actuelles et futures des actions commerciales	<p>C14. Restituer un « reporting commercial » auprès de sa hiérarchie, en présentant les données et leur analyse, afin d'informer sur l'état des performances actuelles et futures des actions commerciales ;</p>	<p>Mise en situation (C14) : les résultats obtenus à la suite de l'analyse préalablement réalisée lors de l'étude de cas ainsi que les préconisations feront l'objet d'une présentation orale synthétique de type « reporting »</p>	<p>Les rapports budgétaires prennent en compte les demandes de la direction. Les représentations graphiques présentées sont claires et lisibles, et permettent une lecture facilitée de la situation donnée. L'analyse prend en compte les spécificités du cas, les écarts avec les objectifs sont identifiés, des actions correctives réalistes et adaptées à ces écarts sont proposées.</p>
--	--	---	---

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

Bloc 4 : Animer et développer l'activité de l'équipe 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'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<p>A15 Organisation de l'activité des membres de l'unité commerciale :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Répartition des tâches - Organisation de réunions régulières - Mise en place de retroplannings/plannings opérationnels, roadbook - Mise en évidence des complémentarités des talents - Mise en corrélation des différents départements de l'entreprise notamment pour le suivi des actions digitales 	<p>C15. Organiser les tâches, activités et calendriers d'exécution des membres de l'unité commerciale en prenant en compte l'adaptation de la mission aux éventuelles situations de handicap, en fonction de leurs compétences, et profils, en mettant en place des outils de suivi temporel afin d'atteindre les objectifs fixés et en sollicitant les différents services de l'entreprise pour une réussite commune ;</p>	<p>Mise en situation d'intelligence collective (C15) afin de déterminer les potentiels de chaque membre de l'équipe constituée en termes de talent et leadership naturel : le candidat participe à l'identification collective des talents de chacun pour constituer des équipes performantes</p>	<p>Le candidat est évalué sur :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le choix et l'utilisation des outils de soft skills - La constitution d'une équipe projet performante et la répartition adéquate des tâches - L'utilisation des outils projets de type Trello ou Miro et la réalisation d'un rétroplanning - L'identification des besoins support au sein des différents services de l'entreprise
<p>A16 Identification de l'atteinte des objectifs de l'équipe commerciale :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identification des écarts avec les objectifs prévus - Mise en œuvre d'ajustements opérationnels selon la cible 	<p>C16. Identifier l'atteinte des objectifs de l'équipe commerciale, en identifiant les écarts avec les objectifs prévus et en mettant en œuvre des mesures d'ajustement nécessaires, en adaptant les procédures, en les simplifiant pour assurer une restitution objective à la direction ou au service concerné et garantir l'atteinte des objectifs fixés ;</p>	<p>Etude de cas collective (C16, C17) : dans le cadre de la gestion d'un point de vente, l'apprenant réalisera l'audit des résultats commerciaux de ce point de vente sur une période d'activité déterminée, réalisera des propositions concrètes à court terme d'atteinte des objectifs fixés et rédigera les notes de communication interne adaptées</p>	<p>Le candidat analyse correctement les indicateurs de performance à sa disposition ainsi que les bases de données clients. Les écarts avec les objectifs annoncés sont identifiés et des propositions concrètes sont établies au regard des objectifs fixés et à l'aide d'indicateurs de suivi (Rétroplanning de l'état d'avancement, planning du</p>
<p>A17 Conception d'un circuit d'information et de communication interne</p> <ul style="list-style-type: none"> - Rédaction de rapports, notes, directive 	<p>C17. Concevoir un circuit d'information et de communication interne en rédigeant des rapports, des notes et des directives et en déterminant les</p>		

