

NÉGOCIATEUR D'AFFAIRES B2B

Diplôme de Niveau II (Bac+3) - Inscrit au R.N.C.P. (Répertoire National des Certifications Professionnelles)
Publié au Journal Officiel du 03 juillet 2014

OBJECTIF DE LA FORMATION

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Elaborer le plan d'action commerciale dans son périmètre de responsabilité pour décliner la stratégie commerciale de son entreprise.
- Mettre en œuvre le plan d'action commerciale pour positionner l'entreprise sur de nouveaux marchés en consolidant son portefeuille.
- Mener des négociations contractuelles complexes pour construire une offre personnalisée satisfaisant les différentes parties.
- Présenter une proposition commerciale mise en forme pour obtenir l'accord contractuel définitif.
- Développer un dispositif de veille concurrentielle et d'évolution de ses marchés.

PUBLIC ET PRE-REQUIS

Cette formation s'adresse à toutes personnes titulaires d'un diplôme de niveau III.

DUREE ET PERIODE

490 heures de formation

CONTENU

Négociation – Les fondamentaux

35 heures

Objectifs du module

Maitriser le mécanisme de la négociation et les techniques fondamentales pour mener à bien avec succès une vente de produits ou de services en BtoB.

Contenu du module

Le mécanisme de la négociation commerciale
Entrer en contact
Découvrir son client et ses besoins
L'argumentation comme suite logique de la découverte
La conclusion : une issue logique naturelle
La consolidation et la fidélisation
Spécificité de la vente de services

Négocier en situation conflictuelle

14 heures

Objectifs du module

Identifier son positionnement personnel dans une situation conflictuelle
Connaître les clefs pour désamorcer l'agressivité et rétablir l'esprit de collaboration

Contenu du module

Les mécanismes de la tension en négociation : identifier les raisons et le mécanisme de l'escalade
La communication interpersonnelle au service du négociateur (se connaître)
La négociation raisonnée : fondements, étapes

Négociation II – La vente complexe

28 heures

Objectifs du module

Comprendre et utiliser les fondamentaux des négociations d'affaires, afin de conduire avec méthode et succès les négociations rendues complexes, en raison de la multiplicité des paramètres à négocier, du nombre croissant des protagonistes impliqués dans la décision et la mise en œuvre de contrats, et des conséquences importantes en cas de désaccord pour l'une ou l'autre des parties prenantes

Contenu du module

Les caractéristiques et les enjeux
Comment préparer et se préparer
Mener une négociation avec plusieurs interlocuteurs
Mener une négociation à plusieurs
Dérouter les étapes

Génération de leads à l'ère du digital

21 heures

Objectifs du module

Etre en capacité de générer des leads qualifiés en utilisant les ressources du web et des réseaux sociaux

Contenu du module

Panorama des différentes méthodes de génération de leads
Le web marketing et ses étapes
Présence et visibilité sur la toile
Le marketing des réseaux sociaux

Stratégie commerciale et plan d'actions commercial

21 heures

Objectifs du module

Décliner la stratégie commerciale l'entreprise, définir les objectifs commerciaux, choisir les actions commerciales pertinentes, construire un plan d'actions commercial.

Contenu du module

Bâtir son plan commercial
Les méthodes d'un « suivi de portefeuille » structuré
La prospection multicanal
Analyser ses performances et les améliorer
Construire un outil de suivi
Prévoir ses ventes : les différentes méthodes

Approche spécifique des grands comptes

14 heures

Objectifs du module

Adapter sa stratégie et sa démarche commerciale aux spécificités commerciales des prospects et clients grands comptes et comptes stratégiques.

