

REFERENTIELS – RS  
DEVELOPPER SON ACTIVITE COMMERCIALE POUR LES CREATEURS ET DIRIGEANTS DE TPE/PME  
EXPERT ACTIV

REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>Identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>défini les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
	MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<p><b>Compétence 1 :</b> Concevoir sa stratégie commerciale en s'appuyant sur des outils permettant d'identifier les forces et faiblesses, de définir son offre et son positionnement, afin de préciser ses objectifs de développement dans le cadre d'un plan d'actions</p> <p>-</p>	<p><b>Exercice pratique portant</b> sur la conception d'une stratégie commerciale. Le candidat devra mobiliser ses connaissances en stratégie commerciale <b>Type d'épreuve :</b> épreuve écrite <b>Durée de l'épreuve :</b> 1h <b>Type de travail :</b> individuel <b>Lieu de l'examen :</b> en centre <b>Modalités d'organisation :</b> examen sur table, mise à disposition de documents supports nécessaires</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Qualité générale attendue</b> Priorise son positionnement et ses cibles</li><li>• <b>Indicateurs (éléments observables)</b><ul style="list-style-type: none"><li>- Le client type est identifié</li><li>- Les forces, faiblesses, menaces et opportunités sont identifiées et analysées</li><li>- les domaines d'activités stratégiques, et les différentes cibles sont identifiées</li><li>- l'offre et le positionnement prix sont définis</li></ul></li></ul>

		- les objectifs de développement sont précisés
<p><b>Compétence 2 :</b> Élaborer un plan d'actions commerciales en déterminant les moyens et les ressources à mobiliser, afin d'obtenir un outil de pilotage adapté aux objectifs de développement</p>	<p><b>Exercice pratique portant sur l'élaboration du plan d'action</b> Le candidat mobilise ses connaissances en stratégie commerciale <b>Type d'épreuve :</b> écrite <b>Type de travail :</b> individuel <b>Durée de l'épreuve :</b> 30mn <b>Lieu de l'examen :</b> en centre <b>Modalités d'organisation :</b> examen sur table, mise à disposition de documents supports nécessaires.</p>	<p><b>Qualité générale attendue</b> Cohérence, adaptabilité, méthodique</p> <p><b>Indicateurs (éléments observables) :</b> l'organisation commerciale est définie ; les actions à mener sont déterminées et priorisées ; les moyens et ressources des actions à réaliser sont déterminés ; les objectifs de vente sont définis ; le plan d'action est formalisé et complété ; (moyens, coûts, bénéfices, ressources) les moyens proposés pour la mise en œuvre sont en cohérence avec les résultats attendus.</p>
<p><b>Compétence 3 :</b> Mettre en œuvre la stratégie commerciale de l'entreprise avec les outils appropriés, en coordonnant les équipes de collaborateurs concernés, afin d'atteindre les résultats attendus ou réajuster le plan d'actions commerciales, si nécessaire.</p>	<p><b>Exercice pratique portant sur le management d'équipe dans la mise en œuvre d'une stratégie commerciale</b> Le candidat est évalué sur sa capacité à adapter son style de management en fonction de l'objectif <b>Type d'épreuve :</b> écrite <b>Durée de l'épreuve :</b> 30 mn <b>Type de travail :</b> individuel</p>	<p><b>Qualité générale attendue</b> Empathie, adaptabilité, coordination</p> <p><b>Indicateurs (éléments observables) :</b> coordonne les équipes ; le style de management est adapté ; les outils de motivation sont identifiés ;</p>

	<p><b>Lieu de l'examen :</b> en centre</p> <p><b>Modalités d'organisation :</b> examen sur table, mise à disposition de documents et du matériel nécessaire.</p>	<p>les outils de questionnement et de mesure des écarts sont utilisés ;</p> <p>les écarts sont identifiés et mesurés ;</p> <p>la cause des écarts est recherchée ;</p> <p>les moyens et les ressources sont adaptés.</p>
<p><b>Compétence 4 :</b> Prospector à travers les outils digitaux en identifiant le canal correspondant au public ciblé, afin d'adapter sa stratégie de communication.</p>	<p><b>Exercice pratique portant sur la prospection à travers les outils digitaux</b></p> <p>Le candidat est évalué sur sa capacité à rechercher des bonnes cibles et mettre en avant des scénariis pour prospector sur les réseaux sociaux</p> <p><b>Type d'épreuve :</b> écrite</p> <p><b>Durée de l'épreuve :</b> 30 mn</p> <p><b>Type de travail :</b> individuel</p> <p><b>Lieu de l'examen :</b> en centre</p> <p><b>Modalités d'organisation :</b> examen sur table, mise à disposition de documents du matériel nécessaire.</p>	<p><b>Qualité générale attendue</b></p> <p>Clarté, précision</p> <p><b>Indicateurs (éléments observables)</b></p> <p>le profil adapté aux réseaux sociaux est rédigé ;</p> <p>le canal digital de la cible est identifié ;</p> <p>les spécificités du réseau social adapté à la cible sont mises en avant.</p>
<p><b>Compétence 5 :</b> Prospector par téléphone ou en face à face, la cible clientèle identifiée, en utilisant le questionnement approprié, afin de cerner la personnalité de son interlocuteur et adapter son discours.</p>	<p><b>Exercice pratique portant sur la rédaction de l'argumentaire d'appel téléphonique avec un plan de réponse aux objections</b></p> <p><b>Type d'épreuve :</b> écrite</p> <p><b>Durée :</b> 20 mn</p> <p><b>Type de travail :</b> individuel</p> <p><b>Lieu de l'examen :</b> en centre</p>	<p><b>Qualité générale attendue</b></p> <p>Synthétique, précis, concis</p> <p><b>Indicateurs (éléments observables)</b></p> <p><u>Exercice pratique</u></p> <p>la présentation de l'offre est synthétique, précise, concise ;</p>

