

Gestion de l'activité commerciale

CATEGORIE : C

Vue d'ensemble

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

Transverse : ■ **Tous secteurs concernés**

Code(s) NAF : **73.11Z**, **65.11Z**, **62.01Z**, **70.22Z**

Code(s) NSF : **312**

Code(s) ROME : **D1408**, **D1407**, **D1402**, **D1401**, **D1406**

Formacode : **34573**

Date de création de la certification : **21/02/2014**

Mots clés : **Gestion de la relation client**,
Techniques de vente, **Relation Clients**,
commercial

Identification

Identifiant : **3556**

Version du : **04/04/2018**

Références

Consensus, reconnaissance ou recommandation :

Formalisé :

■ **Néant**

Non formalisé :

- [Qu'est ce qui fait un bon vendeur ?](#)
- [Quelle méthode de ventes utiliser ?](#)

Descriptif

Objectifs de l'habilitation/certification

Le contexte des entreprises est devenu extrêmement concurrentiel et l'activité commerciale est au cœur des enjeux des entreprises. Une activité commerciale gérée de façon efficace permet de fidéliser et de conquérir de nouveaux clients afin d'être en capacité de développer son chiffre d'affaire, ses marges et sa rentabilité.

La composante vente est au cœur de toutes les entreprises, dans de très nombreux secteurs d'activité et est un département qui offre de nombreuses opportunités d'emploi.

Cependant, l'univers commercial est en constante évolution. Au delà des croissances de chiffre d'affaires attendues dans les entreprises, véhiculer une image perçue comme qualitative et positive est devenu essentiel. Les clients sont volatiles. Il y a lieu de travailler à les conserver dans la durée, à les écouter et à s'adapter à leurs demandes spécifiques.

Bien connaître ses clients, leur potentiel de croissance, bien réussir à les identifier chacun dans un segment particulier afin d'envisager la meilleure stratégie commerciale possible en fonction est crucial. Ainsi également, savoir organiser son suivi de portefeuille client et prospects, savoir bien planifier leur rencontre et anticiper les évolutions du marché est clé pour les employeurs.

La certification permet ainsi d'apporter des techniques et des méthodes pour y parvenir. Elle permet de mieux valoriser les employés déjà en prise avec ces sujets dans leur entreprise, ceux qui sont en mobilité ainsi que ceux qui souhaitent prendre une nouvelle orientation de carrière.

Ces besoins de montée en compétences seront nécessaires dans un marché économique en profonde mutation et qui sera de plus en plus concurrentiel dans les futures années.

Lien avec les certifications professionnelles ou les CQP enregistrés au RNCP

■ Néant

Descriptif général des compétences constituant la certification

Organisation de la prospection commerciale

- Segmenter le fichier des clients et prospects de l'entreprise en identifiant les comptes à potentiel de développement afin de faciliter le démarchage commercial
- Elaborer un fichier de prospection en utilisant la segmentation du fichier de clients et de prospects de l'entreprise ou à partir d'autres sources de renseignements possibles, afin de préparer la prospection commerciale
- Elaborer un planning de prospection commerciale en utilisant le fichier de clients et de prospects segmentés de l'entreprise afin de développer le CA de l'entreprise et/ou afin d'obtenir de nouveaux clients
- Elaborer un argumentaire commercial de démarchage en regroupant toutes les informations utiles et nécessaires afin de faciliter le déroulé de l'entretien téléphonique avec le prospect pour obtenir un rendez-vous

Gestion du rendez-vous avec le client ou le prospect

- Préparer l'entretien de vente avec le client ou le prospect en rassemblant par écrit au préalable les informations utiles sur un document afin de faciliter la conduite de l'entretien (CA réalisé, marché, offres, concurrence, information sur le client, objectifs du rendez-vous)
- Observer l'environnement du client ou du prospect durant la phase de contact afin de recueillir des informations susceptibles d'être utilisées dans l'argumentaire à tenir au client ou au prospect dans la phase suivante de l'entretien
- Utiliser les techniques de questionnement ouvertes ou fermées pour permettre de découvrir les besoins ou les attentes du client ou du prospect
- Utiliser les techniques d'argumentation présentant les caractéristiques, les avantages, les bénéfices de l'offre, en tenant compte des informations recueillies lors de la phase de découverte des besoins ou des attentes du client ou du prospect, afin de pouvoir lui proposer l'offre adaptée à sa situation
- Utiliser les techniques de négociation afin de proposer une offre commerciale adaptée, en utilisant les informations recueillies durant l'entretien, pour bien correspondre aux attentes ou aux besoins du client ou du prospect
- Utiliser les techniques de traitement des objections en utilisant les arguments adaptés, afin de convaincre le client ou le prospect et remporter son adhésion
- Utiliser les techniques de conclusion d'entretien de vente en récapitulant les points clés portant sur les besoins ou les envies du client ou du prospect, afin de finaliser la vente

Gestion administrative de l'activité commerciale

- Gérer le suivi administratif des clients en traitant les litiges par des

Public visé par la certification

Tous publics

techniques de résolution, afin de conserver une relation commerciale de confiance

- Observer les écarts entre les objectifs et les résultats de ventes en créant des tableaux de bord de suivi afin d'engager les actions correctrices nécessaires

Modalités générales

Formation dispensée en continu et en présentiel. En intra ou en inter-entreprises

3 modules seront dispensés dont les intitulés sont:

