

Tableau croisé du contenu de la formation "SALES ACADEMY PROGRAMME SAVOIR- VENDRE" et du référentiel de compétences du titre "Responsable du développement commercial France et International " Fiche RNCP n°35150 - BC01, 02, 03 et 04.

Bloc de Compétences n° 1	Assurer une veille commerciale, concurrentielle, technologique et définir les plans d'actions marketing en France et à l'international
SV01	Analyser et réduire ses pertes de temps pour optimiser l'organisation commerciale
SV04	Analyser notre proposition commerciale pour préparer les arguments en réponse aux 4 types d'objections
SV04	Etudier et analyser les caractéristiques de ventes perdues pour perfectionner nos outils commerciaux
SV06	Elaborer le parcours de suivi client et de maintien du contact après la vente pour développer des ventes d'agrandissement de compte
SV06	Concevoir le système de recueil du feed-back des clients pour améliorer la qualité de notre produit/prestation
SVS7	Adapter sa stratégie de prospection commerciale aux réseaux sociaux pour développer un nouveau canal de vente
SVS8	Etablir le diagnostic de mon action commerciale pour identifier et apporter les améliorations

Bloc de Compétences n° 2	Détecter les opportunités commerciales et développer un portefeuille clients France et international
SV02	Analyser la typologie des demandes des Clients et prospects pour sélectionner mes cibles prioritaires
SV02	Accroître les moyens de rechercher des prospects pour construire un fichier plus riche
SV02	Critériser mes clients et prospects en « priorité A », « priorité B » et « priorité C » pour optimiser mes résultats de prospection
SV02	Evaluer et sélectionner 5 moyens d'identifier des prospects pour accroître les moyens de rechercher des prospect
SV02	Evaluer et établir les temps de prospection et suivi des clients/prospects « priorité A », « priorité B » et « priorité C » pour optimiser l'organisation commerciale
SV02	Analyser les raisons/circonstances/conditions des contacts des comptes « priorité B » et « priorité C » pour cibler les affaires à haute valeur ajoutée
SV02	Arbitrer et décider de renoncer à un client/prospect, et le remplacer par un nouveau contact pour optimiser mon temps de prospection
SV06	Développer et structurer le tissage de liens au travers des réseaux professionnels physiques pour établir de nouveaux accords et partenariats
SV07	Identifier le canal adapté à son public cible pour augmenter sa part de marché
SV07	Cultiver son « personal branding commercial » pour développer son réseau de contacts commerciaux

Bloc de Compétences n° 3	Négocier, mettre en place les contrats et partenariats
SV01	Réaliser son Plan d'Action Principal pour concrétiser sa formule commerciale
SV01	Faire forte impression dès le premier contact commercial pour générer "une première bonne impression"
SV01	Formaliser sa mission pour libeller un objectif commercial Spécifique, Mesurable, Atteignable, Relié aux objectifs de l'entreprise, et Temporel.
SV01	Calculer sa formule commerciale pour évaluer les besoins et les durées de prospection, présentation, négociation et closing.
SV01	Assurer un suivi rigoureux des prospects pour en transformer jusqu'à 45% sur la durée.
SV01	Maîtriser ses temps de qualification, prospection et suivi des clients pour optimiser l'organisation commerciale
SV02	Définir le schéma du système de suivi et de gestion d'un prospect pour optimiser le contact commercial
SV03	Concevoir et perfectionner mon « discours de l'ascenseur » pour améliorer mon impact lors de la présentation de mes produits/services
SV03	Parler au prospect/client en termes de bénéfices dès le premier contact pour susciter son intérêt
SV03	Construire son entrée en matière avec son discours de l'ascenseur, la formulation en termes de bénéfices, et la date pour obtenir plus de rendez-vous
SV03	Echanger avec le prospect/client en utilisant le PDQ pour évaluer son niveau d'intérêt
SV03	Echanger avec le prospect/client en utilisant les questions fermées pour obtenir des informations précises