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

<ul style="list-style-type: none"> - Information des différentes parties prenantes des avancées du projet <p>A18 Animation de l'équipe commerciale</p> <ul style="list-style-type: none"> - Adoption d'une posture et d'une communication managériale adaptées - Contribution à la Qualité de Vie au Travail - Identification des situations de handicap et propositions d'adaptation - Planification de temps privilégiés pour fédérer l'équipe commerciale <p>A19 Gestion des objections et conflits</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identification des causes - Intervention en adoptant des techniques de communication non violentes 	<p>informations-clefs à transmettre afin de tenir informés les différents services/parties prenantes ;</p> <p>C18. Fédérer l'équipe commerciale en adoptant une posture et une communication managériale adaptées, en intégrant la gestion du handicap dans ses recherches de talents et en organisant des temps privilégiés (séminaires, formations, évènements partagés...) afin de créer une ambiance de travail collectif efficace ;</p> <p>C19. Gérer les conflits en adoptant des techniques de communication non violentes afin de contribuer à la Qualité de Vie au Travail des collaborateurs.</p>	<p>Etude de cas collective (C18, C19) « conduite du changement et management organisationnel » : le candidat analyse les enjeux du changement pour une entreprise et les acteurs à mobiliser. Il est apte à anticiper les réfractaires au changement au sein de l'équipe commerciale et à proposer les outils de communication favorisant la gestion de conflits.</p>	<p>jalonnement des coûts, des besoins techniques...). Le candidat rédigera les notes de communication internes appropriées et à destination prioritaire de l'équipe commerciale afin de les soumettre à sa hiérarchie.</p> <p>Le candidat identifie et prend en compte les spécificités du cas proposé, les enjeux liés au « changement opérationnel » déterminé par la Direction. Il met en évidence les risques liés et les justifie. Des préconisations de posture et de communication managériale sont proposées, elles sont adaptées aux caractéristiques de l'équipe commerciale. La problématique de la gestion du handicap est prise en compte dans les recherches de talents.</p>
---	---	---	--

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

Bloc 5 – Professionnalisation 1 : Concevoir et mettre en œuvre des actions de commercialisation des vins et spiritueux

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visé</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>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<p>AP1-1 Elaboration d'une stratégie de développement des ventes de vins et spiritueux</p> <ul style="list-style-type: none"> - Définition de la segmentation, du ciblage et du positionnement de l'entreprise - Analyse concurrentielle - Veille réglementaire - Propositions liées à la mise en place et au développement des ventes en ligne (Word Press, UX Design) <p>AP1-2 Présentation de son offre de vins et spiritueux</p> <ul style="list-style-type: none"> - Description du vin - Présentation de ses qualités et caractéristiques <p>AP1-3 Proposition d'un nouveau produit ou d'une nouvelle offre de vins et spiritueux</p> <ul style="list-style-type: none"> - Prospection auprès des fournisseurs - Identification du produit - Evaluation des coûts 	<p>CP1-1. Elaborer une stratégie de développement des ventes de vins et spiritueux, en définissant la segmentation et le ciblage du marché et le positionnement de l'offre, en prenant en compte la forte concurrence et la réglementation spécifique au secteur, pour atteindre de nouveaux consommateurs et développer les ventes en ligne ;</p> <p>CP1-2. Présenter son offre de vins et spiritueux, en décrivant les produits, les facteurs influençant leurs caractéristiques, en s'appuyant sur les caractéristiques des cépages, les effets du climat, les méthodes de production et de vieillissement, afin de promouvoir des vins et spiritueux ;</p> <p>CP1-3. Proposer un nouveau produit ou une nouvelle offre de vins et spiritueux dans le respect de la stratégie de l'entreprise, en prospectant auprès des fournisseurs en vins et spiritueux, et en évaluant les coûts, afin de développer son offre et de satisfaire la clientèle ciblée ;</p>	<p>Mémoire de pratique professionnelle CP1-1 à CP1-5 (Evaluation individuelle) : Rendu écrit et restitution orale argumentée devant un jury comprenant à minima un professionnel apte à échanger et conseiller le candidat pour la mise en œuvre de son projet professionnel. Le mémoire de pratique professionnelle vise à développer des compétences d'analyse et de réflexion liées au projet professionnel du candidat. Il constitue l'opportunité pour le candidat de prouver sa rigueur dans l'analyse de son parcours professionnel, ses aptitudes à valoriser ses compétences, ses connaissances du marché et/ou secteur auquel il se destine en tant que responsable d'activités commerciales et sa force de conviction.</p>	<p>Le candidat présente une entreprise du marché et/ou secteur d'activité auquel il se destine, il analyse son modèle économique et propose un diagnostic stratégique :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Objectifs de développement, éléments clefs de l'environnement, cadre juridique, ressources physiques, intangibles et humaines détenues par l'entreprise, éléments clefs de l'organisation interne et partenariats... - Etude des concurrents en précisant : les principaux concurrents et leurs objectifs, les facteurs clefs de succès retenus par les concurrents, les facteurs de différenciation retenus par les concurrents, les compétences clés détenues par les concurrents. - Analyse du business model de l'entreprise : les ressources clefs détenues par l'entreprise, le cœur de métier de l'entreprise, la force de la liaison entre les ressources détenues par l'entreprise et son cœur de métier, le potentiel de développement : nouveaux

