



Federation for **E**Ducation in **E**urope
Fédération Européenne Des Ecoles

SHARING EDUCATION, SHAPING THE FUTURE



CERTIFICAT DE COMPETENCES

Les Techniques de Vente

Certificat enregistré à l'Inventaire de la Commission Nationale des Certifications Professionnelles par arrêté officiel en date du 26.03.2018, n° 3422.



www.fede.education



INGO dotée du statut participatif auprès du Conseil de l'Europe - OING dotée du statut consultatif auprès de la Francophonie
Registre de transparence de l'Union européenne - 313869925841-90 - FEDE, 114 rue du Rhône, Genève, Suisse - RC Genève : CHE-109.997.364



Federation for **ED**ucation in **EU**rope
Fédération Européenne Des Ecoles

La Fédération Européenne Des Écoles - Federation for EDucation in Europe - FEDE

La FEDE est une Organisation Internationale Non Gouvernementale (OING), institution supranationale, créée en 1963 et dotée du statut participatif auprès du Conseil de l'Europe.

Elle fédère un réseau international de plus de 500 établissements d'enseignement supérieur et professionnel, dans 35 pays et sur 4 continents qui partagent un projet commun d'excellence académique, d'innovation pédagogique, de recherche scientifique et d'ouverture au monde.

La FEDE délivre plus de 150 diplômes et certificats européens accessibles principalement en anglais et en français, pour certains en plusieurs langues européennes (espagnol, allemand, italien, etc.), du Foundation Degree, Bachelor européen, Mastère européen, MBA européen, jusqu'au DBA Doctorate of Business Administration.

La FEDE compte un réseau international de plus de 180 000 diplômés.

SOMMAIRE

| | |
|---|-----------|
| PRESENTATION | 4 |
| Objectifs | 4 |
| Valeur ajoutée | 4 |
| Métiers | 4 |
| Programme | 5 |
| Architecture du certificat | 5 |
| | |
| MODULE 1 | 6 |
| L'ORGANISATION DE LA PROSPECTION COMMERCIALE | 6 |
| A. Objectifs | 6 |
| B. Compétences visées | 6 |
| C. Évaluation | 7 |
| | |
| MODULE 2 | 8 |
| LES DIFFERENTES ETAPES DE L'ENTRETIEN DE VENTE | 8 |
| A. Objectifs | 8 |
| B. Compétences visées | 8 |
| C. Évaluation | 9 |
| | |
| MODULE 3 | 10 |
| LA NEGOCIATION CLIENT | 10 |
| A. Objectifs | 10 |
| B. Compétences visées | 10 |
| C. Évaluation | 10 |
| | |
| RÈGLEMENT | 11 |
| CERTIFICAT DE COMPETENCES - LES TECHNIQUES DE VENTE | 11 |
| A. Dispositions générales | 11 |
| B. Référentiel du Certificat de compétences Les Techniques de vente | 11 |
| C. Modalités de préparation | 11 |
| D. Conditions de délivrance | 11 |
| E. Calendrier des évaluations | 11 |

PRESENTATION

Certificat officiel de compétences FEDE, Fiche n° 3422, enregistré à l'Inventaire de la Commission Nationale des Certifications Professionnelles par décision de la Commission plénière du 26 mars 2018.

Certification inscrite à la liste nationale des formations éligibles au CPF (LNI). Code CPF : 230070.

Objectifs

Cette certification participe, en structurant et améliorant les techniques de vente, à l'essor du chiffre d'affaire de l'entreprise en appréhendant les nouveaux enjeux et motivations des clients.

Elle vise à maîtriser les étapes de l'acte de vente ; de la prospection commerciale avec une gestion structurée et optimisée ; aux étapes de l'entretien de vente, à la stratégie de négociation.

Elle contribue à professionnaliser les collaborateurs en leur fournissant, outils techniques et méthodes leur permettant d'appréhender chaque étape efficacement pour conclure leurs ventes.

Valeur ajoutée

Cette certification est une voie à une mobilité professionnelle interne ou externe à l'entreprise et permet aux individus d'évoluer et de progresser dans leurs fonctions et leurs responsabilités.

Les entreprises formant leurs collaborateurs à cette compétence voient croître leurs chiffres d'affaires.

