

REFERENTIEL EMPLOI ACTIVITES COMPETENCES

DU TITRE PROFESSIONNEL

Négociateur technico-commercial

Niveau 5

Site : <http://travail-emploi.gouv.fr>

| SIGLE | Type de document | Code titre | Millésime | Date de Validation | Date de mise à jour | Page |
|-------|------------------|------------|-----------|--------------------|---------------------|------|
| NTC | REAC | TP-00338 | 07 | 17/05/2024 | 17/05/2024 | 1/56 |

SOMMAIRE

Pages

| | |
|--|----|
| Présentation de l'évolution du titre professionnel | 5 |
| Contexte de l'examen du titre professionnel | 5 |
| Liste des activités | 5 |
| Vue synoptique de l'emploi-type..... | 6 |
| Fiche emploi type | 7 |
| Fiches activités types de l'emploi | 11 |
| Fiches compétences professionnelles de l'emploi | 15 |
| Fiche compétences transversales de l'emploi..... | 49 |
| Glossaire technique | 51 |
| Glossaire du REAC | 53 |

| SIGLE | Type de document | Code titre | Millésime | Date de Validation | Date de mise à jour | Page |
|-------|------------------|------------|-----------|--------------------|---------------------|------|
| NTC | REAC | TP-00338 | 07 | 17/05/2024 | 17/05/2024 | 3/56 |

Introduction

Présentation de l'évolution du titre professionnel

La version 2024 du titre professionnel « Négociateur technico-commercial » contient deux blocs de compétences :

- Élaborer une stratégie de prospection et la mettre en œuvre.
 - Négocier une solution technique et commerciale et consolider l'expérience client.
- Les compétences sont actualisées.

Contexte de l'examen du titre professionnel

L'analyse du travail met en évidence des évolutions majeures dans l'exercice de l'emploi : l'utilisation courante des outils de l'intelligence artificielle (IA), l'ajustement au quotidien des actions mises en œuvre et la vision de la prospection comme une démarche mobilisée dans tous les contextes où le négociateur technico-commercial rencontre l'interlocuteur de l'entreprise prospect / cliente, soit physiquement, soit à distance.

Le négociateur technico-commercial utilise au quotidien les outils de l'IA pour analyser les évolutions de son secteur, ajuster ses actions et actualiser en continu les personas. Il s'adapte aux nouvelles fonctionnalités des outils afin d'optimiser leur utilisation. Les connaissances et les savoir-faire nécessaires sont donc intégrés dans toutes les compétences.

L'analyse des données relatives aux évolutions de son secteur et l'ajustement des actions sont devenus indissociables. Afin d'optimiser les résultats, en accord avec sa hiérarchie, le négociateur technico-commercial ajuste en continu ses actions en fonction des résultats d'analyse des évolutions de son secteur. La compétence « Analyser ses performances et décider des actions correctives » met en évidence que l'analyse des évolutions et les ajustements sont liés et se font en continu.

La prospection est désormais considérée comme une activité qui s'exerce indépendamment du lieu et du canal de communication. Le négociateur technico-commercial prospecte de façon personnalisée dans tous les contextes propices à la présentation des produits et services de l'entreprise. La distinction entre la prospection physique et la prospection à distance de la version précédente du titre disparaît en faveur d'une seule compétence « Prospecter un secteur défini ».

Toutes les compétences concernées mettent en évidence la contribution du négociateur technico-commercial au développement durable. Il s'informe sur l'évolution des technologies vertes, des produits, des services et des organisations éco-responsables du secteur d'activité de l'entreprise. Il intègre les éléments liés au développement durable dans la proposition commerciale et sensibilise les interlocuteurs aux conséquences de leurs choix à moyen et à long terme.

Selon le produit ou le service proposé, le négociateur technico-commercial prend en compte d'éventuelles situations de handicap et sollicite, si nécessaire, l'appui de professionnels qualifiés. Face aux interlocuteurs, il prend en compte d'éventuelles situations de handicap et adapte les modalités de la communication.