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

<p>AP1-4 Commercialisation des vins et spiritueux sur le marché français</p> <ul style="list-style-type: none"> - Prospection de la grande distribution - Implantation dans les circuits traditionnels - Présentation de l'offre lors d'événements de proximité - Présentation de l'offre en ligne et identification des besoins techniques associés <p>AP1-5 Commercialisation des vins et spiritueux à l'exportation</p> <ul style="list-style-type: none"> - Négociation de contrats internationaux - Mise en conformité à la réglementation douanière et fiscale - Identification de la solution de transport adaptée 	<p>CP1-4. Commercialiser des vins et spiritueux sur le marché français, en s'appuyant sur les réseaux de grande distribution, les circuits traditionnels et les circuits E-commerce, en présentant son produit, en négociant un prix réaliste, et en présentant son offre en vente en ligne ou directe lors d'événements de proximité, afin de développer ses ventes ;</p> <p>CP1-5. Commercialiser des vins et spiritueux à l'exportation, en négociant avec des acteurs internationaux, en prenant en compte la réglementation douanière et fiscale applicable, et en identifiant les solutions de transport les plus adaptées afin de développer ses ventes à l'international tout en préservant les vins.</p>		<p>produits, marchés, cibles, ventes en ligne et E-consumer...</p> <p>Le candidat présente ses missions professionnelles réalisées, réussites, recommandations, et ses apports en termes de savoir-faire et de savoir-être : il est évalué sur son sérieux, son esprit d'analyse et de synthèse, son tempérament commercial, son respect d'engagement et ses qualités d'expression orale (capacité à exposer clairement sa pensée en suscitant l'intérêt de son public. Il présente également son projet professionnel de responsable d'activités commerciales.</p> <p>Le candidat illustre le déploiement des compétences visées en référence à l'entreprise du marché et/ou secteur d'activité auquel il se destine, préalablement déterminée :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Il présente l'offre de l'entreprise, ses caractéristiques et spécificités ; - Il présente sa contribution à la proposition d'une nouvelle offre, il précise les étapes de cette nouvelle offre, en termes de prospection, d'identification des produits et d'évaluation des coûts ; - Il présente sa contribution aux activités de commercialisation sur le marché, il décrit les circuits utilisés, illustre sa capacité à présenter un produit et négocier un prix réaliste ; <p>Il présente sa contribution aux activités de commercialisation à l'exportation, il décrit les étapes de négociation de</p>
--	---	--	---

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

			contrats internationaux et l'identification de solutions adaptées de paiement et transport.
--	--	--	---

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

Bloc 5 - Professionnalisation 2 : Concevoir et mettre en œuvre des actions de développement international

