



# FORMATION NEGOCIATEUR TECHNICO-COMMERCIAL

## Informations générales

**Durée totale en centre : 616 heures**

**Durée totale en entreprise (stage obligatoire) : 280 heures**

**Durée totale de formation : 896 heures**

**Type de validation : Titre professionnel Négociateur Technico Commercial (inscrit au RNCP : TP-00338) Niveau III - agrément DIRRECTE**

**Code CPF : 244925**

**Public concerné :** Demandeurs d'emploi qui souhaitent occuper le poste de commercial

**Métiers préparés :** commercial, technico-commercial...

### Objectifs de la formation :

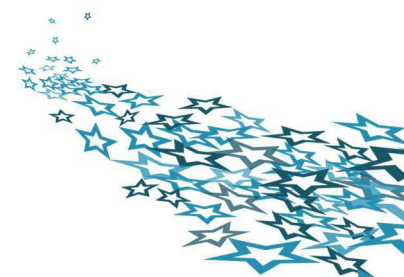
- Elaborer une stratégie commerciale omnicanale pour un secteur géographique défini.
- Prospector et négocier une proposition commerciale.

### Objectifs opérationnels de la formation :

- 1) Elaborer une stratégie commerciale omnicanale pour un secteur géographique défini.
  - Prospector un secteur géographique défini.
  - Détecter un besoin, le définir et concevoir une solution technique.
  - Négocier une proposition commerciale et conclure la vente.
  - Mettre en œuvre des actions de fidélisation et de développement de la clientèle.
- 2) Prospector et négocier une proposition commerciale.
  - Etudier l'état du marché pour adapter l'offre commerciale.
  - Organiser un plan d'action commerciale en cohérence avec les besoins du marché.
  - Faire le bilan de son activité commerciale et rendre compte à sa hiérarchie.

### Conditions d'accès :

- Niveau d'admission requis : BAC - connaissances des outils informatiques
- Réussite aux épreuves de sélection (entretien + tests d'entrée)



**Pré-requis :** Niveau BAC ou motivation du projet professionnel -connaissances rédactionnelles et informatiques obligatoires. Réussite aux épreuves de sélection (tests+entretien).

**Procédure d'admission :** Envoi du CV pour une invitation à une réunion d'information collective lors de laquelle le candidat passe des Tests écrits + entretien de motivation sur son projet professionnel.

#### **Contacts de formation :**

- Laure Cléron – Responsable pédagogique – Ingénierie formation professionnelle
- Nicole Oliver – Formatrice référente commerciale back office et proposition commerciale
- Véronique Bon - formatrice commerciale et communication
- Aline N'guyen - formatrice commerciale

#### **Validation de la formation :**

- Positionnement du participant en amont de la formation
- Etudes de cas écrits en cours de formation
- Synthèse technique devant les formateurs et un jury de professionnels
- Bilan de fin de formation
- période de mise en pratique professionnelle (stage)
- Titre professionnel Négociateur Technico-Commercial (inscrit au RNCP)



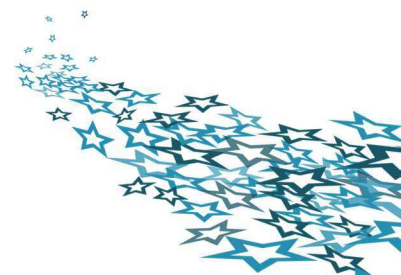
## Suivi du stagiaire

Des feuilles d'émargements sont remises aux stagiaires au fur et à mesure à signer par demie journée et faire attester par leur formateur. Lors des absences, un justificatif d'absence doit être fourni.

Des évaluations sont également réalisées durant la formation et un examen blanc en milieu de parcours avant le départ en stage afin de cibler le niveau du stagiaire.

Le formateur référent a pour rôle de faire le lien avec les stagiaires entre l'équipe pédagogique et eux.

Un bilan à mi-parcours et en fin de parcours est organisé. Il est remis aux stagiaires un questionnaire de satisfaction anonyme à remplir afin de pouvoir définir les axes d'amélioration de l'action.



## Moyens pédagogiques et techniques en présentiel

Les cours sont réalisés dans nos locaux situés de la MJC de Narbonne : Place Roger Salengro - 111000 Narbonne.

Chaque stagiaire aura à sa disposition dans nos différentes salles un ordinateur muni d'un clavier numérique et d'une souris bénéficiant chacun d'une connexion internet.

Il a la possibilité de réaliser ses cours et ses exercices lors de chaque journée dessus. Une clé USB avec l'ensemble du contenu pédagogique est remise le jour du démarrage de la formation.