Liste des activités

Ancien TP : Négociateur technico-commercial

Activités :

- Élaborer une stratégie commerciale omnicanale pour un secteur géographique défini
- Prospecter et négocier une proposition commerciale

Nouveau TP : Négociateur technico-commercial

Activités :

- Élaborer une stratégie de prospection et la mettre en œuvre
- Négocier une solution technique et commerciale et consolider l'expérience client

| SIGLE | Type de document | Code titre | Millésime | Date de Validation | Date de mise à jour | Page |
|-------|------------------|------------|-----------|--------------------|---------------------|------|
| NTC | REAC | TP-00338 | 07 | 17/05/2024 | 17/05/2024 | 5/56 |

Vue synoptique de l'emploi-type

| N° Fiche AT | Activités types | N° Fiche CP | Compétences professionnelles |
|-------------------|--|-------------------|--|
| 1 | Élaborer une stratégie de prospection et la mettre en œuvre | 1 | Assurer une veille commerciale |
| | | 2 | Concevoir et organiser un plan d'actions commerciales |
| | | 3 | Prospecter un secteur défini |
| | | 4 | Analyser ses performances, élaborer et mettre en œuvre des actions correctives |
| 2 | Négocier une solution technique et commerciale et consolider l'expérience client | 5 | Représenter l'entreprise et valoriser son image |
| | | 6 | Concevoir une proposition technique et commerciale |
| | | 7 | Négocier une solution technique et commerciale |
| | | 8 | Réaliser le bilan, ajuster son activité commerciale et rendre compte |
| | | 9 | Optimiser la gestion de la relation client |

| SIGLE | Type de document | Code titre | Millésime | Date de Validation | Date de mise à jour | Page |
|-------|------------------|------------|-----------|--------------------|---------------------|------|
| NTC | REAC | TP-00338 | 07 | 17/05/2024 | 17/05/2024 | 6/56 |

FICHE EMPLOI TYPE

Négociateur technico-commercial

Définition de l'emploi type et des conditions d'exercice

Dans le respect de la politique commerciale de l'entreprise et des objectifs fixés par la hiérarchie, le négociateur technico-commercial élabore une stratégie de prospection. Il organise et met en œuvre un plan d'actions commerciales et en évalue les résultats. Il conçoit des propositions techniques et commerciales personnalisées et les négocie avec les interlocuteurs de l'entreprise prospect ou cliente. Il assure leur suivi afin d'optimiser la satisfaction de l'entreprise cliente et de la fidéliser.

Le négociateur technico-commercial assure une veille continue. Il analyse le positionnement des produits et des services par rapport à ses concurrents, les tendances du marché, les évolutions de l'offre, les processus d'investissement des entreprises prospects ou clientes et les changements réglementaires. Il contribue à l'élaboration du plan commercial et met en œuvre les actions en fonction des besoins et des attentes des entreprises. Il suit et analyse continuellement l'évolution de ses indicateurs de performance et ajuste ses actions en fonction des résultats réalisés. Il repère les opportunités de développement et propose des plans d'ajustement à la hiérarchie afin d'atteindre les objectifs escomptés.

Afin d'optimiser la prospection d'un secteur et de développer son portefeuille client, le négociateur technico-commercial recueille les données relatives aux attentes et aux besoins des entreprises. Il crée les profils idéaux des entreprises (personas) de chaque segment de marché et personnalise ainsi son approche de prospection. Il contacte l'entreprise via le canal de communication approprié, il adapte son langage et suscite l'intérêt de son interlocuteur.

Le négociateur technico-commercial suit les indicateurs clés de performance et les analyse. Il identifie les écarts entre les objectifs et le réalisé. Il propose les axes d'amélioration des performances commerciales à la hiérarchie.

Le négociateur technico-commercial conçoit des propositions techniques et commerciales personnalisées à partir des données techniques recueillies au cours des démarches de prospection et des analyses des offres de la concurrence. Il s'assure que les propositions sont réalisables, rentables d'un point de vue commercial et, compatibles avec les enjeux de transition écologique de l'entreprise.

Selon le produit ou le service proposé, il prend en compte d'éventuelles situations de handicap et sollicite, si nécessaire, l'appui de professionnels qualifiés. Il construit un argumentaire de vente cohérent avec la proposition, anticipe les objections et prépare la présentation pour l'entreprise prospect ou cliente.

Le négociateur technico-commercial négocie et personnalise la solution lors d'un rendez-vous en s'appuyant sur des supports adaptés. Il prend en compte d'éventuelles situations de handicap, si besoin, et adapte sa présentation et ses moyens de communication.

Il adopte une posture d'expert-conseil, illustre et argumente les avantages de la solution et son adéquation avec les besoins actuels ou futurs de l'entreprise. Il intègre la dimension écologique dans ses échanges afin de sensibiliser ses interlocuteurs.

Le négociateur technico-commercial réalise un bilan de son activité. Il assure le suivi de la mise en œuvre des solutions de l'entreprise cliente, identifie les opportunités d'amélioration de l'offre pour actualiser les personas.

Représentant de l'entreprise, il agit dans le respect de la politique commerciale, de la stratégie de l'entreprise et contribue ainsi à sa bonne réputation. Il établit une communication régulière et transparente avec les entreprises clientes afin de maintenir une relation de confiance.

