

## REFERENTIELS D'ACTIVITES, DE COMPETENCES ET D'EVALUATION RESPONSABLE TECHNICO-COMMERCIAL

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. »

### **Articulation en blocs de compétences :**

- Bloc 1 : Gérer et exploiter l'information technique et commerciale
- Bloc 2 : Négocier et vendre des projets d'affaires et de solutions techniques
- Bloc 3 : Déployer une stratégie de développement technico-commercial
- Bloc 4 : Coordonner l'équipe et l'activité technico-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>A1.1 Analyse technique, commerciale et concurrentielle</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Identification des parties prenantes</li> <li>● Construction d'un outil de veille</li> <li>● Identification des critères</li> <li>● Identification des décisionnaires</li> <li>● Réalisation d'un benchmark.</li> </ul>	<b>C1.1</b> Conduire une veille technique, commerciale et concurrentielle en identifiant les parties prenantes externes, en sélectionnant des sources d'informations et en construisant un tableau de veille pour orienter le positionnement et la prise de décision.	<b>Modalité d'évaluation 1.1</b>  Etude de cas : mise en situation réelle ou reconstituée  Livrable : Dossier écrit individuel sur une entreprise.  Le candidat devra rédiger un dossier écrit qui comportera : <ul style="list-style-type: none"> <li>- Un diagnostic (intégrant un benchmark) ;</li> <li>- La définition des futurs axes de développement de l'entreprise.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les parties prenantes externes sont identifiées : acteurs des marchés concurrentiels, groupe de décisions, les décisionnaires, prescripteurs, utilisateurs etc... ;</li> <li>- Les outils de suivis sont adaptés à la conduite des différentes veilles ;</li> <li>- Ils intègrent les éléments suivants : sources d'informations, dates, noms des concurrents, lieux d'implantation, prestations (produits et/ou services), tarifs, innovations, évènements, moyens de communication et données financières ;</li> <li>- Les informations issues de la veille contribuent directement à l'élaboration de stratégies et de décisions qui prennent en compte l'accessibilité, favorisant ainsi une approche inclusive dans les activités de l'entreprise.</li> </ul>
	<b>C1.2</b> Analyser l'information technique, commerciale et concurrentielle en utilisant des outils inclusifs afin de limiter les menaces de l'environnement du marché et de saisir les opportunités de son environnement.		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Une analyse du marché, de la concurrence élargie et de sa stratégie est réalisée (Benchmark, Matrice de M. Porter...)</li> <li>- Les outils d'analyse incluent des fonctionnalités telles que des options de personnalisation de l'affichage pour les malvoyants, des commandes vocales pour les personnes ayant des limitations motrices, ou des interfaces compatibles avec les lecteurs d'écran ;</li> <li>- Un mapping de positionnement est intégré :               <ul style="list-style-type: none"> <li>- L'entreprise est située sur son marché ;</li> <li>- Une synthèse de diagnostic est réalisée (SWOT...);</li> </ul> </li> </ul>

