

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

RESUME DU REFERENTIEL

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. »

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

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
A.1 – Élaboration de la stratégie commerciale basé sur un plan marketing dans une zone déterminée	C.1.1 – Réaliser une analyse du marché sur une zone géographique déterminée (études de marché et de concurrence, notamment sur le marché franco-allemand) C.1.2 – Définir et qualifier des facteurs clés de succès et avantages concurrentiels (Analyse SWOT : <i>Strengths Weaknesses, Opportunities and Threats</i>) C.1.3 – Segmenter le marché en choisissant les cibles et le positionnement de l'entreprise et détailler les éléments du Marketing-mix de ses produits ou services (4P) pour la commercialisation et les partenaires commerciaux possibles	Etude de cas marketing issue d'une situation réelle en entreprise fournie par le certificateur - Les candidats doivent travailler en groupes de 3-4 candidats et rédiger un rapport d'environ 25 pages en français dont une partie en allemand - Les candidats doivent effectuer une présentation en groupe lors de leur	- Pertinence de l'analyse concurrentielle sur le marché déterminé (au moins trois concurrents) - Qualité des diagnostics internes / externes (analyse SWOT et PESTEL) - Analyse de l'action commerciale de l'entreprise et identification d'au moins trois facteurs de réussite

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

	<p>C.1.4 – Elaborer la stratégie commerciale afin d’optimiser les ventes en tenant compte des éléments suivants :</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Le positionnement de l’entreprise▪ La concurrence▪ L’effet de nouveauté dans un contexte favorable▪ Les contraintes▪ La mobilisation de ressources nécessaires (matérielles, humaines, financières) <p>C.1.5 – Définir un plan de communication sur une période donnée en déclinant le Mix-Communication des produits/services de l’entreprise sur le marché déterminé avec un budget réaliste</p>	entretien avec le jury (durée : 1 heure)	<ul style="list-style-type: none">- Efficacité de la segmentation et des cibles définies- Pertinence des décisions stratégiques par rapport aux objectifs et à l’analyse de l’environnement de l’entreprise- Cohérence du plan marketing et du plan de communication en fonction du budget déterminé- Les recommandations des candidats correspondent aux objectifs fixés par l’entreprise- Gestion du temps attribué à l’élaboration du projet doit être respectée (5 jours, 35h)
--	--	---	--

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

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>A.2 – Mise en place d'une stratégie de prospection et élaboration d'un plan d'actions commerciales</p>	<p>C.2.1 - Collecter et analyser des données et informations sur les entreprises / organismes de son secteur</p> <p>C.2.2 - Evaluer l'importance stratégique de ses clients et prospects en appliquant la méthodologie d'approche de prospects et les outils de mise en place de l'argumentaire commercial spécifique au marché cible et à l'export</p> <p>C.2.3 - Intégrer les différentes pratiques commerciales des pays clients ou prospects</p> <p>C.2.4 - Elaborer et chiffrer le plan d'actions commerciales en fonction des choix stratégiques définis précédemment</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Etude de cas d'une action commerciale issue d'une situation réelle en entreprise fournie par le certificateur : <p>Les candidats doivent travailler en groupe de 3-4 candidats (6 heures) et effectuer une présentation orale devant tous les autres groupes de candidats (1 heure)</p> <ul style="list-style-type: none"> - En situation réelle dans l'entreprise où le candidat effectue son alternance : <p>Réalisation d'actions commerciales évaluées par l'entreprise et validée par le certificateur (le certificateur fournit une grille d'évaluation à l'entreprise)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Efficacité et pertinence du message développé par rapport à l'objectif fixé par le certificateur - Performance des actions commerciales définies par rapport aux objectifs fixés (enregistrement d'une hausse de 10 à 20% des ventes) - Pertinence du plan d'actions commerciales (exactitude et réalisme du chiffrage) - Qualité de la présentation à l'oral et contribution à la performance globale du groupe