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visé</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
<p>AP2-1. Elaboration d'une stratégie de développement des ventes à l'international</p> <ul style="list-style-type: none"> - Définition de la segmentation, du ciblage et du positionnement de l'entreprise - Analyse concurrentielle - Veille réglementaire - Propositions liées à la mise en place et au développement des ventes en ligne (Word Press, UX Design) <p>AP2-2 Proposition d'une nouvelle offre destinée à l'international</p> <ul style="list-style-type: none"> - Présentation des qualités et caractéristiques de son offre - Priorisation des marchés - Analyse des freins - Identification des spécificités interculturelles <p>AP2 -3 Etablissement de contrats commerciaux internationaux</p>	<p>CP2-1. Elaborer une stratégie de développement des activités commerciales à l'international, en identifiant les dynamiques de marchés à l'international, en prenant en compte les modes de diffusion dans ces marchés incluant les ventes en ligne, les freins potentiels et aspects interculturels, en vue d'investir un nouveau marché ;</p> <p>CP2-2 Proposer un nouveau produit ou une nouvelle offre dans un contexte international, en analysant les avantages et gérant les risques du lancement sur un nouveau marché, et en évaluant les coûts budgétaires, afin de conserver ou de conquérir de nouvelles parts de marché ;</p> <p>CP2-3 Etablir des contrats commerciaux internationaux, en définissant les obligations et garanties des parties au contrat, en définissant les délais de paiement et</p>	<p>Mémoire de pratique professionnelle CP2-1 à CP2-4 (Evaluation individuelle) :</p> <p>Rendu écrit et restitution orale argumentée devant un jury comprenant à minima un professionnel apte à échanger et conseiller le candidat pour la mise en œuvre de son projet professionnel.</p> <p>Le mémoire de pratique professionnelle vise à développer des compétences d'analyse et de réflexion liées au projet professionnel du candidat. Il constitue l'opportunité pour le candidat de prouver sa rigueur dans l'analyse de son parcours professionnel, ses aptitudes à valoriser ses compétences, ses connaissances du marché et/ou secteur auquel il se destine en tant que responsable d'activités</p>	<p>Le candidat présente une entreprise du marché et/ou secteur d'activité auquel il se destine, il analyse son modèle économique et propose un diagnostic stratégique :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Objectifs de développement, éléments clefs de l'environnement, cadre juridique, ressources physiques, intangibles et humaines détenues par l'entreprise, éléments clefs de l'organisation interne et partenariats... - Etude des concurrents en précisant : les principaux concurrents et leurs objectifs, les facteurs clefs de succès retenus par les concurrents, les facteurs de différenciation retenus par les concurrents, les compétences clés détenues par les concurrents. - Analyse du business model de l'entreprise : les ressources clefs détenues par l'entreprise, le cœur de métier de l'entreprise, la force de la liaison entre les ressources détenues par l'entreprise et son cœur de métier, le potentiel de développement : nouveaux

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

<ul style="list-style-type: none"> - Définition des obligations et garanties des parties au contrat - Définition des délais de paiement et modalités de recours <p>AP2-4 Réalisation d'opérations de commercialisation à l'international</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mise en place des modalités de transport des marchandises - Mise en place des modalités de paiements des marchandises - Organisation de la livraison des marchandises 	<p>modalités de recours, afin d'encadrer le développement international de l'activité commerciale ;</p> <p>CP2-4 Réalisation des opérations de commercialisation à l'international, en prenant en compte les règles relatives au transport et à la livraison des marchandises, afin de mettre en œuvre les actions commerciales dans le respect des contrats établis.</p>	<p>commerciales et sa force de conviction.</p>	<p>produits, marchés, cibles ventes en ligne et E-consumer ...</p> <p>Le candidat présente ses missions professionnelles réalisées, réussites, recommandations, et ses apports en termes de savoir-faire et de savoir-être : il est évalué sur son sérieux, son esprit d'analyse et de synthèse, son tempérament commercial, son respect d'engagement et ses qualités d'expression orale (capacité à exposer clairement sa pensée en suscitant l'intérêt de son public. Il présente également son projet professionnel de responsable d'activités commerciales.</p> <p>Le candidat illustre le déploiement des compétences visées en référence à l'entreprise du marché et/ou secteur d'activité auquel il se destine, préalablement déterminée :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Il présente l'offre de l'entreprise, ses caractéristiques et spécificités ; - Il présente sa contribution à la proposition d'une nouvelle offre, il précise les étapes de cette nouvelle offre, en termes de prospection, d'identification des produits et d'évaluation des coûts ; - Il présente sa contribution aux activités de commercialisation sur le marché, il décrit les circuits utilisés, illustre sa capacité à présenter un produit et négocier un prix réaliste ; <p>Il présente sa contribution aux activités de commercialisation à l'exportation, il décrit les étapes de négociation de</p>
--	--	--	---

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

			contrats internationaux et l'identification de solutions adaptées de paiement et transport.
--	--	--	---