			<ul style="list-style-type: none"> <li>- Au moins 2 pistes d'action de commercialisation sont proposées et prennent en considération les résultats de l'analyse</li> </ul>
<p><b>A1.2 Evolution du système d'informations</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Réalisation d'une cartographie du système d'information</li> <li>● Incrémentation du SI</li> <li>● Optimisation du SI</li> <li>● Evolution du SI</li> <li>● Communication interne formelle et informelle</li> <li>● Transmission d'informations</li> </ul>	<p><b>C1.3</b> Optimiser le système d'informations en le structurant, en l'alimentant régulièrement, en s'adaptant au marché et à l'environnement, en le faisant évoluer en le rendant plus flexible et performant pour créer de la valeur.</p>	<p><b>Modalité d'évaluation 1.2</b></p> <p>Etude de cas, mise en situation professionnelle réelle ou reconstituée Ecrit individuel.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La structuration du système d'information est présentée ;</li> <li>- Les moyens et la fréquence de mise en jour des informations sont identifiés ;</li> <li>- Au moins deux axes d'amélioration du système d'information sont proposés et argumentés.</li> </ul>
	<p><b>C1.4</b> Assurer l'interface en interne avec les différentes parties prenantes - ingénieurs, techniciens - en communiquant de manière formelle et informelle afin de fluidifier les transmissions.</p>	<p>Livrable : dossier écrit individuel</p> <p>Le candidat devra rédiger un dossier individuel sur le système d'information de l'entreprise comprenant :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Une cartographie du Système d'information du périmètre du Technico-Commercial ;</li> <li>- La détection des points critiques ;</li> <li>- Formuler des propositions d'améliorations ;</li> <li>- Présenter un plan de communication interne.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les parties prenantes en interne sont identifiés : usine, bureau d'études, DSI, service logistique et après-vente ;</li> <li>- Un plan de communication interne est présenté. L'accessibilité des informations à tous est prise en compte ;</li> <li>- Les canaux de communication adaptés sont définis.</li> </ul>
<p><b>A2.1 Analyse du projet client et conseil technique</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Structuration d'information</li> <li>● Découverte du besoin client</li> <li>● Reformulation du besoin</li> <li>● Expression du besoin</li> </ul>	<p><b>C2.1</b> Adopter une démarche personnalisée en rassemblant et structurant les informations sur le client en amont d'un rendez-vous à l'aide d'outils digitaux de collecte et de traitement de la data afin d'adapter son discours et d'anticiper des besoins spécifiques.</p>	<p><b>Modalité d'évaluation 2.1</b></p> <p>Jeu de rôle en 2 parties. Oral individuel</p> <p><b>Partie 1 :</b> Simulation d'un entretien de vente où le candidat endosse le rôle de</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- L'entreprise, ses activités, le rôle dans le processus de décision, les pratiques et comportements d'achats du client sont identifiés et caractérisés ;</li> <li>- Un argumentaire de vente est réalisé en amont et prend en compte les spécificités du client.</li> </ul>

	<p><b>C2.2</b> Créer une relation mutuelle bénéfique en établissant un contact positif et un climat de confiance avec le client afin de faciliter la communication, l'expression de ses besoins, le contexte et les problématiques clients, en prenant en compte les situations de handicap.</p>	<p>responsable technico-commercial, mettant en pratique ses compétences de négociation et de persuasion. Le jury endosse le rôle de l'acheteur. Les éléments de contexte sont fournis au candidat.</p> <p><b>Partie 2 :</b> Débriefing et compte rendu auprès de l'équipe de négociation et/ou de son N+1, permettant au candidat d'analyser et de présenter ses performances, ainsi que de partager des insights stratégiques issus de la simulation.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Le client est accueilli par un comportement convivial adapté à son interlocuteur : gestuelle, salutations, échanges informels et détendus, élocution etc.</li> <li>- Une attention particulière est portée à l'adaptation des modes de communication pour répondre aux besoins des clients en situation de handicap. Cela inclut l'utilisation de méthodes de communication alternatives (comme les supports écrits adaptés, les technologies d'assistance) ou encore la reformulation, pour faciliter l'échange avec les clients ayant des handicaps auditifs, visuels ou moteurs ;</li> <li>- Une présentation personnelle brève est réalisée et permet au client de se présenter à son tour.</li> </ul>
	<p><b>C2.3</b> Conduire un entretien de découverte des besoins en présentiel et en visioconférence en mobilisant des techniques de présentation, de questionnement, de reformulation et d'écoute active adaptées au client tout en s'assurant de prendre en compte les personnes en situations de handicap afin de découvrir les projets et besoins dans une optique de conclusion d'affaires.</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- L'entreprise et ses références, ses points forts sont présentés ;</li> <li>- Des questions sont posées et font émerger les motivations, projets et contraintes du projet client ;</li> <li>- Une attention particulière est portée à l'adaptation des modes de communication pour répondre aux besoins des clients en situation de handicap. Cela inclut l'utilisation de méthodes de communication alternatives (comme les supports écrits adaptés, les technologies d'assistance) ou encore la reformulation, pour faciliter l'échange avec les clients ayant des handicaps auditifs, visuels ou moteurs ;</li> <li>- Des reformulations permettent de vérifier la compréhension et l'interprétation des propos du client (écoute active et prise en compte des situations de handicap) ;</li> </ul>