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

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>A.3 – Application des techniques négociations commerciales avec des interlocuteurs internationaux (francophones, germanophones et anglophones)</p>	<p>C.3.1 - Identifier les besoins et les contraintes de ses interlocuteurs</p> <p>C.3.2 - Identifier le processus de prise de décision après avoir défini la stratégie de négociation face à chaque acteur de ce processus (techniques <i>win-win situation</i>)</p> <p>C.3.3 - Adapter son vocabulaire et les subtilités de langage en français, allemand et anglais lors de la phase de négociation commerciale</p> <p>C.3.4 - Utiliser les techniques de communication verbale et non-verbale pour développer une capacité de convaincre efficacement</p> <p>C.3.5 – Mener une négociation commerciale en tenant compte des spécificités culturelles du marché cible</p> <p>C.3.6 – Négocier une offre commerciale en mettant en œuvre les moyens nécessaires afin de signer des contrats</p>	<p>- Epreuve de négociation entre Français et Allemands sur un sujet défini par le certificateur : simulation d'une négociation commerciale devant un jury composé de professionnels experts du marché franco-allemand</p> <p>Durée : 1 heure</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Identification de la problématique du prospect/client - Reformulation précise du besoin du client - Efficacité et pertinence du discours commercial en utilisant les techniques de négociation en français, allemand et anglais - Efficacité de la communication (verbale / non-verbale) et prise en compte des objections - Pertinence de la négociation commerciale avec un interlocuteur de langue et culture différente par rapport aux objectifs visés par l'entreprise

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

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>A.4 – Gestion de l'ensemble de la chaîne commerciale et administrative des ventes auprès des clients internationaux (francophones, germanophones et anglophones)</p>	<p>C.4.1 - Elaborer un carnet de commandes import/export à travers la gestion d'un portefeuille de clients à l'aide d'outils de gestion informatisé appropriés à sa fonction</p> <p>C.4.2 - Coordonner les actions administratives, financières et logistiques relatives à des commandes avec divers services et détecter les anomalies qui y sont liées en suivant et contrôlant les budgets des divers comptes commerciaux</p> <p>C.4.3 - Relayer en interne les informations stratégiques fiables afin de négocier les ajustements nécessaires avec le client, les services internes et externes</p> <p>C.4.4 - Proposer des solutions concrètes d'amélioration et les présenter au sein de l'entreprise en appliquant des plans d'amélioration qualitatifs (normes entreprise, mise en place de logiciels informatiques)</p> <p>C.4.5 – Mettre en place des actions de suivi et de fidélisation des clients par l'utilisation de solutions et de gestion informatisées</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Etude de cas sur les techniques export évaluée et validée par le certificateur (Durée : 3 heures par groupe de 3-4 candidats) - Etude de cas sur le traitement des litiges et procédure d'amélioration issue d'une situation réelle en entreprise évaluée et validée par le certificateur (Durée : 2 heures par groupe par groupe de 3-4 candidats) - En situation réelle en entreprise : <ul style="list-style-type: none"> ▪ Renseignement systématique et qualitatif du système de gestion des clients. ▪ Utilisation pertinente des outils de 	<ul style="list-style-type: none"> - Qualité d'utilisation des techniques d'import/export par rapport à la réglementation en vigueur - Suivi logique des étapes de l'opération commerciale - Pertinence de l'analyse de dysfonctionnement et de propositions d'amélioration à l'aide d'outils informatiques - Qualité de la présentation des solutions retenues pendant une réunion au sein de l'entreprise - Cohérence et suivi des informations renseignées dans la base de données

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

		<p>planification et de suivi des contacts</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Participation active aux réunions d'équipe▪ Evaluée par l'entreprise et validée par le certificateur	<p>client avec les historiques de commandes</p>
--	--	---	---