Le contexte de la mise en œuvre de l'emploi varie en fonction du secteur de l'entreprise, des produits et des services. Le degré d'autonomie et le niveau de délégation de pouvoir dépendent de la taille et de l'organisation de l'entreprise. Le négociateur technico-commercial rend compte à sa hiérarchie de son activité au moyen de rapports, de présentations et de comptes-rendus. Il collabore avec les services internes pour contribuer à la cohérence de la relation client à travers tous les points de contact.

Dans l'exercice de ses activités et selon le contexte de l'entreprise, le négociateur technico-commercial peut utiliser l'anglais au niveau B2 du cadre européen de référence des langues.

| SIGLE | Type de document | Code titre | Millésime | Date de Validation | Date de mise à jour | Page |
|-------|------------------|------------|-----------|--------------------|---------------------|------|
| NTC | REAC | TP-00338 | 07 | 17/05/2024 | 17/05/2024 | 7/56 |

L'activité nécessite un travail sur écran prolongé. Le négociateur technico-commercial est joignable pour ses multiples interlocuteurs internes et externes (hiérarchie, services internes l'entreprise prospect ou cliente, concurrents ...) et est souvent obligé d'interrompre une tâche en fonction de l'évolution des priorités. Il travaille dans les locaux de l'entreprise (sur site ou en télétravail) ou chez l'entreprise prospect ou cliente.

L'exercice de l'emploi nécessite des déplacements et des nuitées en dehors du domicile. Les horaires peuvent être décalés en fonction de la disponibilité des interlocuteurs.

Secteurs d'activité et types d'emplois accessibles par le détenteur du titre

Les différents secteurs d'activités concernés sont principalement :

Tous les secteurs d'activité qui nécessitent des négociateurs technico-commerciaux pour leurs développements.

Les types d'emplois accessibles sont les suivants :

- Technico-commercial
- Chargé d'affaires
- Responsable grands comptes
- Responsable d'affaires
- Chargé clientèle B2B
- Chargé de développement commercial
- Commercial B2B
- Business developer
- Sales account executive
- Key account manager

Réglementation d'activités (le cas échéant)

Sans objet.

Equivalences avec d'autres certifications (le cas échéant)

Travaux en cours.

Liste des activités types et des compétences professionnelles

1. Élaborer une stratégie de prospection et la mettre en œuvre
Assurer une veille commerciale
Concevoir et organiser un plan d'actions commerciales
Prospecter un secteur défini
Analyser ses performances, élaborer et mettre en œuvre des actions correctives
2. Négocier une solution technique et commerciale et consolider l'expérience client
Représenter l'entreprise et valoriser son image
Concevoir une proposition technique et commerciale
Négocier une solution technique et commerciale
Réaliser le bilan, ajuster son activité commerciale et rendre compte
Optimiser la gestion de la relation client

Compétences transversales de l'emploi

Communiquer
Adopter un comportement orienté vers l'autre
Rechercher un accord

| SIGLE | Type de document | Code titre | Millésime | Date de Validation | Date de mise à jour | Page |
|-------|------------------|------------|-----------|--------------------|---------------------|------|
| NTC | REAC | TP-00338 | 07 | 17/05/2024 | 17/05/2024 | 8/56 |

Evaluer ses actions
Mettre en œuvre une démarche de résolution de problème

Niveau et/ou domaine d'activité

Niveau 5 (Cadre national des certifications 2019)
Convention(s) : Sans objet.

Code(s) NSF :
312t--Négociation et vente

Fiche(s) Rome de rattachement

D1402 Relation commerciale grands comptes et entreprises
D1406 Management en force de vente
D1407 Relation technico-commerciale

| SIGLE | Type de document | Code titre | Millésime | Date de Validation | Date de mise à jour | Page |
|-------|------------------|------------|-----------|--------------------|---------------------|------|
| NTC | REAC | TP-00338 | 07 | 17/05/2024 | 17/05/2024 | 9/56 |

FICHE ACTIVITÉ TYPE N° 1

Élaborer une stratégie de prospection et la mettre en œuvre

Définition, description de l'activité type et conditions d'exercice

Dans le respect de la politique commerciale de l'entreprise et des objectifs fixés par sa hiérarchie, le négociateur technico-commercial élabore une stratégie de prospection pour un secteur défini, organise et met en œuvre un plan d'actions commerciales et en évalue les résultats.