Contenu du module

La vente Grands Comptes
Les démarches spécifiques
Les outils et démarches de pilotage d'un grand compte
L'acheteur Grands Comptes

Propositions et écrits commerciaux

14 heures

Objectifs du module

Rédiger des propositions commerciales complexes et personnalisées, en reprenant les éléments recueillis lors de l'entretien de découverte pour se différencier et obtenir l'accord sur l'objectif de la proposition.
Tirer parti de toutes les occasions d'entrer en relation par écrit avec ses clients/prospects pour en faire une action commerciale à valeur ajoutée permettant de se démarquer et d'optimiser le suivi.

Contenu du module

L'importance des écrits dans l'entreprise
Les fondamentaux de la communication écrite commerciale
Les différentes opportunités commerciales à travers les écrits : les occasions « simples », la proposition

Techniques d'achat

21 heures

Objectifs du module

Comprendre les enjeux, les stratégies et les techniques des acheteurs professionnels afin d'adapter sa démarche commerciale et sa stratégie de négociation.

Contenu du module

Le rôle de la fonction achat et son poids dans l'entreprise
Le marketing achat pour connaître son marché des fournisseurs et définir sa stratégie
Réaliser une consultation fournisseur
Les contrats achats
Analyse de la performance des achats

Gestion de projet**14 heures****Objectifs du module**

Acquérir la méthode pour mener un projet dans le cadre du développement du travail

Contenu du module

Les fondamentaux de la gestion de projet
Identifier les besoins et les ressources pour réaliser le projet
Organiser le projet
Contrôler le déroulement du projet
Maîtriser les coûts et les délais

Le téléphone commercial**14 heures****Objectifs du module**

Maîtriser l'utilisation du média téléphone au service de l'action commerciale
Elaborer une campagne de marketing téléphonique et construire les outils correspondants

Contenu du module

Les fondamentaux de l'utilisation du média téléphone
Préparer son action
Rédiger un script d'appel
Application : la prise de RV

Marketing direct**14 heures****Objectifs du module**

Réaliser ou participer à la réalisation d'une campagne de marketing direct multicanal.

Contenu du module

Le marketing direct, sa place dans la démarche marketing-vente
Les différentes méthodes
Les conditions de réussite
Le mailing/e-mailing / newsletter

Organisation de tournée**7 heures****Objectifs du module**

Travailler son secteur géographique
Organiser ses déplacements
Utiliser aussi la prospection physique

Contenu du module

La prospection physique
Méthodologie d'organisation de tournée

Management stratégique d'entreprise**21 heures****Objectifs du module**

A l'aide des outils d'analyse de l'entreprise et de son environnement, comprendre la démarche pour faire des choix stratégiques pertinents. Ce module décrit les principes de base du management stratégique en prenant appui sur les modalités de l'entrepreneuriat, genèse à toute création de projets d'entreprise.

Contenu du module

Les familles de structures les plus courantes
Les principaux facteurs externes structurant l'entreprise
Les grandes fonctions, leur rôle, les relations et objectifs y étant associés
Les influences culturelles dans un contexte de mondialisation
Les différentes phases de création d'entreprise et de mise en perspective
Le positionnement stratégique et des déclinaisons opérationnelles
Outils d'analyses stratégiques

Marketing stratégique**14 heures****Objectifs du module**

Comprendre la démarche de marketing stratégique pour faire le lien entre marketing et action commerciale afin de :
Traduire les objectifs marketings en objectifs commerciaux
Intégrer son rôle de relais d'information pour faire remonter des informations pertinentes

Contenu du module

Marketing et entreprise
Le marché
Le marketing mix (du 4P au 6P)
Définition sa stratégie et son plan marketing
Déclinaison du plan marketing en plan d'actions commerciales
Le marketing sectoriel

Gestion / Finance**21 heures****Objectifs du module**

Comprendre et utiliser les principaux outils de gestion
Pour appréhender la rentabilité et la solvabilité d'une entreprise
Mesurer les conséquences économiques des choix commerciaux
Construire un business plan, outil stratégique, alliant approche financière, marketing et commerciale

Contenu du module

Les documents comptables : compte de résultat et bilan
L'analyse financière : méthodologie
Les SIG : calcul, analyse, diagnostic de solvabilité et/ou rentabilité
Etudier la rentabilité et la solvabilité d'une entreprise
Le business plan, outil de stratégie d'entreprise

Droit des affaires**14 heures****Objectifs du module**

Connaitre les implications juridiques des situations commerciales courantes.

Contenu du module

Notions de fonds de commerce
Approche du contrat commercial
Approche de la réglementation de la concurrence nationale et européenne
Approche des notions de juridiction et de contentieux
La loi et la juridiction du commerce
Les formes de contentieux commercial
Limites et contrôles de la liberté commerciale : la DGCCRF

Fidélisation**7 heures****Objectifs du module**

Intégrer la fidélisation comme un des piliers de sa pratique commerciale
Inclure dans son Plan d'Actions Commercial des actions de fidélisation percutante

Contenu du module

Les enjeux
Les conditions de réussite
Les actions de fidélisation cross canal en fonction des objectifs et de la cible
L'impact du digital

Management commercial**14 heures****Objectifs du module**

Comprendre les fondements d'un management motivant
Identifier les clefs de la réussite et les principales erreurs à éviter pour se préparer à une future fonction d'encadrement

Contenu du module

Le manager de proximité
Le mécanisme de la motivation
Le concept de performance
L'entretien annuel d'évaluation
La réunion commerciale motivante
La prise de poste réussie

Bureautique Power Point**3.5 heures****Objectifs du module**

A l'issue de ce module, chaque alternant sera capable de construire un diaporama attractif pour soutenir son action commerciale

Bureautique Excel**17.5 heures**

Maîtriser Excel pour :
Concevoir, modifier et représenter graphiquement des tableaux
Créer des formules afin d'automatiser les calculs
Créer un tableau croisé dynamique appliqué au métier commercial

Rappels sur Excel
Importer des données dans Excel
Enrichir ses données avec les fonctions de calculs
Organiser son tableur en outils de gestion client
Créer des reporting et présenter des résultats
Envisager les scénarii

Anglais

28 heures

Objectifs du module

Faire face aisément aux situations commerciales les plus fréquentes
Pour présenter son métier et ses spécificités
Pour réaliser une présentation « produits » à un prospect/client

Contenu du module

Dans le cadre d'un entretien de recrutement, argumenter sur ses compétences et décrire son expérience professionnelle
Construire une présentation de produit soutenue par un diaporama

Communication écrite

10.5 heures

Objectifs du module

Rédiger des écrits qualitatifs et adaptés aux objectifs et à la cible

Contenu du module

Qu'est-ce qu'une communication efficace ?
Qu'est-ce qu'une communication attractive ?
La prise de note
Analyse de texte business

Prise de parole en public

14 heures

Objectifs du module

Acquérir des techniques et des méthodes pour améliorer l'image de soi et l'impact de ses interventions en public

Contenu du module

Jeux de scènes

MOYENS PEDAGOGIQUES, TECHNIQUES ET D'ENCADREMENT

Les cours sont organisés sous forme de face à face pédagogique avec des applications régulières.

Chaque salle de cours est équipée d'un ordinateur et d'un vidéoprojecteur.

Les cours à caractère professionnel nécessitant un outil informatique par stagiaire se déroulent soit en salle informatique (30 postes) soit en salle 03 (22 postes).

La présence du stagiaire est contrôlée à l'aide d'attestations de présence signées tout au long de l'année.

SUIVI ET EVALUATION

Questions orales ou écrites (exercices type examen, QCM, ...)

Dossier à réaliser (parcours de professionnalisation, situations professionnelles)

Mise en situation

Fiches d'évaluations, entretien avec un jury professionnel

SANCTION DE LA FORMATION

Certification professionnelle de niveau II enregistrée au RNCP

Attestation de fin de formation remise au stagiaire mentionnant la nature et la durée de l'action de formation et précisant les objectifs atteints en termes de capacités