En effet, cette certification représente un moteur pour la croissance de l'entreprise en améliorant et harmonisant leurs pratiques commerciales autour d'un socle commun de compétences.

De fait, l'entreprise se retrouve dans une logique de vendre mieux pour vendre plus.

Métiers

- Responsable magasin
- Conseiller de vente
- Attaché commercial
- Attaché technico-commercial
- Manager de rayon de la grande distribution
- Business developer
- Responsable de secteur

Programme

La formation s'étale de 1 à 21 jours en fonction du niveau du candidat et de ses objectifs. La durée est également fonction de son environnement professionnel, de ses qualifications et de son parcours personnel.

La formation est dispensée sous la forme de 3 modules suivis en continu ou discontinu. La pédagogie privilégie les séquences participatives mobilisant l'interactivité, la prise d'initiative et l'esprit critique (mises en situations professionnelles, étude de cas, auto-positionnement...).

Des séminaires peuvent être programmés en inter ou intra entreprise, suivis en présentiel ou en distanciel selon la situation personnelle ou professionnelle (géographique, mobilité, handicap, disponibilité...) du candidat.

Architecture du certificat

| Modules |
|---|
| Module 1 L'organisation de la prospection commerciale |
| Module 2 Les différentes étapes de l'entretien de vente |
| Module 3 La négociation client |

MODULE 1

L'ORGANISATION DE LA PROSPECTION COMMERCIALE

A. Objectifs

Ce module permet aux apprenants de comprendre les enjeux et la gestion de la prospection commerciale.

B. Compétences visées

À l'issue de la formation, les apprenants doivent être capables :

- De déterminer le profil des prospects ciblés en s'interrogeant sur les secteurs ou acteurs susceptibles d'utiliser l'offre pour permettre une recherche d'informations optimisées.
- De créer un fichier de prospection ciblé en utilisant internet et toutes les sources d'informations disponibles pour recueillir un maximum d'informations sur les prospects.
- De segmenter et réorganiser son fichier prospect par ordre de potentiel et de priorité pour faciliter et optimiser la prospection commerciale.
- D'élaborer et mettre en œuvre un plan de prospection clair et pourvu d'objectifs réalisables pour définir les actions commerciales ciblées à réaliser.
- D'identifier les canaux de communication adéquats pour contacter le prospect.
- De concevoir une argumentation adaptée aux différents canaux de communication permettant de faciliter les premiers échanges.
- De construire des outils commerciaux de communication pour prolonger et appuyer la transmission des messages.
- De rassembler et retranscrire toutes les nouvelles informations recueillies dans son fichier de prospection pour assurer un suivi et permettre de planifier les futures actions.
- De construire un argumentaire de vente en rassemblant les informations nécessaires pour faciliter l'entretien téléphonique.
- D'utiliser les techniques de gestion des barrages téléphoniques pour accéder à l'interlocuteur souhaité.
- De réaliser une présentation succincte de soi et de l'entreprise pour maintenir l'attention du prospect.
- De réaliser une accroche percutante et personnalisée permettant d'asseoir sa crédibilité et éveiller l'intérêt du prospect.
- De présenter son offre et répondre avec précision aux questions posées, en s'appuyant sur les informations préalablement préparées, pour rassurer le prospect et créer un climat de confiance.
- D'utiliser les techniques de prises de rendez-vous au téléphone pour en obtenir un.

C. Évaluation

L'évaluation des connaissances, des aptitudes et des compétences pour le Module 1 « L'organisation de la prospection commerciale » s'effectue en cours de formation, en deux temps.

- Dans un premier temps, sous la forme d'un cas pratique sur l'organisation d'une prospection commerciale avec présentation orale.

Il est remis au candidat une étude de cas décrivant l'organisation d'une entreprise, ses activités, ses offres, ses ressources, sa typologie de clients, ainsi qu'une base de données clients.

Il est demandé au candidat :

- d'identifier les prospects ciblés ;
 - d'extraire une liste de prospects et de segmenter le fichier par ordre de potentiel ;
 - d'élaborer un plan de prospection associé à des objectifs d'actions commerciales à mener ;
 - d'identifier les canaux de communications appropriés à la cible de prospect et de concevoir une argumentation adaptée ;
 - de créer différents supports de communication à utiliser dans sa démarche de prospection commerciale.
- Dans un second temps, sous la forme d'un jeu de rôle sur une action de prospection téléphonique.

