

Description et Organisation de la formation

<< COMMERCIAL(E) >>

Le Commercial(e) prospecte un secteur de vente et vend à des entreprises ou des particuliers des produits ou prestations de services référencés. Son but est d'atteindre des objectifs de vente (chiffre d'affaires, marge, objectifs quantitatifs) dans le cadre de la politique commerciale de son entreprise.

Le Commercial(e) gère la relation commerciale avec les prospects et les clients d'un secteur de vente.

Il (elle) prospecte à distance et physiquement un secteur géographique ou spécifique.

En ciblant une clientèle d'entreprises ou de particuliers à partir de critères pertinents, il (elle) exploite les potentialités de son secteur. Il (elle) vend en face à face des produits et des prestations de services référencés répondant aux besoins de ses clients, en défendant les intérêts de son entreprise.

Il (elle) assure le suivi de ses ventes et met à jour les bases de données commerciales de l'entreprise.

Il (elle) organise ses déplacements sur son secteur de vente avec l'objectif de les optimiser.

Lors d'un entretien de vente, il (elle) négocie les conditions commerciales dans un cadre défini par sa hiérarchie et applique les conditions générales de vente de son entreprise.

Il (elle) rend compte de son activité et de ses résultats à sa hiérarchie. S'il (elle) est salarié(e), il (elle) est rattaché(e) à un responsable commercial.

Selon l'organisation commerciale de l'entreprise, il (elle) travaille en collaboration avec des assistants commerciaux, des téléprospects, des logisticiens des comptables et le service administration des ventes. Il (elle) est en relation commerciale avec les prospects, clients et prescripteurs.

Le Commercial(e) se déplace sur un secteur géographique. Il (elle) a des horaires flexibles et s'adapte à ceux des clients. Pour favoriser sa réactivité auprès des clients et de l'entreprise, il (elle) utilise des « outils nomades » (Smartphone, ordinateurs portables, systèmes de géo-localisation, tablettes). Le permis de conduire est généralement requis

La formation « commercial(le) permet d'acquérir les compétences pour :

- organiser une activité commerciale en cohérence avec les objectifs fixés.
- prospecter à distance,
- communiquer oralement avec un client ou prospect.
- prospecter physiquement avec et sans rendez-vous,
- analyser ses performances commerciales et en rendre compte,
- représenter l'entreprise et valoriser son image,
- mener un entretien de vente de produits et de services référencés aux entreprises et aux particuliers,
- assurer le suivi de ses ventes.

Programme :

Le titre professionnel repose sur l'obtention des 2 certificats de compétences professionnelles (CCP) et permet l'obtention du titre complet ou partiel (1, ou 2 CCP)

- **CCP 1 : Prospecter un secteur de vente et organiser son activité commerciale**
- **CCP 2 : Vente en face à face des produits et des services référencés aux entreprises et aux particuliers**

MODULES

- *Période d'intégration*

Objectif principal :

La sécurisation du parcours de chaque stagiaire

Les objectifs opérationnels visés vont aider le stagiaire à :

Se situer dans son espace de formation

S'engager dans les démarches administratives associées à sa formation

Comprendre l'accompagnement pédagogique déployé et le rôle du formateur référent

S'approprier le déroulement de son parcours de formation

D'identifier les moyens mis à sa disposition.

Ces objectifs sont présentés en début de formation et portés par l'équipe pédagogique tout au long du parcours.

- *Organiser son activité commerciale*

Mercatique

- Démarche mercatique.
- Etudes de marché.
- Politiques de produit, de prix, de distribution, de communication et promotion.

Calculs commerciaux

- Calculs de pourcentage (remise, ristourne, rabais).
- Détermination d'un taux.
- Prix d'achat, de vente, de revient, marge.

Gestion commerciale

- Connaissance de l'entreprise.
- Le devis.
- La commande.
- La livraison.
- La facturation.
- Les règlements.

- *Prospecter à distance*

Communiquer efficacement

- Mieux se connaître.
- Analyse transactionnelle.
- Programmation neurolinguistique.
- Communiquer devant un groupe.

Communication téléphonique / Télévente

- Spécificités de la C.T.
- Réception et émission d'appels.
- Elaboration d'un guide d'entretien.
- Techniques d'obtention de rendez-vous.

