

[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. »

Référentiel de compétences et d'évaluation			
Référentiel d'activités	Référentiel de compétences	Référentiel d'évaluation	
		Modalités d'évaluation	Critères d'évaluation
Analyse des besoins de service ou de produit du client	<p>S'assurer de la bonne compréhension du cahier des charges ou de la demande du client en utilisant des canaux de communication adéquats et en reformulant la demande</p> <p>Effectuer une veille concurrentielle en identifiant et en utilisant les ressources pertinentes, après avoir identifié précisément le périmètre de la veille selon la demande initiale, y compris en participant à des événements professionnels qui contribueront également au développement de son réseau professionnel</p> <p>Rassembler les éléments de contexte pertinents à la demande en sélectionnant et en organisant les informations qui contribueront à la définition d'une stratégie commerciale</p>	<p><b>Business Game :</b> Jeu de simulation au cours duquel les candidats :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- analysent l'ensemble des informations disponibles</li> <li>- analysent la structure du marché (concurrence, comportement réglementation)</li> <li>- font des choix raisonnés</li> <li>- argumentent en quoi les choix qu'ils ont faits servent la stratégie de l'entreprise</li> </ul> <p><b>Expérience en entreprise :</b> Selon les missions confiées, le candidat sera en situation réelle et devra gérer un portefeuille client, appliquer la stratégie établie par la direction et réaliser une veille concurrentielle</p> <p><b>Cas pratique :</b> approche quantitative et approche qualitative dans le cadre d'une étude de marché</p>	<p>Clarté et concision de la reformulation de la demande</p> <p>Diversité des sources de veille, pertinence des sources par rapport à l'objet de la recherche</p> <p>Richesse des éléments présentés et pertinence de ces éléments par rapport à la demande initiale</p>

<p>Mise en œuvre d'un plan d'action commerciale</p>	<p>Participer à la définition de la stratégie commerciale en présentant et en argumentant les éléments de contexte rassemblés qui contribueront à la définition d'axes stratégiques et d'indicateurs de mesure de performance liés à un rétroplanning</p> <p>Établir un rétro-planning réaliste des actions à mener en intégrant les contraintes internes et externes à l'entreprise</p> <p>Déployer le plan d'action commerciale conformément aux axes stratégiques arrêtés, tout en respectant les enjeux marketing de l'entreprise et l'éthique des affaires</p> <p>Manager une équipe dans le respect d'un code éthique et moral tel que défini et cadré par l'entreprise</p>	<p><b>Etudes de cas réels</b> dont l'objectif est de définir des axes stratégiques et d'établir des indicateurs de performance</p> <p><b>Business Game</b> : Jeu de simulation, les candidats gèrent une entreprise globale, prennent des décisions, expliquent leurs décisions et stratégies et justifient leur choix stratégiques devant leurs actionnaires. Par équipe, les étudiants prennent des décisions dans un univers dynamique et concurrentiel. Les objectifs d'évaluation sont :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- mesurer la capacité à modifier sa stratégie en fonction de l'environnement interne et externe de l'entreprise</li> <li>- mesurer la capacité à expliquer les décisions stratégiques</li> <li>- mesurer la capacité à expliquer une performance</li> </ul>	<p>Pertinence de l'analyse des éléments, viabilité des propositions faites</p> <p>Capacité à identifier les contraintes et à les intégrer au retro-planning. Lisibilité du retro-planning.</p> <p>Bonne identification des acteurs potentiels, clarté des documents présentés, cohérence et concision du discours</p> <p>Respect de la stratégie choisie, des enjeux et de l'éthique des affaires, utilisation des outils pertinents de mise en œuvre</p>
<p>Management une équipe de travail</p>	<p>Diriger une équipe dans le respect des orientations stratégiques, des processus établis par l'entreprise et dans le respect des lois faisant vigueur</p> <p>Définir et communiquer les missions attribuées et les résultats attendus à chaque collaborateur investi dans le projet en animant notamment des réunions de travail</p> <p>Effectuer un suivi et accompagner la performance grâce à la mise en place d'un système pertinent à la situation, dans le but d'atteindre les objectifs fixés (évaluation des performances, coaching, groupe de réflexion, etc.) et en mettant en œuvre ses qualités humaines et managériales (écoute, motivation, etc.)</p>	<p><b>Expérience en entreprise :</b> Selon les missions confiée, le candidat sera amené à diriger une petite équipe dans le but d'atteindre les objectifs commerciaux définis</p> <p><b>Business Game :</b> Jeu de simulation, les candidats gèrent une entreprise globale, prennent des décisions, expliquent leurs décisions et stratégies et justifient leur choix stratégiques devant leurs actionnaires. Par équipe, les étudiants prennent des décisions dans un univers dynamique et concurrentiel.</p>	<p>Capacité à fédérer une équipe et à la manager en faisant preuve de respect et de leadership</p> <p>Clarté des missions attribuée, réalisme des objectifs fixés, bonne communication</p> <p>Mise en place de rendez-vous de suivi, le cas échéant d'indicateurs, approche positive du management (valorisation et accompagnement),</p>

<p>Pilotage de la performance commerciale</p>	<p>Formuler des indicateurs adaptés à la situation permettant de suivre la bonne application du plan d'action commerciale et de mesurer leur performance</p> <p>Établir un tableau de bord afin de suivre les indicateurs pertinents à l'analyse de l'action menée, permettant de mesurer la performance de l'entreprise Etudier les indicateurs obtenus afin de soumettre un rapport d'analyse financier et opérationnel à sa hiérarchie en utilisant les outils appropriés</p> <p>Le cas échéant, proposer des actions correctives en formulant de nouveaux scénarios d'optimisation de performance</p>	<p><b>Business Game</b> : Jeu de simulation, les candidats justifient leur choix stratégiques devant leurs actionnaires notamment par l'établissement d'indicateurs de performance. Par équipe, les étudiants prennent des décisions dans un univers dynamique et concurrentiel.</p>	<p>Pertinence des indicateurs choisis</p> <p>Clarté de présentation du tableau de bord</p> <p>Analyse des données pertinente à l'action menée, capacité d'interprétation</p> <p>Bonnes suggestions d'actions, faisabilité des actions</p>
<p>Développement et entretien de la relation clientèle</p>	<p>Développer l'expérience client et fidéliser sa clientèle en mettant en oeuvre la politique marketing et commerciale, ainsi qu'en accompagnant et en conseillant le client et les équipes</p> <p>Effectuer des missions de relance auprès de son portefeuille de clients, maintenu à jour, afin d'effectuer un suivi ou de proposer un nouveau service</p> <p>Prospecter de nouveaux clients en identifiant de potentiels marchés ou en utilisant de nouvelles sources de données (par exemple, fichiers clients)</p>	<p><b>Expérience en entreprise :</b> Selon les missions confiée, le candidat sera en situation réelle et devra gérer un portefeuille client, dans le respect de la stratégie établie par la direction, cibler sa clientèle, effectuer une prospection, rencontrer les clients potentiels, assurer un suivi et développer son portefeuille clients.</p> <p><b>Cas pratique :</b> simulation d'une négociation commerciale en face-à-face ou dans un contexte virtuel</p>	<p>Bonne prise en main de la politique commerciale et bonne adaptation du discours commercial.</p> <p>Bonne expression orale et/ou écrite, respect des consignes marketing</p> <p>Capacité à identifier les sources pertinentes, capacité d'innovation</p>