Le négociateur technico-commercial assure une veille commerciale afin de maintenir son expertise concernant les produits et les services de l'entreprise et de ses concurrents. Il analyse le positionnement des produits et des services de l'entreprise par rapport à ses concurrents, les tendances du marché, les évolutions de l'offre, les processus d'investissement et les changements réglementaires ayant des conséquences sur l'activité. Il s'informe sur l'évolution des technologies vertes, des produits, des services et des organisations éco-responsables du secteur d'activité de l'entreprise.

Il contribue à l'élaboration du plan commercial de l'entreprise et détermine avec la hiérarchie les indicateurs clé de performance (KPI). Afin d'atteindre les objectifs et fidéliser les entreprises clientes, il élabore le plan commercial adapté au secteur et met en œuvre les actions en fonction des besoins et des attentes des entreprises prospects / clientes. Il suit et analyse continuellement l'évolution des indicateurs et ajuste ses actions en fonction des résultats. Il repère les opportunités de développement et propose des plans d'actions à la hiérarchie.

Afin d'optimiser la prospection d'un secteur défini et de développer son portefeuille client, le négociateur technico-commercial recueille des données relatives aux attentes et aux besoins des entreprises prospects/ clientes. A partir des données recueillies, il crée les personas de chaque segment du marché à cibler pour personnaliser son approche de prospection. Il contacte l'entreprise prospect via le canal de communication approprié. Il adapte son langage à l'entreprise cible, et au canal de communication. Lors de l'échange, il suscite l'intérêt de son interlocuteur pour le produit ou le service. Il recueille des informations relatives aux besoins du prospect, à ses attentes, ses objectifs et ses projets d'évolution à long terme. Si besoin, il considère d'éventuelles situations de handicap et adapte les modalités de communication.

Le négociateur technico-commercial suit les indicateurs clés de performance (KPI) et les analyse à partir des données telles que, le nombre de ventes réalisées, les leads générés, le taux de conversion et le chiffre d'affaires réalisés afin d'identifier les écarts entre les objectifs et le réalisé. En cas d'écart, il propose les axes d'amélioration des performances commerciales à la hiérarchie. Il partage régulièrement ses analyses, ses plans d'actions, les résultats réalisés ou escomptés avec la hiérarchie pour s'assurer que les actions correctives soient alignées avec les objectifs et contribuent à la croissance et à la rentabilité du portefeuille client.

Il se sert au quotidien des outils bureautiques, des outils de gestion de la relation client (CRM et e-CRM), des plateformes d'automatisation du marketing et les outils de l'IA. Il s'adapte à l'évolution et aux nouvelles fonctionnalités des outils tout en veillant à respecter les enjeux écologiques liés à l'utilisation de ces outils.

Le contexte de la mise en œuvre de l'activité varie en fonction du secteur de l'entreprise, des produits et des services. Le degré d'autonomie et le niveau de délégation de pouvoir dépendent de la taille et de l'organisation de l'entreprise.

Dans l'exercice de ses activités et selon le contexte de l'entreprise, le négociateur technico-commercial peut utiliser l'anglais au niveau B2 du cadre européen de référence des langues.

L'activité nécessite un travail sur écran prolongé. Le négociateur technico-commercial est joignable pour ses multiples interlocuteurs internes et externes (hiérarchie, services internes, clients, prospects, concurrents ...) et est souvent obligé d'interrompre une tâche en fonction de l'évolution des priorités. Il travaille dans les locaux de l'entreprise (sur site ou en télétravail) et en dehors.

| SIGLE | Type de document | Code titre | Millésime | Date de Validation | Date de mise à jour | Page |
|-------|------------------|------------|-----------|--------------------|---------------------|-------|
| NTC | REAC | TP-00338 | 07 | 17/05/2024 | 17/05/2024 | 11/56 |

Réglementation d'activités (le cas échéant)

Sans objet.

Liste des compétences professionnelles de l'activité type

Assurer une veille commerciale
Concevoir et organiser un plan d'actions commerciales
Prospecter un secteur défini
Analyser ses performances, élaborer et mettre en œuvre des actions correctives

Compétences transversales de l'activité type

Communiquer
Adopter un comportement orienté vers l'autre
Rechercher un accord
Evaluer ses actions
Mettre en œuvre une démarche de résolution de problème

| SIGLE | Type de document | Code titre | Millésime | Date de Validation | Date de mise à jour | Page |
|-------|------------------|------------|-----------|--------------------|---------------------|-------|
| NTC | REAC | TP-00338 | 07 | 17/05/2024 | 17/05/2024 | 12/56 |

FICHE ACTIVITÉ TYPE N° 2

Négocier une solution technique et commerciale et consolider l'expérience client

Définition, description de l'activité type et conditions d'exercice

Le négociateur technico-commercial conçoit des propositions techniques et commerciales personnalisées et les négocie avec les interlocuteurs de l'entreprise prospect ou cliente. Il assure le suivi de la mise en œuvre de la solution retenue afin de satisfaire l'entreprise cliente et la fidéliser.