			<ul style="list-style-type: none"> <li>- La situation personnelle du client est prise en compte (accessibilité PMR, handicap éventuel auditif ou visuel...);</li> <li>- La prise de note a été effectuée.</li> </ul>
<p><b>A2.2 Négociation technico commerciale</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Évaluation des avantages concurrentiels ;</li> <li>● Prise en compte des besoins du client ;</li> <li>● Création d’argumentaire d’objection ;</li> <li>● Construction d’un plan d’argumentation.</li> </ul>	<p><b>C2.4</b> Élaborer une stratégie de négociation technico-commerciale en s'appuyant sur le diagnostic préalable, sur les avantages concurrentiels de l’offre et la valeur ajoutée perçue par le client afin d’atteindre les objectifs commerciaux et financiers fixés.</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les objectifs quantitatifs de la négociation sont définis en termes de volume / montant d’achat et/ou en termes de marges ;</li> <li>- Les objectifs qualitatifs sont définis ;</li> <li>- Les objectifs sont alignés avec la stratégie globale de l’entreprise ;</li> <li>- Des options sont définies et reliées à des scénarios.</li> </ul>
	<p><b>C2.5</b> Conduire une négociation avec les clients dans le respect des enjeux économiques, environnementaux et commerciaux mutuels, en prenant en compte tous les besoins du client et d’éventuelles situations de handicap, en argumentant les objections du client, afin de conclure la vente d’une solution technico-financière.</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- L’argumentaire mobilisé présente les caractéristiques de la solution technique, les avantages qu’elle revêt et les bénéfices que le client pourra en retirer ;</li> <li>- Le traitement des objections est adapté à leurs natures réelles, fondées, non fondées, prétexte, tactiques etc. ;</li> <li>- Des prestations adaptées dans le respect des enjeux économiques et environnementaux sont proposées ;</li> <li>- La conclusion de l’entretien permet une poursuite de la relation client ;</li> <li>- L’approche de la négociation tient compte des situations de handicap éventuelles (moteur ou sensoriel). Durant la négociation avec les clients, une attention particulière est accordée à l’identification et à la compréhension des besoins spécifiques des clients en situation de handicap. Cela inclut l’adaptation des méthodes de communication et de présentation des informations pour s’assurer qu’elles sont accessibles à tous les clients, indépendamment</li> </ul>

	<p><b>C2.6</b> Conduire une réunion de compte rendu auprès d'une équipe commerciale ou d'un manager/directeur en construisant un plan d'argumentation, en étayant ses propos, tout en prenant en compte les situations de handicap afin de transmettre et convaincre des options prises sur le terrain.</p>		<p>de leurs capacités physiques ou sensorielles via l'usage de supports écrits adaptés ou des techniques de reformulation, par exemple.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Une présentation synthétique du déroulement de la négociation est réalisée ;</li> <li>- Lors de la préparation et de la conduite de la réunion de compte rendu, des mesures sont prises pour garantir que la présentation et les matériaux utilisés sont accessibles aux membres de l'équipe ou aux managers/directeurs en situation de handicap. Cela peut inclure l'utilisation de supports visuels clairs pour les personnes malentendantes, la fourniture de documents en formats accessibles pour les personnes malvoyantes (comme des documents en gros caractères ou compatibles avec les lecteurs d'écran) ;</li> <li>- Les informations recueillies auprès du client sont partagées et leur compréhension est vérifiée par des techniques de reformulation ;</li> <li>- Les points forts et axes d'amélioration sont présentés à l'équipe e/ou au responsable hiérarchique ;</li> <li>- Une note de synthèse de l'entretien de découverte est rédigée et tient compte de l'accessibilité visuelle à tous.</li> </ul>
<p><b>A.2.3 Proposition commerciale de l'affaire</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Prise en compte des caractéristiques</li> <li>● Respect des marges</li> <li>● Création de tableaux de bords</li> </ul>	<p><b>C2.7</b> Estimer le coût des solutions techniques proposées en prenant en compte les caractéristiques techniques, en respectant les marges commerciales de l'entreprise, dans le respect de l'environnement... afin que le projet soit rentable pour l'entreprise.</p>	<p><b>Modalité d'évaluation 2.2</b></p> <p>Etude de cas pratique Ecrit individuel.</p> <p>Sur une situation pratique donnée, réelle ou reconstituée, le candidat devra :</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les coûts de production sont identifiés (matériels, temps passés...) ;</li> <li>- Un seuil de rentabilité est établi ;</li> <li>- Une comparaison des marges commerciales selon les propositions est présentée ;</li> <li>- Les coûts fixes et les coûts variables sont estimés ;</li> <li>- Les objectifs de marge sont pris en compte ;</li> </ul>