SV03	Utiliser le descriptif C.A.B. de nos produits et services dans nos échanges avec le prospect/client pour clarifier les avantages de mon produit/service
SV03	Maîtriser et utiliser les transitions appropriées dans nos présentations au prospect/client pour fluidifier ma présentation commerciale
SV03	Echanger avec le prospect/client en utilisant les questions ouvertes pour obtenir plus d'informations, et plus variées
SV03	Parler en termes de bénéfices pour apporter de la valeur au prospect/client lors des présentations
SV03	Segmenter les Caractéristiques, les Avantages, et les Bénéfices de nos produits et services pour optimiser l'efficacité de leur présentation
SV03	Concevoir le descriptif C.A.B. de nos produits et services pour l'utiliser lors des présentations au clients/prospects
SV04	Utiliser les réponses aux 4 catégories d'objections lors de nos échanges avec le prospect/client pour optimiser mes explications au client
SV04	Utiliser les questions de clarification pour distinguer une objection d'une condition pendant l'échange avec le prospect/client
SV04	Répondre aux objections en articulant les 3 composantes « amortisseur – verbal – oui » et « considérer – croire – constater » et « closing » pour renforcer la décision d'achat du client/prospect
SV06	Obtenir des recommandations de notre client vers de nouveaux clients et partenaires de son marché pour diversifier et augmenter mes ventes
SV06	Réaliser des entretiens de suivi client pour ouvrir de nouveaux marchés et de nouveaux clients
SV06	Bâtir de nouvelles pistes commerciales avec les clients existants de notre produit/service pour diversifier et augmenter mes ventes
SV07	Communiquer avec ses prospects de manière claire et efficace via les réseaux sociaux pour créer un nouveau canal de suivi et d'information commerciale
SV07	Utiliser efficacement les réseaux sociaux pour augmenter mes résultats commerciaux
SV07	Optimiser sa visibilité commerciale en ligne pour augmenter mes résultats commerciaux

Bloc de Compétences n°4	Manager une équipe commerciale et suivre les performances commerciales en France et à l'international
SV01	Former l'équipe à créer des déclencheurs commerciaux pour chasser les schémas et préjugés provenant de la sur-sollicitation des clients et prospects
SV02	Communiquer en interne pour identifier le décideur chez le prospect/client
SV02	Communiquer en externe pour identifier le décideur chez le prospect/client
SV02	Former l'équipe à franchir les obstacles à la communication directe avec le décideur pour l'atteindre plus rapidement
SV02	Utiliser la boîte vocale avec efficacité pour parvenir à mieux joindre les prospects/clients
SV03	Former l'équipe à l'évaluation du niveau d'intérêt du prospect/client pour déployer les arguments adéquats
SV03	Former l'équipe à l'utilisation du « perception-désir-question » (PDQ) pour évaluer le niveau d'intérêt du prospect/client
SV03	Former l'équipe à transformer des questions fermées en questions ouvertes pour élargir la conversation et rassembler plus d'informations
SV03	Former l'équipe au descriptif C.A.B. de nos produits et services pour décliner de façon pédagogique et croissante les avantages de mon produit/prestation
SV04	Partager la « noble cause » de nos produits et services avec notre équipe pour accroître sa motivation commerciale
SV04	Jeu de rôle : articuler les 3 composantes de la réponse aux objections pour s'entraîner à y répondre
SV04	Délivrer des informations et des « ventes consultatives » au prospect/client après une vente perdue, pour le reconquérir
SV04	Conduire un entretien d'affaire perdue pour recueillir des retours d'expérience et améliorer mes résultats commerciaux
SV05	Connaître et percevoir les signes d'achat non-verbaux et verbaux pour aller vers la conclusion de la vente
SV05	Former l'équipe à connaître et utiliser les phrases de « pré-closing » et de « closing » pour conclure la vente
SV05	Former l'équipe à connaître et utiliser les 16 stratégies et les 6 tactiques pour obtenir des résultats positifs de la négociation