Représentant de l'entreprise, le négociateur technico-commercial agit dans le respect de la politique commerciale, de la stratégie, des valeurs et de la culture de l'entreprise et contribue à sa bonne réputation. Il établit une communication régulière et transparente avec les entreprises clientes afin de maintenir une relation de confiance.

A partir des données techniques recueillies au cours de la démarche de prospection et l'analyse de l'offre de la concurrence, le négociateur technico-commercial conçoit une proposition technique et commerciale personnalisée. Il s'assure que les propositions sont réalisables du point de vue technique et organisationnel, rentables du point de vue commercial et, compatibles avec l'éco-responsabilité de l'entreprise. Selon les produits ou les services, il prend en compte d'éventuelles situations de handicap dans ses propositions et sollicite si nécessaire l'appui de professionnels qualifiés. Il construit des argumentaires de vente cohérents avec ses propositions, anticipe les objections et prépare les présentations pour les entreprises prospects / clientes.

Le négociateur technico-commercial négocie la solution retenue lors d'un rendez-vous physique ou à distance avec l'entreprise prospect / cliente. Il personnalise la présentation en fonction des interlocuteurs de l'entreprise prospect / cliente, en s'appuyant sur des supports adaptés. Si besoin, il prend en compte d'éventuelles situations de handicap et adapte sa présentation et ses moyens de communication. Tout au long de l'échange, il adopte une posture d'expert-conseil, illustre et argumente les avantages de la solution et son adéquation avec les besoins actuels ou futurs de l'entreprise prospect / cliente. Il intègre la dimension écologique dans ses échanges afin de sensibiliser ses interlocuteurs aux conséquences de leurs choix à moyen et à long terme.

Le négociateur technico-commercial réalise le bilan de son activité commerciale. Il dégage les tendances et analyse les écarts entre les résultats obtenus et les objectifs fixés pour optimiser sa performance et ajuster son activité commerciale. Il assure le suivi de la mise en œuvre des solutions de l'entreprise cliente et identifie des opportunités d'amélioration de l'offre pour actualiser les personas.

Il se sert au quotidien des outils bureautiques, des outils de présentation, des outils de gestion de la relation client (CRM et e-CRM), des plateformes d'automatisation du marketing et les outils de l'IA. Il s'adapte à l'évolution et aux nouvelles fonctionnalités des outils tout en veillant à respecter les enjeux écologiques liés à leur utilisation. Il crée et utilise un profil professionnel sur les réseaux sociaux en fonction de la charte et des consignes de l'entreprise et veille constamment à entretenir l'e-réputation de celle-ci.

Le contexte de la mise en œuvre de l'activité varie en fonction du secteur de l'entreprise, des produits et des services. Le degré d'autonomie et le niveau de délégation de pouvoir dépendent de la taille et de l'organisation de l'entreprise.

Dans l'exercice de ses activités et selon le contexte de l'entreprise, le négociateur technico-commercial peut utiliser l'anglais au niveau B2 du cadre européen de référence des langues.

L'activité nécessite un travail sur écran prolongé. Le négociateur technico-commercial est joignable pour ses multiples interlocuteurs internes et externes (hiérarchie, services internes, clients, prospects, concurrents ...). Il rend compte à sa hiérarchie de son activité au moyen de rapports, de présentations et de comptes-rendus. Il collabore avec les services internes pour contribuer à la cohérence de l'expérience client à travers tous les points de contact.

Le négociateur technico-commercial est souvent obligé d'interrompre une tâche en fonction de l'évolution des priorités. Il travaille dans les locaux de l'entreprise (sur site ou en télétravail) ou chez l'entreprise prospect / cliente. L'exercice de l'activité nécessite des déplacements et des nuitées en dehors du domicile. Les horaires peuvent être décalés en fonction de la disponibilité des interlocuteurs.

| SIGLE | Type de document | Code titre | Millésime | Date de Validation | Date de mise à jour | Page |
|-------|------------------|------------|-----------|--------------------|---------------------|-------|
| NTC | REAC | TP-00338 | 07 | 17/05/2024 | 17/05/2024 | 13/56 |

Réglementation d'activités (le cas échéant)

Sans objet.