- Les réclamations

- *Prospecter physiquement avec et sans rendez-vous*

Action commerciale

- Techniques de vente.
- Techniques de prospection.
- Relations client-vendeur.
- Représentation et valorisation de l'image de l'entreprise
- Savoir s'exprimer.
- L'entretien de vente.
- Suivi du client.
- Systèmes de rémunération.
- Droit commercial.
- Commerce international.
- Plans d'actions commerciales et de communication

Analyser ses performances commerciales et en rendre compte

Organisation du travail

- Gestion du temps.
- Reporting prospections.
- Compte-rendu d'activité.
- Analyse de son activité

- *Assurer le suivi de ses ventes*

Gestion des stocks

- Problématique des stocks (rotation, suivi, réception, approvisionnement, logistique).
- Méthodes de gestion : 20/80, ABC, flux tendus.

Marchandisage

- Référencement
- Magasin
- Rayon
- Linéaire

Informatique

- **EXCEL**

- Conception d'une feuille de calculs.
- Utilisation des principales commandes et opérateurs logiques.
- Collage et liaison.
- Présentation et mise en page.

- Les graphiques.
- Liste utilisée comme base de données.
 - **WORD**
- Fonctions de mise en forme.
- Créer une lettre-type – Réaliser un publipostage.
 - **INTERNET et MESSAGERIE**
- Rechercher sur Internet, organiser les favoris.
- Consulter, envoyer, classer des messages/fichiers.

- *Environnement social et professionnel- Education à la santé et à la citoyenneté*

Education à la santé :

Objectifs :

- Appréhender les différents aspects du cadre de vie des personnes :
 - hygiène
 - alimentation
 - médicaments
 - conduites addictives

Contenu : Brainstorming sur les expériences personnelles en collectif ou en individuel, repérage des conduites à modifier

Contrat moral avec les personnes sur la mise en place des modifications.

Citoyenneté :

Outre un statut juridique et des rôles sociaux, la citoyenneté se définit aussi par des valeurs que nous abordons fréquemment dans nos contenus de formation.

On peut en évoquer au moins trois, traditionnellement rattachées à la citoyenneté :

La civilité : il s'agit d'une attitude de respect, à la fois à l'égard des autres , mais aussi à l'égard des bâtiments et lieux de l'espace public. C'est une reconnaissance mutuelle et tolérante des individus entre eux, au nom du respect

de la dignité de la personne humaine, qui permet une plus grande harmonie dans la société.

Le civisme : il consiste, à titre individuel, à respecter et à faire respecter les lois et les règles en vigueur, mais aussi à avoir conscience de ses devoirs envers la société. De façon plus générale, le civisme est lié à un comportement actif du citoyen dans la vie quotidienne et publique. C'est agir pour que l'intérêt général l'emporte sur les intérêts particuliers.

La solidarité : elle est importante, en effet, dès lors que les citoyens, dans une conception classique, ne sont pas de simples individus juxtaposés, mais un ensemble d'hommes et de femmes attachés à un projet commun. Elle correspond à une attitude d'ouverture aux autres qui illustre le principe républicain de fraternité.

Il est important de travailler ces thématiques pour que nos apprenants réfléchissent à ces notions et s'insèrent plus « citoyennement » en entreprise

- *Valorisation et sécurisation du parcours - validation - plan d'action*

Objectifs :

Valoriser les compétences, élever son niveau de qualification, et obtenir les certifications et /ou le Titre professionnel

Obtenir un contrat de travail dans le secteur professionnel

Contenu :

Valorisation du parcours

- Réaliser le Dossier de Synthèse de Pratique Professionnelle par la méthode de l'explicitation afin de recenser, apprécier les activités réalisées et mettre en valeur les compétences acquises
- Présenter les compétences acquises lors des activités devant un jury de professionnels

Session de validation : épreuves finales de certification partielle ou titre complet

- Bilan : en lien avec le résultat de la certification, les actions nécessaires en cas de non admission.

Plan d'action - positionnement emploi - suivi :

- Portefeuille de compétences : présentation, utilisation de l'outil, capitalisation, parcours personnel et professionnel
- Méthodes, outils, CV, lettre de motivation, recherches, entretiens de recrutement, accompagnement au positionnement emploi
- Plan d'action: définition des actions à l'issue de la formation, Suivi de la mise en œuvre du Plan d'action, suivi de la contractualisation avec l'entreprise qui recrute

Lieu de formation : Toulon

Date de début : 02/11/2015

Date de fin : 28/03/2016

La formation comprend 700 heures

- *Durée centre: 420 heures*
- *Durée entreprise: 280 heures*