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

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>A.5 – Elaboration et mise en place d'une stratégie de développement commercial d'une PME à l'international (Implantation, expansion d'une entreprise, etc.)</p>	<p>C.5.1 – Elaborer la stratégie d'implantation ou d'accroissement de l'activité de l'entreprise en respectant les règles et les conditions d'implantation dans les pays cibles</p> <p>C.5.2 - Choisir et coordonner les actions de développement administratives, financières et logistiques relatives à la nouvelle activité (relation clients, administration, production, fournisseurs, douanes, juridiques, financiers, transports, ...)</p> <p>C.5.3 - Elaborer un plan de communication adéquat en suivant et contrôlant les budgets et les moyens commerciaux mobilisés</p> <p>C.5.4 - Déterminer les conditions d'amélioration du processus commercial pour un produit/service existant ou les conditions de lancement d'un nouveau produit/service</p> <p>C.5.5 - Mettre en place et développer les nouveaux dispositifs sur le marché cible en appliquant les outils d'aide spécifiques au développement d'une activité commerciale (filiale ou bureau de vente à l'étranger)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Etude de cas : Développement d'une entreprise sur le marché cible issue d'une situation réelle en entreprise fournie par le certificateur - Les candidats doivent travailler en groupes de 3-4 candidats et rédiger un rapport d'environ 25 pages en français et une partie en allemand (Durée : 35 heures par groupe de 3-4 candidats sur une durée de 5 jours) - Les candidats doivent effectuer une présentation en groupe lors de leur entretien avec le jury (durée : 1 heure) 	<ul style="list-style-type: none"> - Pertinence du choix de la stratégie et qualité du plan d'actions commerciales - Pertinence des informations de réglementation relatives au développement commercial - Qualité de la présentation des outils d'aide spécifiques au développement d'une activité commerciale - Cohérence des budgets par rapport aux objectifs déterminés dans le plan d'actions - Cohérence des résultats obtenus par rapport à la rentabilité du projet commercial

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

			<ul style="list-style-type: none">- Les recommandations des candidats correspondent aux objectifs fixés par l'entreprise
--	--	--	--

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

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>- Compétences transversales</p> <p>Projet individuel de développement commercial dans le franco-allemand regroupant toutes les compétences acquises nécessaires à l'obtention de la certification :</p> <p>⇒ C.1 ⇒ C.2 ⇒ C.3 ⇒ C.4 ⇒ C.5</p>	<p>- En situation réelle en entreprise : projet individuel de développement commercial dans le franco-allemand</p> <p>- Rédaction du projet individuel de 30 pages en concertation avec l'entreprise où le candidat effectue son alternance et le certificateur (Durée : 6 mois, de mars à septembre)</p> <p>- Soutenance orale individuelle devant un jury composé d'un membre de l'entreprise où le candidat effectue son alternance, du certificateur et d'un expert externe – 1 heure</p>	<p>- Pertinence de l'analyse du contexte de lancement d'une nouvelle activité (exactitude du chiffrage, cohérence de l'enquête menée à travers des sondages, questionnaires, etc.)</p> <p>- Cohérence de l'analyse concurrentielle et des études de marché, (analyse SWOT, marketing-mix, positionnement et segmentation sur le marché cible)</p> <p>- Pertinence de la stratégie commerciale, du plan commercial et de communication, prospection, choix des moyens commerciaux, construction d'un business plan en rapport avec l'/les</p>

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

			<p>objectif(-s) fixé(-s) par l'entreprise où le candidat effectue son alternance.</p> <ul style="list-style-type: none">- Qualité du rapport écrit (mise en page, annexes, etc.)- Qualité des axes d'amélioration stratégiques proposés par le candidat- Qualité de la présentation à l'oral (présentation générale, cohérence de l'argumentation, expression orale, pertinence de la réflexion et mise en évidence des résultats attendus)
--	--	--	---

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

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>- Compétences transversales</p> <p>⇒ Compétences linguistiques et interculturelles :</p> <p>Pour chaque langue (allemand, anglais, français), les candidats à la certification passent un examen écrit et oral.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Les candidats sont préparés tout au long de l'année de formation lors de leur cours d'anglais au test TOEIC ▪ Les candidats sont préparés tout au long l'année de formation lors de leurs cours d'allemand au Test WiDaF (<i>Wirtschaft Deutsch als Fremdsprache</i>) qui correspond à l'équivalent du DELF en allemand 	<p>- Anglais :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Epreuve écrite (3h30) ▪ Epreuve orale (présentation, 1 heure) ▪ Passage du test d'anglais professionnel : TOEIC ▪ Durée de l'épreuve : 2heures30 <p>- Allemand :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Epreuve écrite (3h30) ▪ Epreuve orale (présentation, 1 heure) ▪ Passage du test d'allemand professionnel : WiDaF ▪ Durée de l'épreuve : 2 heures et 30 minutes 	<p>- Niveau attendu : 750 points (C1)</p> <p>- Niveau attendu : 736 points (C1)</p>