Liste des compétences professionnelles de l'activité type

Représenter l'entreprise et valoriser son image
Concevoir une proposition technique et commerciale
Négocier une solution technique et commerciale
Réaliser le bilan, ajuster son activité commerciale et rendre compte
Optimiser la gestion de la relation client

Compétences transversales de l'activité type

Communiquer
Adopter un comportement orienté vers l'autre
Rechercher un accord
Evaluer ses actions
Mettre en œuvre une démarche de résolution de problème

| SIGLE | Type de document | Code titre | Millésime | Date de Validation | Date de mise à jour | Page |
|-------|------------------|------------|-----------|--------------------|---------------------|-------|
| NTC | REAC | TP-00338 | 07 | 17/05/2024 | 17/05/2024 | 14/56 |

FICHE COMPÉTENCE PROFESSIONNELLE N° 1

Assurer une veille commerciale

Description de la compétence – processus de mise en œuvre

Afin de maintenir son expertise concernant les produits et les services de l'entreprise et de ses concurrents, organiser et mettre en œuvre son activité de veille commerciale. Dans le respect de la stratégie de veille de l'entreprise, utiliser les outils de veille concurrentielle, informationnelle et les outils d'intelligence artificielle (IA) appropriés en fonction du contexte de l'entreprise, des données recherchées. Actualiser régulièrement les données et ajuster sa stratégie de veille en fonction des évolutions du contexte.

À partir des données recueillies, analyser le positionnement des produits et des services de l'entreprise par rapport à ses concurrents, les tendances du marché, les évolutions de l'offre, les comportements d'achat et les changements réglementaires entraînant des conséquences sur l'activité. S'informer sur l'évolution des technologies vertes, des produits, des services et des organisations éco-responsables du secteur d'activité de l'entreprise. Selon les consignes, transmettre les données et les analyses à la hiérarchie. Faire des propositions argumentées afin de contribuer à la veille commerciale de l'entreprise et à ses orientations stratégiques.

Contexte(s) professionnel(s) de mise en œuvre

La veille professionnelle et commerciale s'exerce de façon continue, dans tous les contextes propices au recueil de données concernant les produits et les services, les comportements d'achat, les avis des clients, les tendances du marché, la concurrence...

Dans l'exercice de ses activités et selon le contexte de l'entreprise, le négociateur technico-commercial peut utiliser l'anglais au niveau B2 du cadre européen de référence des langues.

Critères de performance

Les outils de veille utilisés sont appropriés au contexte de l'entreprise

Les données recherchées sont pertinentes par rapport à l'objectif de la veille

Les données issues de la veille sont actualisées

La stratégie de veille est ajustée en fonction des évolutions du contexte

L'analyse du positionnement des produits et des services de l'entreprise est étayée par les données issues de la veille

Les propositions faites en matière de stratégie de veille sont argumentées et étayées par des données issues de la veille

Savoir-faire techniques, savoir-faire organisationnels, savoir-faire relationnels, savoirs

Comprendre, communiquer et s'exprimer en anglais à l'oral et à l'écrit (niveau B2 du Cadre européen commun de référence pour les langues)

Maîtriser le vocabulaire technique et commercial anglais (niveau B2 du Cadre européen commun de référence pour les langues)

Maîtriser les systèmes de gestion de la relation client (CRM, e-CRM) et les utiliser pour la gestion du portefeuille client

Analyser les retours clients sur les plateformes sociales et les intégrer dans la stratégie de gestion des comptes clés

Utiliser les outils numériques facilitant les activités commerciales et la création de contenu spécifique au portefeuille client

Assurer une veille constante sur les derniers outils numériques et technologies d'aide à la vente, en les adaptant aux exigences du portefeuille client

Utiliser les outils de veille concurrentielle et d'information en ligne pour le portefeuille client

Gérer la communication sur les réseaux sociaux en lien avec le portefeuille client

| SIGLE | Type de document | Code titre | Millésime | Date de Validation | Date de mise à jour | Page |
|-------|------------------|------------|-----------|--------------------|---------------------|-------|
| NTC | REAC | TP-00338 | 07 | 17/05/2024 | 17/05/2024 | 15/56 |

Se servir des données d'un CRM, d'un e-CRM ou d'un e-CRM externalisé au service de la veille relative aux processus d'investissement des entreprises prospects ou clientes

Analyser les avis clients sur les réseaux sociaux

Créer régulièrement du contenu commercial et contribuer à l'animation de sa communauté d'entreprises prospects ou clientes

Assurer une veille régulière pour connaître et s'approprier les outils numériques actuels d'aide à la vente

Assurer une veille dédiée aux outils en cours de développement

Utiliser tous les outils actuels d'aide à la vente, à la création de contenu et tout moyen numérique facilitateur pour l'activité commerciale