## Descriptif des modules



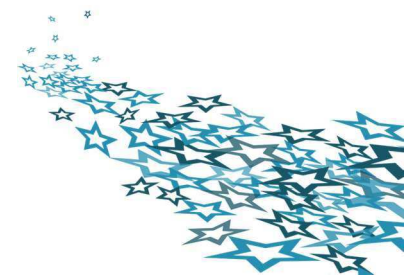
### MODULE COMMERCIALISATION

#### OFFRE COMMERCIALE / SOLUTIONS CLIENTS

- Aider le client à exprimer ses besoins / Découvrir les besoins implicites
- Co construire la solution client et renforcer les bénéfices
- Détermination et gestion de l'offre produits/services / Éléments de différenciation de l'offre
- Formalisation de la solution commerciale

#### PROSPECTION ET NEGOCIATION D'UNE SOLUTION TECHNIQUE

- Recherche des besoins et identification de la problématique client
- Identifier la solution client
- Rédiger son offre commerciale
- Retour de l'offre au client : argumentation et négociation
- Traitement des objections
- Levier de signature et conclusion



## DEMARCHE CAB

- Définir et communiquer les caractéristiques
- Les avantages : les identifier et les présenter
- Mettre en valeur les bénéfices
- La fixation du prix / Fixation : coût, valeur
- Techniques de fixation des prix (offre, demande, tarification différenciée)

## NEGOCIATION / ARGUMENTAIRE

- La négociation commerciale : Les documents commerciaux : commande, devis, contrat de service / Les conditions générales de vente : règlement, livraison, conditionnement, transport, garantie, service après-vente / Le calcul du net à payer : les réductions à caractère commerciale, les réductions à caractère financier, les frais de port / Les règles de déductibilité fiscale (TVA)
- Les contraintes juridiques
- Le particulier : Typologies de consommateurs / Critères d'achat / Motivations d'achat
- Le professionnel : Typologie d'acheteurs / Processus décisionnel / Besoins et enjeux de (ou des) l'interlocuteur (s) / Partenariat / Le suivi de la vente jusqu'à la livraison / La fidélisation de la clientèle

## MODULE OPTIMISER L'ACTIVITE COMMERCIALE

### BESOINS CLIENTS – LE MARKETING

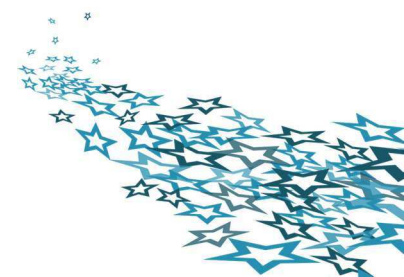
- La notion des besoins clients
- Marché potentiel et marché effectif / Le comportement du consommateur / La loi Paretto 80/20
- Analyse de la demande / analyse de la clientèle / Analyse concurrentielle

### PROSPECTION COMMERCIALE ET DEVELOPPEMENT DES VENTES

- Le plan de prospection
- L'organisation et la réalisation de la prospection
- L'évaluation et le développement de son portefeuille client
- Les opérations de communication hors médias
- Objectifs : prospection, développement, fidélisation, animation,
- Outils : mercatique directe, parrainage, mécénat

### L'APRES-VENTE :

- Les actions de suivi de la vente
- Les actions de suivi de la clientèle
- Le SAV, les réclamations



## ÉVALUATION DES PERFORMANCES COMMERCIALES ET COMPTES RENDUS

- Optimisation de son secteur, de la connaissance de son marché
- Suivi des résultats et évaluations des performances : Entonnoir de prospection / ratios / Tableaux de bord / Évaluation de la rentabilité d'une action / Calcul de flux de trésorerie prévisionnels / Retour sur investissement : délai de récupération, actualisation
- Les remontées d'informations
- L'estimation de la valeur d'un client / prospecté : chiffre d'affaires et marges réelles, potentiels, potentiels accessibles, qualification, solvabilité
- L'évaluation de la rentabilité client

## MODULE COMMUNICATION

### LA COMMUNICATION DANS LA RELATION PROFESSIONNELLE

#### APPREHENDER LES DIFFÉRENTES TECHNIQUES DE COMMUNICATION

#### LES ACTEURS DE LA COMMUNICATION

- La connaissance de soi : bilan personnel et comportemental, présentation de soi, développement de son potentiel
- La prise en compte de l'autre : diagnostic sociologique et psychologique

#### LES RELATIONS ENTRE LES ACTEURS

- Statuts et rôles
- Formes de communication (formelle, informelle)
- Types de relations
- Communication professionnelle : règles et outils
- Communication persuasive : facteurs socioculturels et psychologiques
- Techniques d'influence positive : assertivité, PNL, analyse transactionnelle, gestion du stress