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

Bloc 5 – professionnalisation 3 : Concevoir et mettre en œuvre des actions commerciales dans le secteur du Luxe

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visé</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
<p>AP3-1. Elaboration d'une stratégie de développement des ventes Luxe</p> <ul style="list-style-type: none"> - Segmentation, ciblage et position de l'offre commerciale Luxe - Choix du mode de distribution - Réflexion sur l'opportunité de la transformation digitale pour l'entreprise <p>AP3-2. Organisation de la distribution et des points de vente</p> <ul style="list-style-type: none"> - Adaptation du point de vente aux collections - Analyse des ratios - Renouvellement des implantations <p>AP3-3. Adaptation des pratiques de vente aux besoins des consommateurs</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mise en place de pratiques adaptées aux profils des consommateurs 	<p>CP3-1 Elaborer une stratégie de développement des ventes dans le domaine du Luxe, en définissant la segmentation, le ciblage et le positionnement de l'offre, et en identifiant le mode de distribution adapté et des actions permettant la digitalisation du processus de vente, pour développer ses ventes tout en conservant son image de marque ;</p> <p>CP3-2 Organiser la distribution et les points de vente dans le cadre de lancement d'un produit ou d'une nouvelle collection, en appliquant les techniques de merchandising, en analysant les ratios et renouvelant régulièrement les implantations en fonction de l'actualité ou des événements à venir, afin d'adapter l'offre à la demande ;</p> <p>CP3-3. Adapter les pratiques de vente aux besoins des consommateurs, en prenant en compte la digitalisation des pratiques et les profils des consommateurs, afin que les vendeurs adoptent une communication et un comportement adapté ;</p>	<p>Mémoire de pratique professionnelle CP3-1 à CP3-4 (Evaluation individuelle) :</p> <p>Rendu écrit et restitution orale argumentée devant un jury comprenant à minima un professionnel apte à échanger et conseiller le candidat pour la mise en œuvre de son projet professionnel.</p> <p>Le mémoire de pratique professionnelle vise à développer des compétences d'analyse et de réflexion liées au projet professionnel du candidat. Il constitue l'opportunité pour le candidat de prouver sa rigueur dans l'analyse de son parcours professionnel, ses aptitudes à valoriser ses compétences, ses connaissances du marché et/ou secteur auquel il se destine en tant que responsable d'activités</p>	<p>Le candidat présente une entreprise du marché et/ou secteur d'activité auquel il se destine, il analyse son modèle économique et propose un diagnostic stratégique :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Objectifs de développement, éléments clefs de l'environnement, cadre juridique, ressources physiques, intangibles et humaines détenues par l'entreprise, éléments clefs de l'organisation interne et partenariats... - Etude des concurrents en précisant : les principaux concurrents et leurs objectifs, les facteurs clefs de succès retenus par les concurrents, les facteurs de différenciation retenus par les concurrents, les compétences clés détenues par les concurrents. - Analyse du business model de l'entreprise : les ressources clefs détenues par l'entreprise, le cœur de métier de l'entreprise, la force de la liaison entre les ressources détenues par l'entreprise et son cœur de métier, le potentiel de développement : nouveaux