Utiliser les outils de veille concurrentielle et de veille informationnelle en ligne

Communiquer sur les réseaux sociaux de manière commerciale et valorisante pour l'entreprise

Mettre en œuvre une veille produits en suivant régulièrement l'activité des concurrents

Mettre en œuvre une surveillance régulière des sites des concurrents et de leurs communications

Intégrer dans sa veille l'analyse des canaux employés par les concurrents

Analyser le ton et la stratégie de communication des concurrents

Mettre en place une veille concurrentielle en ligne : l'abonnement aux newsletters des concurrents, la consultation de leurs catalogues (interactifs ou non), de leurs produits et services en ligne, le suivi de leur programme de fidélité et de leur communication

Mettre en place une veille concurrentielle en ligne spécifique aux portefeuilles clients en exploitant les newsletters, catalogues interactifs, programmes de fidélité...

Utiliser les techniques et les technologies d'information en lien avec son activité

Utiliser les sources d'informations professionnelles

Utiliser les médias et les outils numériques à disposition

Identifier les éléments de différenciation par rapport aux concurrents permettant de valoriser l'entreprise

Assurer une veille sur les solutions techniques de l'entreprise

Coordonner et structurer la veille produits / service en alignement avec les besoins et spécificités des portefeuilles clients

Superviser de manière proactive les activités de surveillance des sites des concurrents, en mettant l'accent sur les besoins des portefeuilles clients

Intégrer dans la veille une analyse des canaux utilisés par les concurrents dans la gestion des portefeuilles clients en lien avec l'activité type

Gérer les informations liées aux procédures internes de l'entreprise, aux mouvements des organisations sur les marchés et aux nouveaux secteurs pertinents pour le portefeuille client

Comprendre et promouvoir les éléments de différenciation par rapport aux concurrents pour valoriser l'entreprise auprès des portefeuilles clients

Mettre en œuvre une veille collaborative impliquant des échanges internes et externes pour enrichir la compréhension des besoins spécifiques des portefeuilles clients

Mettre en place des méthodes de veille informationnelle adaptées à la gestion des portefeuilles clients

Développer la veille collaborative

Identifier les méthodes de veille informationnelle

Collecter l'information sur le marché, les évolutions des produits, les tendances, les réglementations...

Utiliser les médias et les outils numériques à disposition

Exploiter les données statistiques

Synthétiser des informations

Diffuser l'information

Développer et entretenir des relations solides avec les entreprises prospects / clientes, en comprenant leurs besoins spécifiques et en anticipant leurs attentes

Communiquer avec les entreprises prospects / clientes sur les réseaux sociaux, en adoptant une approche commerciale et valorisante

Suivre les influenceurs pertinents pour les entreprises prospects / clientes, participer activement aux échanges sur les forums spécialisés et exploiter ces données pour améliorer la veille

Collaborer avec les équipes internes et externes pour partager des informations et développer des stratégies adaptées aux entreprises prospects / clientes

Mettre en place des mécanismes de feedback avec les entreprises prospects / clientes pour assurer une communication bidirectionnelle constante

Gérer les relations avec les entreprises prospects / clientes de manière proactive, en anticipant les besoins et en résolvant les problèmes de manière efficace

Maîtriser son e-réputation en cohérence avec la politique de communication de l'entreprise

Faire la distinction entre les faits et les opinions

| SIGLE | Type de document | Code titre | Millésime | Date de Validation | Date de mise à jour | Page |
|-------|------------------|------------|-----------|--------------------|---------------------|-------|
| NTC | REAC | TP-00338 | 07 | 17/05/2024 | 17/05/2024 | 16/56 |