À partir d'un scénario remis au candidat au préalable, il lui est demandé de préparer un argumentaire de vente, une présentation et une accroche lui permettant d'avancer dans la prospection téléphonique jusqu'à la prise de rendez-vous. Le jeu de rôle est joué par le candidat et un autre candidat joue le prospect.

MODULE 2

LES DIFFERENTES ETAPES DE L'ENTRETIEN DE VENTE

A. Objectifs

Ce module permet aux apprenants de maîtriser les différentes étapes de l'entretien de vente, de la prise de contact jusqu'à la conclusion d'une vente, en face à face ou par téléphone.

B. Compétences visées

À l'issue de la formation, les apprenants doivent être capables :

- D'appréhender le fonctionnement du marché européen en tenant compte de la réglementation, du contexte et des diversités culturelles propres à chaque pays pour permettre d'adapter son approche commerciale.
- De découvrir le contexte du prospect en tenant compte des informations préalablement recueillies pour permettre un questionnement adapté sur son besoin potentiel.
- De réaliser une présentation claire et dynamique de son entreprise et de son offre pour susciter l'envie auprès du prospect de poursuivre l'entretien.
- D'identifier le profil comportemental et culturel du prospect pour adapter son attitude et faciliter la communication.
- D'utiliser les techniques de communication : d'écoute active, de reformulation et de questionnement pour obtenir toutes les informations nécessaires à une compréhension optimale du besoin et des motivations d'achat du prospect.
- D'utiliser les techniques d'observations du non verbal pour déceler et décoder les modifications de comportement du prospect et permettre d'adapter son argumentaire.
- De structurer son argumentaire de vente en le personnalisant et l'adaptant aux besoins réels du prospect pour correspondre à ses attentes.
- D'utiliser les techniques de traitement des objections du prospect pour les transformer en opportunités commerciales.
- D'apporter des réponses concrètes et pertinentes aux questions posées pour rassurer le prospect et réduire ses résistances.
- De concevoir une proposition commerciale adaptée aux besoins du prospect indiquant des tarifs des produits ou services cohérents permettant d'obtenir son accord.
- De conclure la vente en utilisant les techniques de closing permettant de finaliser l'action en suscitant un sentiment de satisfaction chez le client.
- De créer les conditions favorables à une relation durable avec le client pour obtenir des recommandations actives et des possibilités de ventes additionnelles.

C. Évaluation

L'évaluation des connaissances, des aptitudes et des compétences pour le Module 2 « Les différentes étapes de l'entretien de vente » s'effectue en cours de formation, en deux temps.

- Dans un premier temps, sous la forme d'un jeu de rôle sur un entretien de vente en face à face avec soutenance orale.

Il est remis au candidat un scénario décrivant le contexte interculturel de l'entretien à réaliser, le profil du prospect, le prix et l'offre à défendre. Le candidat doit dans un premier temps, construire son argumentaire de vente puis il conduit l'entretien de vente en respectant les différentes étapes. Le rôle du prospect est joué par un autre candidat, auquel on est remis un scénario.

Lors de la soutenance orale, le candidat présente la méthodologie et les techniques utilisées.

- Dans un second temps, sous la forme d'un autre jeu de rôle sur un entretien de vente au téléphone avec soutenance orale.

Il est remis au candidat un scénario décrit dans son contexte et l'offre à défendre face au prospect. Le candidat conduit l'entretien téléphonique en respectant les différentes étapes de l'entretien de vente.

Lors de l'oral, il présente les différentes étapes et techniques utilisées et est interrogé sur sa connaissance des outils permettant d'assurer la fidélisation et le suivi commercial.

MODULE 3

LA NEGOCIATION CLIENT

A. Objectifs

Ce module permet aux apprenants d'acquérir les techniques de négociation fondamentales dans le cadre d'une démarche commerciale.

B. Compétences visées

À l'issue de la formation, les apprenants doivent être capables :

- De préparer sa négociation en amont en identifiant le prix plancher, les paramètres sur lesquels jouer et dans quelle mesure, les concessions avec ou sans contreparties possibles pour obtenir une vision globale des scénarios possibles et pouvoir les anticiper.
- D'élaborer une proposition de prix pertinente et en adéquation par rapport à la marge attendue et le niveau d'acceptation du prospect pour obtenir l'adhésion du client.
- De négocier les marges commerciales de son offre en tenant compte de la réglementation du marché européen pour aboutir à un accord financier permettant la satisfaction des deux parties dans un principe de « gagnant-gagnant ».
- D'élargir le champ de la négociation pour couvrir tous les aspects de la vente (modes, délais, durée du contrat).
- D'utiliser les techniques de négociation appropriées à la situation commerciale et en prenant en compte les différences culturelles du client pour favoriser l'acte de vente.

C. Évaluation

L'évaluation des connaissances, des aptitudes et des compétences pour le Module 3 « La négociation client » s'effectue en cours de formation, sous la forme d'un jeu de rôle à l'oral sur une négociation client.

Il est demandé au candidat durant sa préparation d'élaborer une stratégie de négociation pour aboutir à un mode « gagnant-gagnant » en fixant un prix, qu'il doit ensuite présenter et défendre face au prospect, joué par un autre candidat.

RÈGLEMENT

CERTIFICAT DE COMPETENCES - LES TECHNIQUES DE VENTE

A. Dispositions générales

Art. 1 - Le Certificat de compétences Les Techniques de Vente est délivré par le Centre Européen des Examens de la Fédération Européenne Des Ecoles. Il atteste que son titulaire a acquis les connaissances, capacités et compétences telles que visées dans le présent référentiel.

B. Référentiel du Certificat de compétences Les Techniques de vente

Art. 2 - Le programme du Certificat de compétences Les Techniques de Vente comprend trois modules thématiques permettant d'obtenir les connaissances, capacités et compétences telles que visées dans le référentiel. Les enseignements et les évaluations correspondantes peuvent être en français et/ou en anglais.

Art. 3 - Le référentiel fixe les compétences visées et les modalités d'évaluation.

C. Modalités de préparation

Art. 4 - Le Certificat de compétences Les Techniques de Vente est préparé au sein d'un établissement membre de la FEDE, en formation continue. Avant de valider son inscription, chaque participant bénéficie d'un entretien oral de positionnement organisé par l'établissement, pour vérifier l'adéquation de ses attentes et de son projet professionnel avec le contenu de la certification et la durée de la formation.

Art. 5 - Pour se présenter aux évaluations les apprenants doivent :

Sur le plan administratif :

- être inscrit ou avoir été inscrit dans un établissement d'enseignement membre de la FEDE ;

ET

- être inscrit auprès de la FEDE en vue de l'obtention du Certificat de compétences Les Techniques de Vente.

Sur le plan financier :

- s'être acquitté auprès de la FEDE des droits non sécables d'inscription et d'évaluation, quel que soit le nombre de modules présentés, et exigés au moment de l'inscription, fixés forfaitairement à 50 € (2019).

D. Conditions de délivrance

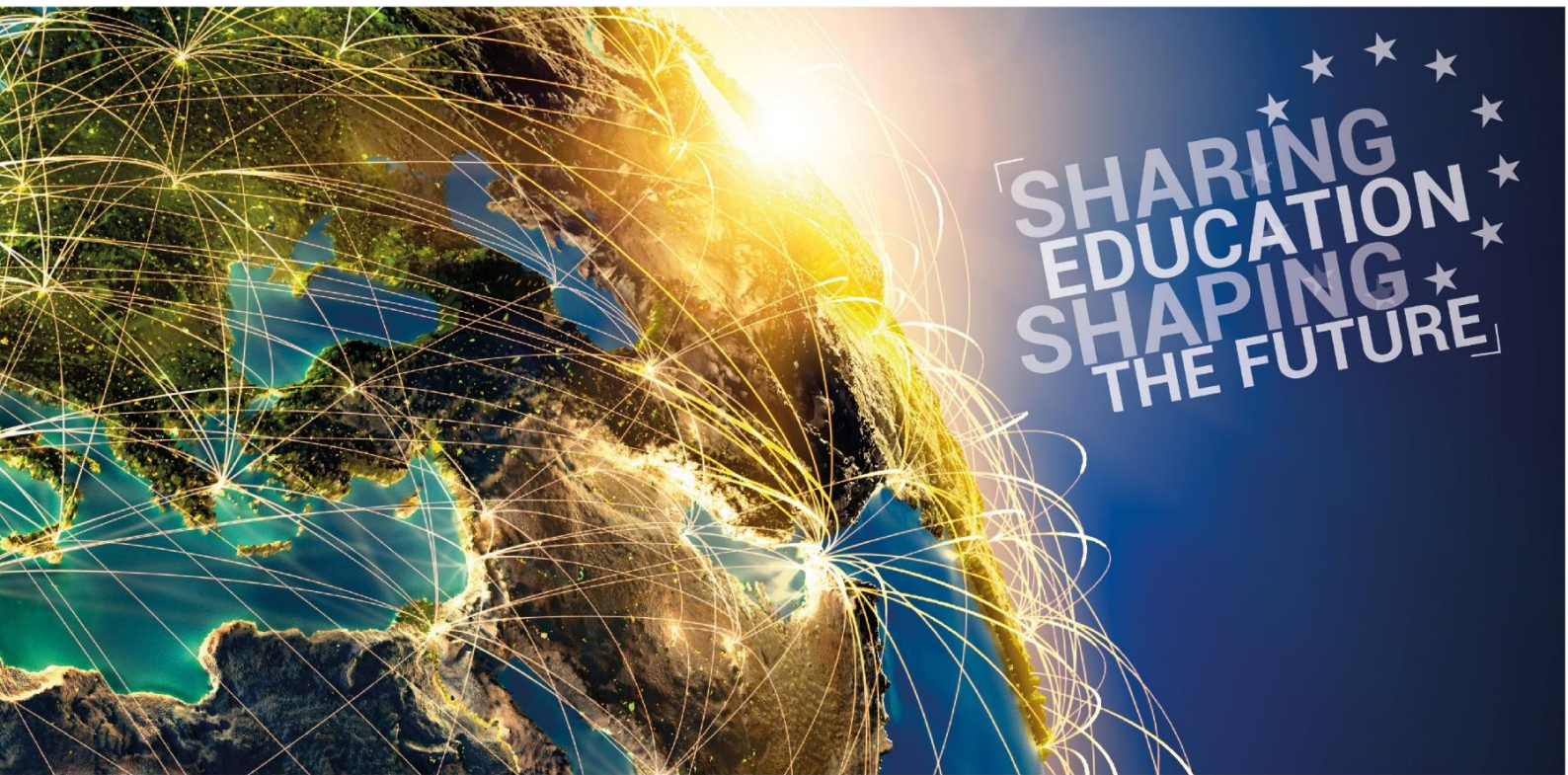
Art. 6 - Le Certificat de compétences Les Techniques de Vente est délivré par un Jury attestant d'une part de la validation de chacun des trois modules de formation et d'autre part de la maîtrise par le candidat des capacités, compétences, savoir et savoir-faire constitutifs des modules développés dans le référentiel de formation du diplôme. Le jury de certification doit être composé de trois personnes : le formateur référent qui accompagne les participants tout au long de la formation, deux personnes extérieures à la formation appartenant au monde de l'entreprise ou de la formation.

Art. 7 - Toute fraude, tout plagiat, toute tentative de fraude ou de plagiat dûment constatée correspond à un échec à l'évaluation concernée.

Art. 8 - L'établissement tient à disposition de la FEDE le descriptif complet du contenu et de l'organisation de la formation et des évaluations.

E. Calendrier des évaluations

Art. 9 - Les évaluations des trois modules sont réalisées en cours de formation. Elles s'organisent selon l'organisation propre à chaque établissement.



Federation for **E**Ducation in **E**urope
Fédération Européenne Des Ecoles
www.fede.education

INGO holding participatory status with the Council of Europe
OING dotée du statut participatif auprès du Conseil de l'Europe
INGO holding consultative status with La Francophonie
OING dotée du statut consultatif auprès de La Francophonie

FEDE - Rue du Rhône, 114 - 1204 Genève - SUISSE
www.fede.education - fede@fede.education