#### L'EFFICACITÉ AU TÉLÉPHONE

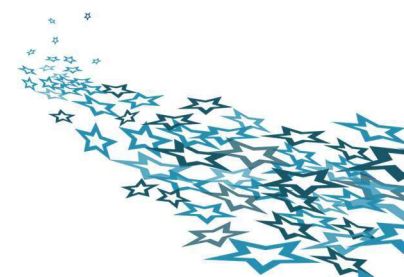
- Objectif de l'appel / La gestion des temps / L'accroche / Problématique
- Prise de RDV / Prise de congé

#### LA COMMUNICATION SUR LE NET ET LES RESEAUX SOCIAUX : REGLES DE BASE ET LES ERREURS A EVITER.

## MODULE RECHERCHE EMPLOI/STAGE

### DEFINIR LES OBJECTIFS PROFESSIONNELS

#### CV ET LETTRE DE MOTIVATION



## LA PRESENTATION EN ENTREPRISE

## CONSTITUER SON FICHER CIBLE

## L'ENTRETIEN D'EMBAUCHE

# MODULE TITRE PROFESSIONNEL-PREPARATION

**LE DP :** \_Dossier Professionnel: La préparation / Simulations

- La rédaction

## MISES EN SITUATION

- Passer l'entretien
- Rédiger un plan commercial

# MODULE POSTURE PROFESSIONNELLE : savoir être du commercial

## INTERNE

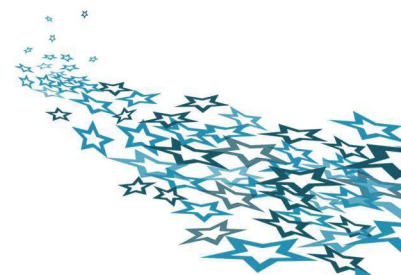
- Travailler en équipe = le partage et le rendu compte
- Les Postures et les codes par métier
- Communication interne = mobiliser les énergies en interne
- Le respect de la hiérarchie
- Les règles de politesse = retour sur les fondamentaux

## EXTERNE/CLIENTS

- Les règles de respect et de politesse
- Le respect des codes vestimentaires
- Respect des codes de branche professionnelle
- Le discernement et la posture – l'honnêteté
- Le respect de ses clients et ses concurrents – la communication et l'empathie

## GESTION DU STRESS

- S'organiser
- Rendre le stress positif
- Persévérance et patience



## MODULE METIER

### EXPORT

#### 1) Comprendre l'organisation des marchés à l'international :

- Le nouvel environnement économique des échanges internationaux.
- Comprendre le déroulement d'une opération de commerce international.
  - o Structurer sa recherche d'information
- Rechercher les sources d'information.
- Collecter les données sur son marché.
- Connaître et analyser son marché
- Analyser l'organisation de son marché.
- Segmenter son marché.
- Identifier ses clients : utiliser le réseau international public et privé.

#### 2) Quels usages des réseaux sociaux pour préparer la prospection à l'international ?

Les différentes implantations à l'export :

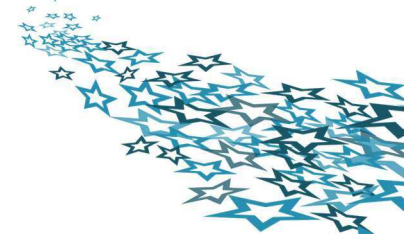
- Choisir son mode d'implantation : importateurs, agents, distributeurs, filiales...
- Préparer son dossier de prospection.
- Les critères pour sélectionner son partenaire étranger.
- Sélectionner son intermédiaire.

### ASSURANCES

- Responsabilités civiles entreprises
- Responsabilités civiles individuelles
- La "vente" du bilan assurance: les règles de construction d'un bilan assurance
- La sécurisation et l'échelle des informations
- Lisibilité, transparence et engagement vis à vis du prospect ou client
- Le stockage et la segmentation
- La mise à jour et les opérations de personnalisation
- La règle des 3P: Patrimoine, Protections, Projets
- La négociation et la découverte globale: le constat et les objectifs
- Expertise protection (bien, sociale, placement)
- Les pièges du "non-dit"
- Analyse du constat

### ENERGIES RENOUVELABLES

- Le métier de "conseiller en énergie renouvelable"
- Le marché des énergies renouvelables
- La RT 2012 et la RT 2020: qu'est ce qui va changer?
- Présentation des différentes énergies renouvelables: le thermique, le solaire photovoltaïque, l'éolien, l'hydro-électrique, les pompes à chaleur, la géothermie.



## AGROALIMENTAIRE

- 1) Politique marketing et commerciale de l'entreprise du secteur agroalimentaire et distribution
  - Techniques de vente et de négociation dans le secteur agroalimentaire et distribution
  - Connaissances techniques, économiques et réglementaires relatives à l'agroalimentaire et distribution
  - Découverte de la RSE dans le secteur agro-alimentaire
  
- 2) Négociation appliquée au commerce international des bioproduits
  - Techniques du Commerce International
  - Panorama de la Distribution
  - Panorama de la Restauration Hors Foyer