	<p><b>C2.8</b> Préparer le suivi financier, technique, et contractuel du projet en créant un tableau de suivi prenant en compte l'échéancier de factures et de livraison afin de limiter les risques client et de respecter les marges commerciales définies.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Évaluer les coûts des solutions proposées au regard de la proposition ;</li> <li>- Définir les éléments nécessaires au suivi de l'opération.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les marges permettent d'assurer la rentabilité du projet ;</li> <li>- Les implications environnementales dans le choix des matériaux sont prises en compte.</li> <li>- Un tableau de suivi de l'affaire est réalisé ;</li> <li>- Il contient l'échéancier de facturation et les délais/cadence de livraison pour chaque client.</li> </ul>
<p><b>A3.1. Développement du portefeuille clients</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Mise à jour de la base de données clients actuels ;</li> <li>● Utilisation des outils numériques ;</li> <li>● Prospection de nouveaux marchés ;</li> <li>● Participation à des salons ;</li> <li>● Réalisation de visites sur site ;</li> <li>● Développement de son image professionnelle.</li> </ul>	<p><b>C3.1</b> Développer une base de données clients en alimentant le CRM, en utilisant des outils et techniques numériques (societe.com, scraping, Diane+, Xerfi...) afin d'acquérir une vision à globale de chacun des clients, via les fiches contacts, et de cibler les campagnes marketing.</p> <p><b>C3.2</b> Conquérir de nouveaux marchés en participant à des salons, en réalisant des visites sur site, en développant son image professionnelle et la notoriété de l'entreprise sur les réseaux sociaux afin d'accroître le volume de projets d'affaires.</p>	<p><b>Modalité d'évaluation 3.1</b></p> <p>Etude de cas réel ou reconstitué Ecrit individuel</p> <p>Sur la base du cas qui lui est soumis, le candidat, devra élaborer un Plan d'Actions Commerciales.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les informations nécessaires au développement de la base de données sont identifiées ;</li> <li>- Les informations permettent la création de tableau de bord ;</li> <li>- Au moins deux techniques de recherche de données client à l'aide d'outils numériques sont décrites.</li> <li>- La participation à des évènements professionnels est prévue et justifiée ;</li> <li>- Des moyens d'animer une communauté professionnelle sur un réseau social choisi sont explicités ;</li> <li>- Des techniques d'acquisition de données et d'informations sont proposées.</li> </ul>

	<p><b>C3.3</b> Développer son réseau de relations professionnelles en réalisant des actions de communication multimodales et multicanales intégrant les nouvelles pratiques digitales auprès des prescripteurs, distributeurs, agents..., en démontrant l'intérêt des solutions proposées dans le but de faciliter le référencement.</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Des moyens complémentaires pour l'acquisition de nouveaux leads sont envisagés : rencontres, référencement, création de contenus web, prospection téléphonique, campagne e-mailing, réalité virtuelle, simulation d'implantation en 3D, solutions connectées de type industrie 4.0 etc. ;</li> <li>- Au moins 3 points forts de la solution proposée sont explicités.</li> </ul>
<p><b>A3.2. Identification des Appels d'offre et Analyse du cahier des charges technique et fonctionnel</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Expression du besoin ;</li> <li>● Définition de solutions ;</li> <li>● Établissement de mémoire technique ;</li> <li>● Recherche d'informations ;</li> <li>● Prescriptions techniques ;</li> <li>● Référencement ;</li> <li>● Élaboration d'un mémoire technique ;</li> <li>● Réponses à appels d'offre.</li> </ul>	<p><b>C3.4</b> Sélectionner les appels d'offres en identifiant et analysant les besoins correspondant aux services de l'entreprise afin de remporter des marchés supplémentaires.</p>	<p><b>Modalité d'évaluation 3.2</b></p> <p>Etude de cas réel ou reconstitué Ecrit individuel</p> <p>Livrable : Dossier écrit individuel</p> <p>Le candidat rédigera un dossier individuel sur une situation réelle (en cours) ou une détection d'appel d'offre dans un secteur donné ou proposé par le candidat :</p> <p>Le candidat devra :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Identifier et évaluer l'intérêt de répondre à l'appel d'offre ;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les sources d'informations sont repérées et justifiées ;</li> <li>- Les critères de sélection sont pondérés au regard de l'intérêt du marché, de l'opportunité commerciale et de la capacité à répondre.</li> </ul>
	<p><b>C3.5</b> Accompagner les prescripteurs dans l'élaboration et/ou l'ajustement du cahier des charges (technique et/ou fonctionnel) d'un projet en leur faisant exprimer clairement leur besoin, en reformulant afin de proposer des solutions techniques et financières appropriées</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les prescripteurs à fort potentiel et à forte notoriété sont identifiés ;</li> <li>- La documentation technico-commerciale proposée est adaptée à une recherche efficace.</li> </ul>

	<p><b>C3.6</b> Piloter l'élaboration de réponse à un appel d'offre en rédigeant un mémoire technique, en respectant les délais, les formalités administratives, en positionnant son prix au regard des enjeux afin de remporter l'appel d'offre.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Présenter sa proposition de réponse technico-commerciale à l'appel d'offre.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Le mémoire technique rédigé correspond au besoin ;</li> <li>- Le contenu et le formalisme du mémoire technique permettent de garantir leur accessibilité à diverses situations de handicap (comme des documents en gros caractères ou compatibles avec les lecteurs d'écran) ;</li> <li>- La proposition commerciale est établie et correspond au budget donné ;</li> <li>- Les documents administratifs sont listés.</li> </ul>
<p><b>A3.3 Gestion du portefeuille clientèle</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Formation des clients, des utilisateurs et des revendeurs</li> <li>● Identification de la responsabilité des incidents</li> <li>● Prise en compte des remarques</li> <li>● Mise en œuvre d'actions de motivation.</li> </ul>	<p><b>C3.7</b> Piloter la bonne exécution de la solution vendue en répondant aux questions ou en formant ses clients afin de les accompagner et de vendre des prestations complémentaires.</p>	<p><b>Modalité d'évaluation 3.3</b></p> <p>Mise en situation professionnelle reconstituée en 2 parties</p> <p>Livrable : dossier écrit individuel</p> <p><b>Partie 1 : Gestion de la fidélisation de la clientèle</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Des contacts réguliers sont planifiés avec le client ;</li> <li>- Des solutions sont proposées en réponse aux problématiques rencontrées et sont adaptées aux situations de handicap éventuelles.</li> </ul>
	<p><b>C3.8</b> Gérer les réclamations et litiges en recevant et en transmettant les éventuelles plaintes et remarques aux services concernés en identifiant la responsabilité, en prenant en compte les remarques et en assurant le service après-vente afin de faire évoluer des caractéristiques produits, la mise en œuvre des services, etc...</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Analyse de la clientèle Identification des segments de clients les plus rentables et les plus à risque d'attrition ;</li> <li>2. Mise en place de programmes de fidélisation ;</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les réclamations et litiges sont répertoriés et qualifiés ;</li> <li>- Les différents services à contacter sont identifiés en fonction du type de solution à mettre en œuvre ;</li> <li>- Des solutions sont proposées et suivies ;</li> <li>- Les solutions proposées sont adaptées aux clients en situation de handicap.</li> </ul>

	<p><b>C3.9</b> Favoriser une relation-client en proposant aux clients différentes actions de fidélisation physique et en ligne à court terme (événements, cadeaux, challenges) et à long terme (formation...) afin de créer de la valeur.</p>	<p>3. Campagnes de communication personnalisée basées sur les données collectées ; 4. Suivi de la performance ;</p> <p><b>Partie 2 : Gestion des réclamations et remontée d'information</b></p> <p>1. Analyse des réclamations ; 2. Système de remontée d'informations ; 3. Mesures préventives.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Des actions de fidélisations à court et moyen termes sont décrites ;</li> <li>- Le cas échéant, les actions proposées sont adaptées aux situations de handicap du client ;</li> <li>- Pour chaque action, les bénéfices en termes de création de valeur sont explicités.</li> </ul>
<p><b>A4.1 Animation de l'équipe</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Répartition des tâches</li> <li>● Prise en compte des situations de handicap, de droit du travail, de droit social</li> <li>● Accompagnement, formation des équipes</li> <li>● Organisation d'évènements</li> <li>● Identification et mobilisation des compétences.</li> </ul>	<p><b>C4.1</b> Organiser les activités en anticipant les charges de travail, en répartissant les tâches de chacun, en prenant en compte les situations particulières de chacun... afin de proposer et mettre en œuvre les types d'actions nécessaires à la réalisation des objectifs.</p>	<p><b>Modalité d'évaluation 4.1</b></p> <p>Mise en situation professionnelle reconstituée de Management de l'équipe commerciale et des services support.</p> <p>Ecrit individuel.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Une feuille de route est établie ;</li> <li>- La répartition des tâches tient compte des compétences de chacun, des situations de handicap éventuelles et des contraintes liées au droit du travail, au droit social.</li> </ul>
	<p><b>C4.2</b> Fédérer l'équipe autour des objectifs de l'agence et de l'enseigne en accompagnant, formant, informant, en initiant des événements, en proposant des challenges afin de motiver, maintenir l'engagement de l'équipe</p>	<p><b>Partie 1 :</b></p> <p>Le candidat analysera les résultats d'une équipe de technico-commerciaux et décrira un plan de formation pour améliorer les performances des indicateurs commerciaux et de la qualité des services techniques.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les objectifs sont clairement fixés d'après la méthode SMART ;</li> <li>- Des formations sont proposées aux salariés qui en éprouvent le besoin ;</li> <li>- Des challenges fédérateurs de dynamique de groupe sont proposés.</li> </ul>
	<p><b>C4.3</b> Développer les complémentarités et la communication entre les parties prenantes en identifiant et mobilisant les compétences et expertises internes afin d'améliorer l'efficacité opérationnelle au service des clients</p>	<p><b>Partie 2 :</b></p> <p>Le candidat met en place une organisation visant à assurer une qualité de service optimale et à améliorer le fonctionnement de l'équipe.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Une cartographie des compétences des membres de l'équipe est constituée ;</li> <li>- Les stratégies et actions mises en place pour améliorer l'efficacité opérationnelle tiennent compte des besoins spécifiques des employés en situation de handicap, en garantissant que les environnements de travail, les outils de</li> </ul>

			<p>communication et les processus sont accessibles et inclusifs ;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Des réunions thématiques sont initiées en fonction des besoins.</li> </ul>
<p><b>A4.2. Analyse des résultats</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Création de tableaux de bord</li> <li>● Déploiement d'outils de mesure et d'indicateurs (KPI, Inbound, entonnoir de prospection, ...)</li> <li>● Analyse d'évolution</li> <li>● Redéfinition des objectifs.</li> </ul>	<p><b>C4.4</b> Évaluer la performance commerciale en concevant des tableaux de bord, en déployant des outils de mesure, des indicateurs... pour ajuster les ressources déployées et adapter les outils et méthodes utilisés.</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Un tableau de bord d'analyse commerciale est réalisé ;</li> <li>- Les résultats obtenus sont analysés ;</li> <li>- Des préconisations sont proposées.</li> </ul>
	<p><b>C4.5</b> Optimiser la performance technico commerciale en analysant les évolutions, en ajustant les objectifs, en mettant en place des outils de contrôle des procédures afin de maintenir un niveau de satisfaction adapté.</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Une analyse des performances technico-commerciales est présentée ;</li> <li>- Des axes d'amélioration dans la réalisation des activités sont proposés.</li> </ul>
<p><b>A4.3 Gestion de l'activité</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Gestion de projet</li> <li>● Définition des objectifs</li> <li>● Prise en compte des contraintes humaines, matérielles et financières</li> <li>● Planification des coûts et des échéances</li> <li>● Évaluation des résultats</li> <li>● Gestion de la logistique, de la facturation, du Service après-vente.</li> </ul>	<p><b>C4.6</b> Conduire des projets dans le cadre d'une politique technico-commerciale repérée en définissant les objectifs, en repérant les ressources et contraintes humaines, matérielles et financières, en planifiant les coûts et les échéances afin de s'assurer de la réussite du projet.</p>	<p><b>Modalité d'évaluation 4.2</b></p> <p>Mise en situation professionnelle réelle ou reconstituée</p> <p>Cas pratique de conduite de projet concernant une entreprise du secteur industriel, des services et/ou négoce interindustriel.</p> <p>Travail en groupe de 2/3 personnes effectué en temps limité qui donne lieu à une soutenance orale individuelle.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Le planning est proposé sous la forme d'un schéma, Gantt aisément lisible ;</li> <li>- Dans l'identification des ressources et des contraintes (humaines, matérielles et financières), l'analyse inclut la prise en compte des besoins spécifiques liés au handicap, tant au niveau des membres de l'équipe du projet que des utilisateurs finaux des produits ou services développés ;</li> <li>- Le chemin critique est identifié dans le schéma ;</li> <li>- Les échéances et les ressources sont identifiées pour chaque étape de mise en place du projet ;</li> <li>- La méthodologie de la gestion du projet est respectée.</li> </ul>

	<b>C4.7</b> Assurer le suivi de l'affaire commerciale en supervisant les le bon déroulement des opérations en fonction de la planification et des ressources définies afin de limiter les risques et d'adopter les mesures correctives efficaces.		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Un relevé des écarts entre prévisionnel et réalisé est prévu ;</li> <li>- Les incidents et les prises de décisions sont documentées ;</li> <li>- Des mesures correctives sont proposées.</li> </ul>
--	---	--	--

**Chaque bloc de compétences peut être validé de manière autonome.**

**Modalité d'évaluation transversale :**

Dossier individuel « Mémoire Responsable Technico-Commercial » dans le cadre d'une PME/ETI/GE proposée par le candidat et validée par l'école sur une problématique technico- commerciale du secteur interindustriel.

Travail individuel d'un volume de 50 pages hors annexes +/- 10%, soutenu à l'oral, en temps limité, devant un jury.

Ce dossier individuel permet de réaliser une évaluation coordonnée des 4 blocs de compétences.

***Critères d'évaluation du mémoire écrit :***

- La définition de la problématique et le travail de recherche documentaire et de données sont correctement formulés et menés ;
- La méthodologie de la recherche est connue et appliquée avec rigueur ;
- Les spécificités des différents secteurs d'activités propres aux contextes d'exercice et des attentes correspondantes sont prises en compte et clairement caractérisées ;
- Le plan d'action commercial est méthodiquement planifié sur la base de données prospects et clients valides ;
- La solution technico- commerciale proposée répond aux besoins définis dans le cahier des charges ;
- Le niveau de performance de son activité est constamment évalué, mesuré et corrigé ;
- La qualité de service client et la fidélisation sont entretenues au regard du développement de la profitabilité du portefeuille client global.

***Critères d'évaluation de la présentation orale :***

- Le support de présentation est clair et synthétique ;
- La soutenance apporte tous les éléments de réponse à la problématique technico-commerciale ;
- Les propositions sont étayées par des éléments chiffrés objectifs, précis et détaillés ;
- Les réponses apportées par le candidat lors de l'entretien professionnel démontrent sa connaissance du métier et des réalités pratiques.

L'obtention de la certification professionnelle complète est accordée aux candidats ayant satisfait l'ensemble des conditions détaillées ci-dessous :

- Avoir validé les 4 blocs de compétences ;
- Avoir validé l'évaluation transversale ci-dessus.

A l'issue d'un parcours de VAE, la certification s'obtient par la validation cumulative des 4 blocs de compétences du référentiel, sur la base d'un livret de preuves (livret 2) présenté oralement devant le jury.