Module 1 : 1 à 3 jours (de 7h à 21 h) : Organisation de la prospection commerciale

Module 2 : 1 à 3 jours (de 7h à 21 h) : Gestion du rendez-vous avec le client ou le prospect

Module 3 : 1 à 3 jours (de 7h à 21 h) : Gestion administrative de l'activité commerciale

Durée totale : 3 à 9 jours + ½ Journée d'évaluation

Liens avec le développement durable

niveau 1 : Certifications et métiers qui internalisent le développement durable. Les activités et compétences mobilisées mettent en oeuvre des matériaux et produits moins polluants

Valeur ajoutée pour la mobilité professionnelle et l'emploi

Pour l'individu

La certification aux compétences de gestion de l'activité commerciale permet de garantir le niveau de compétences des professionnels intervenant déjà dans le domaine commercial en entreprise. C'est la reconnaissance d'un niveau de compétence et d'un savoir-faire :

Gérer les différentes composantes de l'activité commerciale avec les clients afin de professionnaliser son intervention et être davantage contributeur au développement du chiffre d'affaires de l'entreprise et de sa marge.

La certification en gestion de l'activité commerciale fait progresser les collaborateurs, permet leur employabilité dans l'entreprise et développe leur valeur ajoutée dans l'organisation. L'acquisition de ces nouvelles compétences facilite également la mobilité professionnelle par leurs caractères transverses.

Pour l'entité utilisatrice

La certification de la gestion de l'activité commerciale contribue à une meilleure professionnalisation de l'approche commerciale de l'entreprise vis-à-vis de ses clients et de ses prospects, permettant ainsi de contribuer au développement de son chiffre d'affaires, de sa rentabilité et de sa stabilité dans le temps.

Elle assure également une employabilité stable dans le domaine des Ventes car elle offre le développement de compétences prioritaires et utiles à l'entreprise, reconnues par les employeurs.

Evaluation / certification

Pré-requis

Une affinité pour l'activité commerciale et une expérience d'au moins 1 an sont souhaitées.

Centre(s) de passage/certification

Compétences évaluées

■ PLJ DEVELOPPEMENTS 81
av Foch 94340Joinville le
pont

Organisation de la prospection commerciale

- Segmenter le fichier des clients et prospects de l'entreprise en identifiant les comptes à potentiel de développement afin de faciliter le démarchage commercial
- Elaborer un fichier de prospection en utilisant la segmentation du fichier de clients et de prospects de l'entreprise ou à partir d'autres sources de renseignements possibles, afin de préparer la prospection commerciale
- Elaborer un planning de prospection commerciale en utilisant le fichier de clients et de prospects segmentés de l'entreprise afin de développer le CA de l'entreprise et/ou afin d'obtenir de nouveaux clients
- Elaborer un argumentaire commercial de démarchage en regroupant toutes les informations utiles et nécessaires afin de faciliter le déroulé de l'entretien téléphonique avec le prospect pour obtenir un rendez-vous

Gestion du rendez-vous avec le client ou le prospect

- Préparer l'entretien de vente avec le client ou le prospect en rassemblant par écrit au préalable les informations utiles sur un document afin de faciliter la conduite de l'entretien (CA réalisé, marché, offres, concurrence, information sur le client, objectifs du rendez-vous)
- Observer l'environnement du client ou du prospect durant la phase de contact afin de recueillir des informations susceptibles d'être utilisées dans l'argumentaire à tenir au client ou au prospect dans la phase suivante de l'entretien
- Utiliser les techniques de questionnement ouvertes ou fermées pour permettre de découvrir les besoins ou les attentes du client ou du prospect
- Utiliser les techniques d'argumentation présentant les caractéristiques, les avantages, les bénéfices de l'offre, en tenant compte des informations recueillies lors de la phase de découverte des besoins ou des attentes du client ou du prospect, afin de pouvoir lui proposer l'offre adaptée à sa situation
- Utiliser les techniques de négociation afin de proposer une offre commerciale adaptée, en utilisant les informations recueillies durant l'entretien, pour bien correspondre aux attentes ou aux besoins du client ou du prospect
- Utiliser les techniques de traitement des objections en utilisant les arguments adaptés, afin de convaincre le client ou le prospect et remporter son adhésion
- Utiliser les techniques de conclusion d'entretien de vente en récapitulant les points clés portant sur les besoins ou les envies du client ou du prospect, afin de finaliser la vente

Gestion administrative de l'activité commerciale

- Gérer le suivi administratif des clients en traitant les litiges par des

techniques de résolution, afin de conserver une relation commerciale de confiance

- Observer les écarts entre les objectifs et les résultats de ventes en créant des tableaux de bord de suivi afin d'engager les actions correctrices nécessaires

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

Néant

La validité est Permanente

Possibilité de certification partielle : oui

Étendue de la certification partielle :

Composante 1 : 2 à 3 jours (de 7h à 21 h) : Organisation de la prospection commerciale

Composante 2 : 2 à 3 jours (de 7h à 21 h) : Gestion du rendez-vous avec le client ou le prospect

Composante 3 : 2 à 3 jours (de 7h à 21 h) : Gestion administrative de l'activité commerciale

Durée de validité des composantes acquises : permanente

Durée accordée pour valider les composantes manquantes : permanente

Matérialisation officielle de la certification : Certificat de compétences

Plus d'informations

Statistiques

30 personnes certifiées par an

Autres sources d'information

<http://pljdeveloppements.com>