

## Vente et avantage commercial

CATEGORIE : C

### Vue d'ensemble

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

Transverse : ■ **Tout domaine d'activité ayant une activité commerciale**

Cette certification apporte les compétences pour vendre des produits ou des services en BtoB, avec une approche relationnelle et éthique pour faciliter la récurrence des ventes.

Cette certification apporte les compétences méthodologiques pour réussir ses entretiens de vente. Elle permet également de définir ou d'affiner sa stratégie de vente, d'optimiser son temps et ses ressources, de mettre en place un plan d'action commercial hebdomadaire pour atteindre ses objectifs.

Code(s) NAF : **62.02A**, **26.12Z**, **71.20B**, **61.10Z**,  
**55.10Z**, **32.99Z**, **20.14Z**

Code(s) NSF : **413**, **312m**, **312t**

Code(s) ROME : **D1407**, **D1402**, **D1406**

Formacode : **34554**

Date de création de la certification : **05/05/2004**

Mots clés : **DEVELOPPER UNE COMMUNICATION EFFICACE**,  
**Gestion de la relation client**, **Prospection**,  
**Techniques de vente**

### Identification

Identifiant : **2380**

Version du : **20/10/2017**

### Références

Consensus, reconnaissance ou recommandation :

Formalisé :

- [Entreprise libérée et fonction commerciale](#)
- [Manifeste pour le développement de la culture commercial en France](#)

Non formalisé :

- [Commercial: un métier très recherché](#)
- [Fonctions et compétences les plus recherchées chez les commerciaux](#)
- [Commercial BtoB, un métier de plus en plus complexe](#)

### Descriptif

#### Objectifs de l'habilitation/certification

Cette certification apporte les compétences pour gérer avec réussite une activité commerciale.

L'accélération du changement provoque une concurrence accrue entre les acteurs du marché, et nécessite d'affûter les compétences des commerciaux.

Cette certification apporte donc les compétences pour présenter de façon unique la valeur ajoutée de ses produits et/ou services à ses clients et ses prospects.

Elle apporte aussi les éléments pour mettre en place une stratégie gagnante, éthique et relationnelle, de façon à établir des relations pérennes avec ses interlocuteurs et générer ainsi des revenus additionnels. En augmentant sa capacité à se mettre à la place de ses interlocuteurs, de comprendre leur psychologie, cette certification permet à tous commerciaux d'apparaître comme une personne auprès de qui se confier, et prendre plaisir à passer des commandes.

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

## ■ Néant

### *Descriptif général des compétences constituant la certification*

- Comprendre le point de vue de l'acheteur en fonction de son poste et de sa personnalité, pour ajuster ses questions et son attitude
- Ajuster son attitude, pour inspirer son interlocuteur
- Projeter une image de compétence et professionnalisme lors du premier contact et à chaque situation, pour favoriser le dialogue
- Communiquer sa crédibilité, pour donner envie à l'acheteur d'écouter et de consacrer du temps à l'entretien
- Présenter un ordre du jour, pour focaliser l'attention de l'acheteur sur soi
- Susciter l'intérêt de l'acheteur en l'aidant à affiner son besoin, pour démontrer sa valeur ajoutée
- Choisir les points à aborder, pour présenter sa solution en adressant directement le cœur des préoccupations de son interlocuteur
- Mettre en avant les bénéfices apportés à son interlocuteur de chacun des points abordés, pour valoriser son offre
- Exprimer de quelle façon son interlocuteur ou les utilisateurs vont utiliser les produits ou services suggérés, pour se faire comprendre et convaincre
- Argumenter avec des preuves tangibles pour convaincre son interlocuteur
- Trouver des points d'accord pour réduire les résistances de l'acheteur
- Répondre aux objections avec confiance pour faire avancer le processus de vente
- Présenter un résumé de la valeur ajoutée pour motiver l'acheteur à conclure la vente
- Conclure la vente de façon équitable et juste pour les 2 parties, pour établir des relations durables
- Maintenir une attitude positive et enthousiaste auprès de son interlocuteur pour influencer positivement son attitude et créer une atmosphère de travail inspirante
- Convaincre en engageant son/ses interlocuteurs émotionnellement, pour inspirer et obtenir des résultats gagnant/gagnant
- S'introduire chez des clients existants, pour accroître la fidélisation et générer des ventes additionnelles
- Obtenir des recommandations, pour entrer facilement en contact avec un prospect et obtenir des affaires qualifiées
- Définir sa stratégie de prospection, pour accroître son portefeuille de vente
- Gérer un réseau de prescripteurs, pour générer plus d'affaires

## Public visé par la certification

- Salariés
- Demandeurs d'emploi

- Réaliser une étude de pré-approche pour mieux définir les besoins potentiels de ses interlocuteurs afin de mieux cibler sa communication interpersonnelle de vente avant le 1er rendez-vous
- Définir sa stratégie de vente pour fixer des objectifs à réaliser
- Transmettre sa vision de son avenir professionnel pour donner du sens aux objectifs et focaliser ses activités quotidiennes
- Définir un plan d'action commercial pour préciser ses activités quotidiennes, hebdomadaires, mensuelles et trimestrielles
- Anticiper les difficultés potentielles, pour prévoir des alternatives
- Contrôler les résultats de vente à chaque étape, afin de mesurer les écarts
- Mettre en œuvre des nouvelles actions de correction afin de revenir sur le plan et atteindre les résultats escomptés
- Gérer son temps et ses priorités, pour optimiser ses ressources
- Utiliser un système de gestion des contacts et des actions par contacts, pour augmenter sa productivité

