

## ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

### 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 1 Bloc de compétences 1 : COMMERCIALISER DES PRODUITS ET DES SERVICES

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
<b>A1.1 Gestion de l'activité</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Prospection commerciale</li> <li>- Organisation de l'activité</li> <li>- Veille informationnelle</li> <li>- Positionnement de l'offre</li> </ul>	Gérer son activité en actualisant les informations sur son entreprise, ses produits et la législation consommateur puis en positionnant son offre au regard de son portefeuille clients et prospects afin de savoir valoriser son offre dans un contexte concurrentiel	1. <u>Mise en situation professionnelle - cas réel</u>  <u>Thème</u> : analyse du positionnement de l'entreprise et des méthodes de prospection et de vente et de suivi appropriées aux cibles visées,  <u>Descriptif</u> à partir des documents de l'entreprise et de la veille concurrentielle menée, le candidat situe son offre sur le marché, constitue des argumentaires différenciés et s'adapte aux prospects et clients, il montre aussi comment il assure le suivi de sa prospection et de ses	Les sources documentaires et numériques de l'entreprise sont synthétisées et utilisées à bon escient les avantages différentiels sont listés au regard des concurrents préalablement identifiés La législation en vigueur est respectée : RGPD, droit de la consommation...
	Prospecter son secteur commercial en planifiant son activité de prospection puis en élaborant son fichier clients et prospects et en alimentant ses outils numériques de gestions clients et prospects afin de développer sa clientèle et de pérenniser son activité		La cible est identifiée les moyens mis en oeuvre sont présentés et analysés un tableau de suivi est mis à jour
<b>A1.2 Développement de l'activité commerciale</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Fidélisation de la clientèle</li> <li>- Identification de la cible</li> <li>- Rédaction d'argumentaires de vente</li> <li>- Réalisation de prise de commande</li> <li>- Actualisation des données clients</li> </ul>	Piloter des actions de vente en les préparant et en les adaptant à sa cible, en s'adaptant à la personnalité et au handicap potentiel de son interlocuteur, puis en argumentant, en réalisant la prise de commande avec les outils numériques ou physiques et en assurant le respect de ses engagements afin d'atteindre ses objectifs de chiffre d'affaires		Les outils d'aides à la vente sont présentés : gamme, argumentaires, conditions commerciales... les spécificités de la cible sont prises en compte

## ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

<p>- Développement de la base de données clients</p>		<p>ventes à partir des outils à sa disposition ou qu'il crée</p> <p>2) QCM</p> <p>3) Echange avec un jury ponctuel sur sa connaissance du marché, de la législation, et sur ses méthodes de prospection, de vente et de suivi</p>	<p>des tableaux de suivis des ventes sont analysés en fonction des objectifs : points forts et points d'efforts (capacité à écouter, argumenter, conclure...)</p>
	<p>Développer son activité en actualisant les données de ses clients, en développant sa base clients et en présentant son activité et ses produits afin de pérenniser son activité et d'élargir son portefeuilles clients</p>		<p>une démarche de fidélisation et ses outils (trame de relance, tableaux de suivis) sont présentés Les résultats sont analysés (panier moyen, ratios RFM ..)</p>

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

## ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

### BLOC 2 Constituer son 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
<b>A2.1 Réalisation d'actions de recrutement et de communication sur son activité</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Communication sur le recrutement via son réseau ou les canaux adéquats</li> <li>- Préparation et réalisation des entretiens de recrutement</li> <li>- Présentation du métier et de l'entreprise Sélection des candidats</li> <li>- Accueil et intégration des nouveaux candidats au sein de son équipe</li> </ul>	Réaliser le recrutement de son équipe en communiquant au sein de son réseau ou sur d'autres canaux et en utilisant les outils digitaux adéquats afin de développer son équipe	4) Mise en situation professionnelle - cas réel  <u>Thèmes</u> : recrutement de son équipe commerciale, animation de formation  <u>Descriptif</u> à partir d'un cas concret le candidat doit réaliser des entretiens de recrutement et animer une formation sur un sujet donné  5) QCM 6) Soutenance devant un jury d'un dossier réalisé sur une problématique concrète de recrutement. Ce dossier sera soutenu à l'oral	les profils des candidats sont identifiés à l'aide d'une grille de critères établie au préalable les sources éventuelles de recrutement sont identifiées et analysées la communication est adaptée à la source le canal choisi correspond à la cible
	Mener des entretiens de recrutement auprès de futurs conseillers en Vente Directe en préparant la salle qui doit être accessible à tous, en leur présentant le métier et l'entreprise, puis en sélectionnant les candidats les plus adaptés à la profession afin d'identifier les profils correspondants au besoin		la salle est aménagée en tenant compte de l'accessibilité les arguments de présentation du métier sont détaillés (secteur, mission, rôle, statut, contrat, rémunération, évolution de carrière)
<b>A2.2 Préparation et animation d'une action de formation</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Accompagnement en réunion client</li> <li>- Retours sur le rendez-vous client avec son/sa conseiller/ère</li> <li>- Accompagnement du conseiller dans les axes d'amélioration en utilisant les outils et techniques dédiés</li> </ul>	Accompagner la montée en compétences des conseillers/conseillères en Vente Directe de son équipe lors de rendez-vous avec la clientèle et dans leurs axes d'amélioration afin de favoriser leur intégration et leur autonomie		les critères d'évaluation d'une candidature sont proposés et adaptés aux attentes de l'entreprise
			les contenus de formation sont cohérent par rapport aux objectifs les objectifs d'un entretien sont décrits les compétences à observer sont définies une analyse exhaustive est conduite

## ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

<ul style="list-style-type: none"><li>- Identification des besoins de formation</li><li>- Préparation de formations (en présentiel ou à distance)</li><li>- Animation de formations pour ses équipes de conseillers (mise en situation professionnelle)</li></ul>	Préparer et animer des actions de formation collectives avec ses équipes en préparant des supports accessibles à tous, les faisant interagir afin de développer leurs compétences professionnelles		l'action de formation répond au besoin identifié  la méthode utilisée est en adéquation avec l'objectif et le groupe  les techniques d'animation adaptées sont mises en oeuvre et favorisent l'interaction au sein du groupe  les outils d'accessibilité ont été pris en compte
---	--	--	---

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

## ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

### BLOC 3 Piloter son 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
<b>3.1 Animation d'une équipe commerciale</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Définition des priorités</li> <li>- Planification des activités de son équipe selon les priorités</li> <li>- Gestion des conflits au sein de son équipe</li> <li>- Suivi individuel de chacun de ses conseillers dans ses activités</li> <li>- Mise en place de challenges entre les membres de son équipe</li> <li>- Organisation de la réunion avec les thèmes à aborder</li> <li>- Définition et mise en place des plans d'action</li> </ul>	<p>Développer la motivation de son équipe en utilisant des techniques d'organisation, d'animation, une communication adaptée visant le développement des performances commerciales afin de fédérer son équipe et de développer ses performances commerciales</p>	<p>7) Mise en situation professionnelle - cas réel</p> <p><u>Thème</u> : animation de l'équipe commerciale,</p> <p><u>Descriptif</u> à partir d'un cas concret le candidat doit créer des outils d'organisation et de suivi, établir une planification, réaliser un ordre du jour tenant compte des objectifs à atteindre</p> <p>8) QCM</p> <p>9) Echange avec un jury ponctuel sur sa connaissance du marché, de la législation, et sur ses méthodes de prospection, de vente et de suivi</p>	<p>le type de management est adapté à la personnalité et la situation</p> <p>les sources de démotivation/innovation au sein de son équipe commerciale sont identifiées et anticipées et des actions sont mises en place.</p>
	<p>Planifier et accompagner les activités de son équipe et mettre en place des actions de suivi en utilisant des outils de pilotage adaptés afin de définir des pistes d'amélioration et optimiser la performance de son équipe</p>		<p>un rétro planning est élaboré fixant les réunions et points individuels</p>
	<p>Préparer ses réunions commerciales en élaborant un ordre du jour structuré et les conduire en utilisant des techniques d'animation variées et engageantes afin d'organiser et coordonner les actions de son équipe</p>		<p>un tableau de bord est construit afin de suivre de manière individuelle et collective les résultats</p>
	<p>Gérer les conflits en les anticipant, en utilisant les outils d'arbitrages et de régulations afin de recentrer les échanges sur les objectifs de la réunion et en favoriser l'atteinte</p>		<p>un ordre du jour est présenté les techniques d'animation sont en corrélation avec l'ordre du jour</p> <p>les sources de conflits sont identifiées des solutions de traitements sont proposées le comportement utilisé est adapté à la situation</p>

## ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

<b>3.2 Analyse des tableaux de bord de son équipe</b>  - Analyse des données et des remontées terrain - Identification des actions correctives	Définir les indicateurs clés d'un tableau de bord en fonction des objectifs préalablement définis en cohérence avec la stratégie de l'entreprise afin de pouvoir élaborer la stratégie de développement		les indicateurs correspondent à la gestion de la performance de l'équipe ils sont précis et mesurables,
	Analyser les données des tableaux de bord de son équipe afin d'élaborer un plan d'actions et de mettre en oeuvre des mesures correctives et des pistes d'amélioration		une analyse des résultats est présentée de manière claire et ordonnée un plan d'actions adapté à cette analyse est proposé

---

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

## **ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE**