



NEGOCIATEUR TECHNICO-COMMERCIAL – NTC



TITRE HOMOLOGUE MINISTERE DE L'EMPLOI – NIVEAU III – BAC+2
RECONNU AU REPERTOIRE NATIONAL DES CERTIFICATIONS PROFESSIONNELLES

PUBLIC VISE :

Tout public
 Contrat et période de professionnalisation
 Congé Individuel de Formation
 Plan de formation
 Aide Individuelle à la Formation
 Compte Personnel de Formation
 Validation des Acquis de l'Expérience

PRE-REQUIS :

- Niveau IV (BAC) et/ou expérience significative de travail permettant une adaptation rapide aux conditions d'apprentissage

POSITIONNEMENT :

Entretiens individuels
 Tests et mises en situation si requis
 Modularisation des parcours en fonction des résultats d'évaluation

ORGANISATION DE LA FORMATION :

Cours collectifs
 Formation alternant périodes en centre et périodes en entreprise

DUREE TOTALE DE LA FORMATION :

heures

OBJECTIFS DE FORMATION :

A l'issue de la formation le titulaire de ce titre sera capable de :

- ➔ Prospector, présenter et négocier une solution technique
- ➔ 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
- ➔ Etudier l'état du marché pour adapter l'offre commerciale
- ➔ Organiser un plan d'action commercial en cohérence avec les besoins du marché
- ➔ Faire le bilan de son activité commerciale et rendre compte à sa hiérarchie

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES :

- ➔ Avoir le sens du contact
- ➔ Etre capable de s'adapter
- ➔ Avoir des aptitudes à la communication
- ➔ Avoir le goût de la négociation
- ➔ Avoir une bonne présentation
- ➔ Etre dynamique et disponible

PERSPECTIVES METIERS :

TECHNICO COMMERCIAL
 CHARGE(E) D'AFFAIRES





PROGRAMME :

Activité 1 : Prospector, présenter et négocier une solution technique

Compétence 1: Prospector un secteur géographique défini

Utiliser des logiciels de géomarketing tel le GPS et/ou de géolocalisation	Le tissu économique et industriel du secteur à prospector
Rédiger des fiches prospects correctement renseignées	Les priorités en termes de ciblage et de démarchage
Mettre en œuvre un plan de déplacement rationnel	L'argumentaire de découverte d'un prospect
Prospector par téléphone et en face-à-face	La technique de prospection par téléphone
Qualifier un fichier	La technique de prospection terrain
Maîtriser les techniques de prospection	

Compétence 2: Détecter un besoin, le définir et concevoir une solution technique

Savoir conclure en respectant l'intérêt des deux parties	Les produits et services référencés
Utiliser des logiciels de gestion commerciale	Les modes de paiement et les conditions financières de l'entreprise
Rédiger des écrits professionnels courants	La réglementation en vigueur selon la nature des produits/services proposés

Compétence 3: Négocier une proposition commerciale et conclure la vente

Préparer et dérouler un argumentaire de vente	Les techniques de communication orales et écrites
Détecter les attentes du prospect	Les techniques de vente
Traiter les objections	Les calculs commerciaux
	Les moyens de règlement et de financement
	L'environnement de l'entreprise, ses produits et ses tarifs

Compétence 4: Mettre en œuvre des actions de fidélisation et de développement de la clientèle

Concevoir et utiliser un planning pour le suivi des affaires en cours	Les conditions générales de vente
Mettre en œuvre des actions réalistes de règlement des litiges ou de situations conflictuelles	Les procédures en matière de traitement des réclamations
Animer et consolider une relation commerciale pérenne avec les clients	Les différents moyens et actions disponibles pour organiser et animer des manifestations commerciales
Participer à des opérations commerciales en vue d'assurer la promotion des produits/services auprès des clients et des prospects	Le contexte en termes de spécificité, concurrence, pratiques locales,...
Gérer les encours clients	
Analyser ses prestations et les améliorer en permanence	
Communiquer et argumenter de façon claire et en s'adaptant à l'interlocuteur	



Activité 2 : Gérer et optimiser l'activité commerciale sur un secteur géographique déterminé

Compétence 5: Etudier l'état du marché pour adapter l'offre commerciale

Rechercher des informations commerciales utiles à l'élaboration d'un fichier prospects
Utiliser les outils informatiques de recherches d'informations et de gestion d'un secteur de prospection
Analyser et sélectionner les informations recueillies
Exploiter les données statistiques
Créer une relation suivie et personnalisée avec les prospects/clients
Organiser des actions de promotions commerciales

La gestion d'un territoire géographique en termes de ciblage de la clientèle
Les outils de marketing opérationnel
Les logiciels d'analyse de statistiques et de gestion de territoire
Le contexte économique et sociologique local

Compétence 6: Organiser un plan d'action commerciale en cohérence avec les besoins du marché

Concevoir un planning d'actions commerciales cohérent et structuré
Utiliser les outils de gestion d'un secteur géographique telle qu'une base de données

Les techniques de prospection par téléphone
Les techniques de marketing opérationnel
Les outils d'aide à la gestion de secteur comme le GP et/ou un logiciel de géomarketing,...

Compétence 7: Faire le bilan de son activité commerciale et rendre compte à sa hiérarchie

Utiliser et exploiter un tableau de bord
Calculer un seuil de rentabilité et une marge
Mesurer les écarts entre le C.A. réalisé et l'objectif à atteindre

Le tableau de bord
Les calculs commerciaux



Modalités pédagogiques, techniques et d'encadrement :

Chaque section est pilotée par un Responsable de formation, le stagiaire est suivi lors de ses périodes en entreprise par un Tuteur G5 qui organise au minimum deux rencontres sur le lieu de travail avec un tuteur entreprise identifié et formé.

Chaque équipe pédagogique est organisée autour de son responsable de formation qui valide et suit les déroulés au travers d'un outil en ligne permettant un accès aux contenus de leurs cours pour les stagiaires, et à l'intégralité des cours pour les formateurs. Sur cet accès est également disponible le synoptique de l'action, le détail de chaque jour en termes de contenus et de méthodes (contenus pédagogiques, études de cas, TP).

Modalités d'évaluation des connaissances :

L'évaluation se compose d'une mise en situation professionnelle hors situation de production pour les activités mentionnées dans le programme.

L'épreuve finale se déroule en 6h20, dont 4h20 de préparation. Les mises en situation sont réalisées à partir de reconstitutions permettant de valider les compétences clés de l'emploi et doivent rester dans un contexte propre à celui pratiqué par le candidat pendant sa période en entreprise.

Moyens de suivre l'exécution du programme et d'en apprécier des résultats :

Le responsable pédagogique, le responsable de formation de l'action et l'équipe de formateurs partagent un outil commun de suivi des réalisations. La validation se fait de manière informelle / impromptue et formelle / positionnée, afin de vérifier les acquis.

L'ensemble des commentaires, annotation, progrès, sont accessibles par tous les participants à l'action, grâce à un code d'accès personnalisé, sur nos parcours de formation en ligne.