## Modalités générales

**Durée :** 80 heures

**Organisation :** par module de 3 heures 30 en présentiel, des préparations de séances, des lectures d'approfondissement, des mises en application professionnelle pendant et après les présentiels et la réalisation d'un document présentant la stratégie de vente, et le plan d'action commercial des 6 mois suivant la formation

**Pédagogie :** formation-action principalement basée sur des mises en situation avec coaching individualisé, renforcée par la mise en place d'un véritable projet d'amélioration de la stratégie commerciale

**Inscription :** sur dossier

### Modules de la formation :

Nourrir le premier contact pour créer une relation de confiance et établir sa crédibilité  
Susciter l'intérêt en posant les questions pour découvrir les vrais besoins et les motivations de son interlocuteur

Présenter ses solutions de façon unique et la valeur ajoutée pour l'acheteur

Transformer les objections en opportunités de vente

Motiver l'acheteur à prendre une décision et obtenir son engagement

Définir sa stratégie de vente

Optimiser son temps et ses performances en élaborant son plan d'action commercial

## Liens avec le développement durable

Aucun

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

*Pour l'individu*

*Pour l'entité utilisatrice*

Accroître sa performance dans sa fonction afin de pérenniser son emploi : développer son employabilité  
S'ouvrir de nouvelles perspectives d'évolution et de carrière par la qualité de ses résultats professionnels  
Etre mieux organisé et rester concentré sur les actions efficaces, pour être moins stressé et plus disponible pour les clients  
Etre perçu comme une personne diplomate, à qui il est facile et pertinent de demander conseil  
Augmenter ses revenus pour les commerciaux qui ont une partie variable à leur salaire

Accroître la performance économique d'un service, département ou de son entité  
Avoir un commercial qui montre l'exemple aux autres  
Reprendre le processus de vente enseigné et le transmettre aux autres commerciaux, pour aligner les bonnes pratiques et augmenter ainsi la performance collective  
Avoir un collaborateur sur qui s'appuyer, pour faire passer des messages constructifs pour le bien collectif  
Créer ou maintenir une ambiance chaleureuse, propice au travail d'équipe et à la motivation, par la réussite au travail  
Favoriser la mobilité interne et les promotions en augmentant les compétences de ses commerciaux

## Evaluation / certification

### Pré-requis

Aucun pré-requis en terme de certification ou de diplôme. Cependant, le candidat doit faire preuve en amont de sa motivation.

### Compétences évaluées

Par rapport à leur fonction actuelle, leur expérience, et leur évolution potentielle, les candidats sont évalués sur les points suivants :

- Comprendre le point de vue de l'acheteur en fonction de son poste et de sa personnalité pour ajuster ses questions et son attitude
- Ajuster son attitude pour inspirer son interlocuteur
- Projeter une image de compétence et professionnalisme lors du premier contact et à chaque situation pour favoriser le dialogue
- Communiquer sa crédibilité pour donner envie à l'acheteur d'écouter et de consacrer du temps à l'entretien
- Présenter un ordre du jour pour focaliser l'attention de l'acheteur sur soi
- Susciter l'intérêt de l'acheteur en l'aidant à affiner son besoin pour démontrer sa valeur ajoutée
- Choisir les points à aborder pour présenter sa solution en adressant directement le cœur des préoccupations de son interlocuteur
- Mettre en avant les bénéfices pour son interlocuteur de chacun des points abordés, pour valoriser son offre
- Exprimer de quelle façon son interlocuteur ou les utilisateurs vont utiliser les produits ou services suggérés, pour se faire comprendre et convaincre
- Argumenter avec des preuves tangibles, pour convaincre son interlocuteur
- Trouver des points d'accord pour réduire les résistances de l'acheteur

### Centre(s) de passage/certification

- Valeat Formation - 04 92 12 21 15 - [cont-act@valeat-formation.fr](mailto:contact@valeat-formation.fr)

- Répondre aux objections avec confiance, pour faire avancer le processus de vente
- Présenter un résumé de la valeur ajoutée pour motiver l'acheteur à conclure la vente
- Conclure la vente de façon équitable et juste pour les 2 parties, pour renforcer les relations construites
- Maintenir une attitude positive et optimiste auprès de ses interlocuteurs, pour influencer positivement leur attitude et créer une atmosphère de travail inspirante
- Convaincre en engageant son/ses interlocuteurs émotionnellement, pour inspirer et obtenir des résultats gagnant/gagnant
- S'introduire chez des clients existants pour accroître la fidélisation et générer des ventes additionnelles
- Obtenir des recommandations ,pour entrer facilement en contact avec un prospect et obtenir des affaires qualifiées
- Définir sa stratégie de prospection pour accroître son portefeuille de vente
- Gérer un réseau de prescripteur pour générer plus d'affaires
- Réaliser une étude de pré-approche pour mieux définir les besoins potentiels de ses interlocuteurs afin de mieux cibler sa communication interpersonnelle de vente avant le 1er rendez-vous
- Définir sa stratégie de vente pour fixer des objectifs à réaliser
- Transmettre sa vision de son avenir professionnel pour donner du sens aux objectifs et focaliser ses activités quotidiennes
- Définir un plan d'action commercial pour préciser ses activités quotidiennes, hebdomadaires, mensuelles et trimestrielles
- Anticiper les difficultés potentielles pour prévoir des alternatives
- Mettre en œuvre des nouvelles actions de correction, afin de revenir sur le plan et atteindre les résultats escomptés
- Gérer son temps et ses priorités, pour optimiser ses ressources

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

Aucun

La validité est Permanente

**Possibilité de certification partielle :** non

Matérialisation officielle de la certification :

Certificat de compétences

## Plus d'informations

*Statistiques*

236 personnes formées depuis 2004

*Autres sources d'information*

Site Internet : [www.valeat-formation.fr](http://www.valeat-formation.fr)