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

<ul style="list-style-type: none"> - Mise en place de processus adaptés à la digitalisation et à l'évolution du comportement des consommateurs <p>AP3-4. Pilotage d'un événement de lancement</p> <ul style="list-style-type: none"> - Proposition d'un plan d'actions logistique - Proposition d'une scénographie - Planification des actions - Détermination des actions Community Management, Réseaux sociaux et marketing d'influence - Budgétisation de l'événement 	<p>CP3-4. Piloter un événement de lancement, en proposant une logistique et une scénographie adaptée à la stratégie de l'entreprise, en planifiant les actions terrain et les actions en ligne (community management, réseaux sociaux, marketing d'influence...) et en budgétisant les événements, afin d'assurer le succès commercial d'un nouveau produit ou d'une nouvelle collection.</p>	<p>commerciales et sa force de conviction.</p>	<p>produits, marchés, cibles ventes en ligne et E-consumer ...</p> <p>Le candidat présente ses missions professionnelles réalisées, réussites, recommandations, et ses apports en termes de savoir-faire et de savoir-être : il est évalué sur son sérieux, son esprit d'analyse et de synthèse, son tempérament commercial, son respect d'engagement et ses qualités d'expression orale (capacité à exposer clairement sa pensée en suscitant l'intérêt de son public. Il présente également son projet professionnel de responsable d'activités commerciales.</p> <p>Le candidat illustre le déploiement des compétences visées en référence à l'entreprise du marché et/ou secteur d'activité auquel il se destine, préalablement déterminée :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Il présente l'offre de l'entreprise, ses caractéristiques et spécificités ; - Il présente sa contribution à la proposition d'une nouvelle offre, il précise les étapes de cette nouvelle offre, en termes de prospection, d'identification des produits et d'évaluation des coûts ; - Il présente sa contribution aux activités de commercialisation sur le marché, il décrit les circuits utilisés, illustre sa capacité à présenter un produit et négocier un prix réaliste ; <p>Il présente sa contribution aux activités de commercialisation à l'exportation, il décrit les étapes de négociation de</p>
--	--	--	---

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

			contrats internationaux et l'identification de solutions adaptées de paiement et transport.
--	--	--	---

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

Bloc 5 – Professionnalisation 4 : Concevoir et mettre en œuvre des actions commerciales dans le secteur du Sport

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visé</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
<p>AP4 -1. Elaboration d'une stratégie de développement des activités commerciales d'une structure du domaine du sport</p> <ul style="list-style-type: none"> - Définition de la segmentation, du ciblage et du positionnement de l'entreprise - Analyse concurrentielle - Veille réglementaire - Propositions liées au développement des ventes en ligne (Word Press, UX Design) <p>AP4-2. Proposition d'un nouveau produit ou d'une nouvelle offre dans le sport</p> <ul style="list-style-type: none"> - Détermination du marché ciblé - Conception d'outils de promotion - Choix des canaux de distribution - Elaboration de supports et besoins d'aide à la vente - Détermination des actions Community Management, Réseaux sociaux et marketing d'influence <p>AP4 -3. Développement de partenariats de sponsoring sportif et de mécénat</p>	<p>CP4-1. Elaborer une stratégie de développement des activités commerciales dans le domaine du sport, en définissant la segmentation et le ciblage du marché et le positionnement de l'offre, en prenant en compte le statut juridique et les enjeux de la structure, pour atteindre de nouveaux consommateurs et assurer le développement des ventes en ligne ;</p> <p>CP4 -2. Proposer un nouveau produit ou une nouvelle offre, en déterminant les marchés à investir, en concevant des outils de promotion, en identifiant les canaux de distribution adaptés, et en élaborant des supports d'aide à la vente et de fidélisation, pour atteindre de nouveaux consommateurs et assurer le développement des ventes en E-commerce ;</p> <p>CP4 -3. Développer des partenariats de sponsoring sportif et de mécénat, en déterminant un package de sponsoring et en évaluant son prix de vente, en élaborant et présentant un pitch sponsoring, en négociant et en établissant un contrat de sponsoring,</p>	<p>Mémoire de pratique professionnelle CP4-1 à CP4-4 (Evaluation individuelle) :</p> <p>Rendu écrit et restitution orale argumentée devant un jury comprenant à minima un professionnel apte à échanger et conseiller le candidat pour la mise en œuvre de son projet professionnel.</p> <p>Le mémoire de pratique professionnelle vise à développer des compétences d'analyse et de réflexion liées au projet professionnel du candidat. Il constitue l'opportunité pour le candidat de prouver sa rigueur dans l'analyse de son parcours professionnel, ses aptitudes à valoriser ses compétences, ses connaissances du marché et/ou secteur auquel il se destine en tant que responsable d'activités</p>	<p>Le candidat présente une entreprise du marché et/ou secteur d'activité auquel il se destine, il analyse son modèle économique et propose un diagnostic stratégique :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Objectifs de développement, éléments clés de l'environnement, cadre juridique, ressources physiques, intangibles et humaines détenues par l'entreprise, éléments clés de l'organisation interne et partenariats... - Etude des concurrents en précisant : les principaux concurrents et leurs objectifs, les facteurs clés de succès retenus par les concurrents, les facteurs de différenciation retenus par les concurrents, les compétences clés détenues par les concurrents. - Analyse du business model de l'entreprise : les ressources clés détenues par l'entreprise, le cœur de métier de l'entreprise, la force de la liaison entre les ressources détenues par l'entreprise et son cœur de métier, le potentiel de développement : nouveaux

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

<ul style="list-style-type: none"> - Elaboration d'un package de sponsoring - Evaluation du prix de vente - Présentation d'un pitch sponsoring - Négociation et établissement d'un contrat <p>AP4-4. Mise en œuvre d'actions commerciales dans le cadre de l'organisation d'événements sportifs</p> <ul style="list-style-type: none"> - Planification des remplissages - Détermination des tarifs billetterie - Conception d'actions de communication sur tout outil auprès du public et des médias 	<p>afin de générer des retombées financières et médiatiques ;</p> <p>CP4-4. Mettre en œuvre des actions commerciales dans le cadre de l'organisation d'événements sportifs, en planifiant les remplissages et en déterminant les tarifs de billetterie, en concevant des actions de communication et d'image de marque et en assurant les relations avec les médias, afin de favoriser le développement des ventes de billets.</p>	<p>commerciales et sa force de conviction.</p>	<p>produits, marchés, cibles ventes en ligne et E-consumer ...</p> <p>Le candidat présente ses missions professionnelles réalisées, réussites, recommandations, et ses apports en termes de savoir-faire et de savoir-être : il est évalué sur son sérieux, son esprit d'analyse et de synthèse, son tempérament commercial, son respect d'engagement et ses qualités d'expression orale (capacité à exposer clairement sa pensée en suscitant l'intérêt de son public. Il présente également son projet professionnel de responsable d'activités commerciales.</p> <p>Le candidat illustre le déploiement des compétences visées en référence à l'entreprise du marché et/ou secteur d'activité auquel il se destine, préalablement déterminée :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Il présente l'offre de l'entreprise, ses caractéristiques et spécificités ; - Il présente sa contribution à la proposition d'une nouvelle offre, il précise les étapes de cette nouvelle offre, en termes de prospection, d'identification des produits et d'évaluation des coûts ; - Il présente sa contribution aux activités de commercialisation sur le marché, il décrit les circuits utilisés, illustre sa capacité à présenter un produit et négocier un prix réaliste ; <p>Il présente sa contribution aux activités de commercialisation à l'exportation, il décrit les étapes de négociation de</p>
---	---	--	---

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

			contrats internationaux et l'identification de solutions adaptées de paiement et transport.
--	--	--	---

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

Bloc 5 – Professionnalisation 5 : Concevoir et mettre en œuvre des actions commerciales pour le E-commerce & les Start Up