	<p><b>Modalités d'organisation</b> : examen sur table, mise à disposition de documents et du matériel nécessaire</p> <p><b>Jeu de rôles portant sur la prospection en face à face ou téléphonique.</b> Le candidat est évalué sur sa capacité à adapter le discours par rapport à la personnalité de son interlocuteur.</p> <p><b>Type d'épreuve</b> : orale</p> <p><b>Durée de l'épreuve</b> : 10 mn</p> <p><b>Type de travail</b> : individuel</p> <p><b>Lieu de l'examen</b> : en centre</p> <p><b>Modalités d'organisation</b> : un membre du jury joue le rôle du prospect</p>	<p>les différentes typologies de questionnements sont identifiées ;le questionnement réalisé est approprié ;</p> <p><u>Jeu de rôles</u> la personnalité de l'interlocuteur est cernée et diagnostiquée ; les réponses aux objections sont pertinentes les étapes de l'entretien commercial sont respectées.</p>
<p><b>Compétence 6</b> : Identifier les attentes et motivations du prospect ciblé, lors de l'entretien par téléphone ou en face à face, en s'appuyant sur le guide de découverte afin de bâtir une proposition adaptée à ses besoins.</p>	<p><b>Epreuve écrite portant sur l'élaboration d'un guide de découverte</b> /Attentes/Motivations</p> <p><b>Durée</b> : 15mn</p> <p><b>Type d'épreuve</b> : écrite</p> <p><b>Type de travail</b> : individuel</p> <p><b>Lieu de l'examen</b> : en centre</p> <p><b>Modalités d'organisation</b> : examen écrit sur table, mise à disposition de documents et du matériel nécessaire.</p> <p><b>Jeu de rôles portant sur l'entretien de découverte</b></p> <p><b>Durée</b> : 10 mn</p> <p><b>Type d'épreuve</b> : orale</p>	<p><b>Qualité générale attendue</b> Ecoute active et reformulation</p> <p><b>Indicateurs (éléments observables) :</b></p> <p><u>Exercice pratique</u> le besoin implicite et explicite du prospect est identifié ; les valeurs et motivations d'achat du prospect son analysées ;</p> <p><u>Jeu de rôles</u> le guide de découverte est utilisé ; Interagit avec le prospect et s'adapte à son profil ;</p>

	<b>Type de travail :</b> individuel <b>Lieu de l'examen :</b> en centre <b>Modalités d'organisation :</b> un membre du jury joue le rôle de prospect	recueille les éléments pour bâtir la proposition commerciale.
<b>Compétence 7 :</b> Élaborer la proposition commerciale en présentant les caractéristiques, avantages et bénéfices du produit ou du service, afin d'accroître l'impact de l'argumentaire en direction du prospect ciblé et conclure la vente	<b>Exercice pratique portant sur l'élaboration de la proposition commerciale</b> <b>Type d'épreuve :</b> écrite <b>Durée de l'épreuve :</b> 15mn <b>Type de travail :</b> individuel <b>Lieu de l'examen :</b> en centre <b>Modalités d'organisation :</b> examen écrit sur table, mise à disposition de documents et du matériel nécessaire <b>Jeu de rôles portant sur l'argumentation et la réponse aux objections</b> Le candidat est évalué sur sa capacité à présenter ses arguments et à utiliser les techniques de réponse aux objections <b>Type d'épreuve :</b> orale <b>Durée de l'épreuve :</b> 10 mn. <b>Type de travail :</b> individuel <b>Lieu de l'examen :</b> en centre <b>Modalités d'organisation :</b> un membre du jury joue le rôle de prospect	<b>Qualité générale attendue</b> Force de persuasion, persévérance, écoute active et reformulation <b>Indicateurs (éléments observables)</b> <u>Exercice pratique</u> Écrit le contexte et le plan de présentation Chiffre la proposition commerciale en adéquation avec les attentes du prospect <u>Jeu de rôles</u> adapte l'argumentaire à la découverte et à son interlocuteur ; présente ses arguments ; met en avant les caractéristiques, avantages et bénéfices ; questionne suite aux objections ; répond aux objections

Durée totale de la formation menant à la certification : 11 jours soit 77 heures

Durée total de l'évaluation menant à la certification : 3h50 mn