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visé</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
<p>AP5-1. Contribution au développement d'une start-up dans le e-commerce</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identification des besoins digitaux et fournisseurs adaptés (IOT, Digital on Machine et Human Machine Interface) - Identification des développements outils - Identification des possibilités de financements (interne/externe, acteurs publics et privés, marchés financiers...) - Communication avec les partenaires (financements, levée de fonds, recherche de talents) <p>AP5-2. Elaboration d'une stratégie de développement des ventes e-commerce</p> <ul style="list-style-type: none"> - Définition de la segmentation, le ciblage et le positionnement de l'offre - Identification des actions digitales à court et moyen terme - Alimentation du business model 	<p>CP5-1. Contribuer au développement d'une start up dans le e-commerce, en identifiant les outils digitaux adéquats, les fournisseurs pertinents, les développements outils nécessaires, les possibilités de financement, et en entreprenant des communications avec les partenaires potentiels relatifs aux financements et à la recherche des talents afin de pérenniser un projet innovant ;</p> <p>CP5-2. Elaborer une stratégie de développement des ventes e-commerce, en définissant la segmentation, le ciblage du marché et le positionnement de l'offre, en identifiant les actions digitales nécessaires, en alimentant le business model, pour atteindre de nouveaux consommateurs ;</p>	<p>Mémoire de pratique professionnelle CP5-1 à CP5-4 (Evaluation individuelle) :</p> <p>Rendu écrit et restitution orale argumentée devant un jury comprenant à minima un professionnel apte à échanger et conseiller le candidat pour la mise en œuvre de son projet professionnel.</p> <p>Le mémoire de pratique professionnelle vise à développer des compétences d'analyse et de réflexion liées au projet professionnel du candidat. Il constitue l'opportunité pour le candidat de prouver sa rigueur dans l'analyse de son parcours professionnel, ses aptitudes à valoriser ses compétences, ses connaissances du marché et/ou secteur auquel il se destine en tant que responsable d'activités</p>	<p>Le candidat présente une entreprise du marché et/ou secteur d'activité auquel il se destine, il analyse son modèle économique et propose un diagnostic stratégique :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Objectifs de développement, éléments clés de l'environnement, cadre juridique, ressources physiques, intangibles et humaines détenues par l'entreprise, éléments clés de l'organisation interne et partenariats... - Etude des concurrents en précisant : les principaux concurrents et leurs objectifs, les facteurs clés de succès retenus par les concurrents, les facteurs de différenciation retenus par les concurrents, les compétences clés détenues par les concurrents. - Analyse du business model de l'entreprise : les ressources clés détenues par l'entreprise, le cœur de métier de l'entreprise, la force de la liaison entre les ressources détenues par l'entreprise et son cœur de métier, le potentiel de développement : nouveaux

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

<p>AP5-3. Contribution à la conception et au développement des interfaces utilisateurs</p> <ul style="list-style-type: none"> - Conception du design de l'expérience utilisateur - Rédaction d'un cahier des charges précis détaillant le parcours utilisateur et les fonctionnalités selon les supports - Arbitrage sur les principaux choix d'architecture technique - Gestion de projet et mise en place avec les interlocuteurs techniques (internes et/ou externes) 	<p>CP5-3. Identifier les scénarios de l'expérience utilisateur souhaitée selon les supports, en réalisant des tests auprès de la clientèle cible, et en contribuant à la rédaction d'un cahier des charges détaillant les parcours clients et les fonctionnalités à mettre en œuvre afin d'être le plus cohérent avec le positionnement défini et l'expérience utilisateur souhaitée ;</p>	<p>commerciales et sa force de conviction.</p>	<p>produits, marchés, cibles ventes en ligne et E-consumer...</p> <p>Le candidat présente ses missions professionnelles réalisées, réussites, recommandations, et ses apports en termes de savoir-faire et de savoir-être : il est évalué sur son sérieux, son esprit d'analyse et de synthèse, son tempérament commercial, son respect d'engagement et ses qualités d'expression orale (capacité à exposer clairement sa pensée en suscitant l'intérêt de son public. Il présente également son projet professionnel de responsable d'activités commerciales.</p>
<p>AP5-4. Développement du trafic sur le site web de vente e-commerce</p> <ul style="list-style-type: none"> - Publication de contenus - Création d'interactions avec les clients - Mise en place d'actions de prospection et de fidélisation digitales (SEO-SEA) 	<p>CP5-4. Générer du trafic afin d'assurer la promotion de ses produits, en publiant des contenus, en assurant la création d'interactions avec les clients et en mettant en place des actions digitales de prospection et de fidélisation.</p>		<p>Le candidat illustre le déploiement des compétences visées en référence à l'entreprise du marché et/ou secteur d'activité auquel il se destine, préalablement déterminée :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Il présente l'offre de l'entreprise, ses caractéristiques et spécificités ; - Il présente sa contribution à la proposition d'une nouvelle offre, il précise les étapes de cette nouvelle offre, en termes de prospection, d'identification des produits et d'évaluation des coûts ; - Il présente sa contribution aux activités de commercialisation sur le marché, il décrit les circuits utilisés, illustre sa capacité à présenter un produit et négocier un prix réaliste ; <p>Il présente sa contribution aux activités de commercialisation à l'exportation, il décrit les étapes de négociation de</p>

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

			contrats internationaux et l'identification de solutions adaptées de paiement et transport.
--	--	--	---

Le cas échéant, description de tout autre document constitutif de la certification professionnelle

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