Classer et analyser des informations
Développer l'e-réputation de l'entreprise

Connaissance des produits et services de l'entreprise, en mettant l'accent sur ceux qui sont pertinents pour les entreprises prospects / clientes
Connaissance du processus d'investissement des entreprises prospects / clientes, ainsi que des produits et services proposés pour répondre à leurs besoins
Connaissance du marché des produits dans le secteur d'activité des entreprises prospects / clientes
Connaissance des réseaux sociaux pertinents pour les entreprises prospects / clientes et compréhension de leur impact sur l'image de l'entreprise
Connaissance de la chaîne de valeur de l'entreprise, de sa politique commerciale, de ses valeurs, de sa culture et des spécificités liées à la gestion du portefeuille client en lien avec l'activité type
Connaissance des sources d'informations professionnelles spécifiques aux besoins de son portefeuille client
Connaissance du vocabulaire anglais lié au commerce B2B
Connaissance des procédures internes à l'entreprise
Connaissance des mouvements des organisations sur les marchés
Connaissance des nouveaux secteurs et des nouveaux centres de compétences
Connaissance des innovations technologiques
Connaissance de l'éthique et de la responsabilité sociétale de l'entreprise
Connaissance de la politique commerciale de l'entreprise
Connaissance de l'offre produits et services de l'entreprise et de la concurrence
Connaissance du marché des solutions techniques de son secteur d'activité
Connaissance des réseaux sociaux en lien avec l'entreprise
Connaissance des logiciels d'analyse de statistiques de la relation client et de gestion de territoire
Connaissance de la réglementation en vigueur selon la nature des produits/services proposés
Connaissance de la procédure de l'entreprise de réponse aux appels d'offres
Connaissance de la documentation relative à la prévention des risques professionnels dans le domaine du commerce, publiée par l'Institut national de recherche et de sécurité pour la prévention des accidents du travail et des maladies professionnelles (INRS)
Connaissance des moyens de prévention des troubles musculo squelettiques (TMS)
Connaissance de l'indice de l'impact humain dans l'entreprise
Connaissance des méthodes de valorisation de l'humain dans l'entreprise
Connaissance de la définition du capital humain par l'OCDE
Connaissance des anticipations et des prises en compte de l'impact humain dans les changements
Connaissance de l'économie sociale et solidaire
Connaissance de sociétés coopératives et participatives (Scop)
Connaissance des sociétés coopératives d'intérêt collectif (Scic)
Connaissance de la loi du 31 juillet 2014, sur l'encadrement public de l'économie sociale et solidaire s'axe autour du ministère de l'Écologie
Connaissance du Conseil supérieur de l'économie sociale et solidaire (CSESS)
Connaissance de la Chambre française de l'économie sociale et solidaire (ESS France)
Connaissance du Conseil national des chambres régionales de l'économie sociale et solidaire (CNCRESS)
Connaissance des chambres régionales de l'économie sociale et solidaire (CRESS)
Connaissance du décret du 25 mars 2021, la Direction générale du Trésor qui soutient et promeut le développement de l'économie sociale, solidaire et responsable ainsi que les innovations qui y concourent
Connaissance des différents acteurs de l'économie sociale et solidaire (ESS)
Connaissance de l'empreinte carbone d'un mail
Connaissance de l'évaluation de son empreinte environnementale professionnelle individuelle du numérique en kg eq. CO2
Connaissance du calcul de l'empreinte carbone des usages numériques de l'ADEME
Connaissance de l'impact des usages numériques sur le climat
Connaissance des 3 volets de l'étude de l'ADEME et de l'Arcep sur l'empreinte environnementale du numérique

| SIGLE | Type de document | Code titre | Millésime | Date de Validation | Date de mise à jour | Page |
|-------|------------------|------------|-----------|--------------------|---------------------|-------|
| NTC | REAC | TP-00338 | 07 | 17/05/2024 | 17/05/2024 | 17/56 |

FICHE COMPÉTENCE PROFESSIONNELLE N° 2

Concevoir et organiser un plan d'actions commerciales

Description de la compétence – processus de mise en œuvre

À partir de la politique commerciale de l'entreprise, de ses orientations stratégiques et des objectifs fixés, contribuer à l'élaboration des éléments du plan commercial : déterminer avec la hiérarchie les indicateurs clé de performance (KPI) et les actions à mettre en place pour les atteindre, planifier les actions et établir les modalités des bilans intermédiaires.

Afin d'atteindre les objectifs et fidéliser les entreprises clientes, élaborer le plan commercial adapté au secteur. Organiser et mettre en œuvre les actions en fonction des spécificités, des besoins et des attentes des entreprises prospects / clientes du secteur identifié.

Suivre et analyser continuellement l'évolution des indicateurs. Ajuster constamment les actions en fonction des éléments de la veille indiquant les évolutions du marché, les tendances sectorielles, de la concurrence et des changements dans l'environnement économique. Repérer les opportunités de développement et proposer des moyens d'action à la hiérarchie.

Contexte(s) professionnel(s) de mise en œuvre

Cette compétence s'exerce au sein de l'entreprise. Le degré d'autonomie pour la mise en œuvre du plan d'actions commerciales varie en fonction de la taille de l'entreprise et de son organisation.

Dans l'exercice de ses activités et selon le contexte de l'entreprise, le négociateur technico-commercial peut utiliser l'anglais au niveau B2 du cadre européen de référence des langues.

Critères de performance

Le plan d'actions commerciales est élaboré en fonction des spécificités du secteur

Les besoins et les attentes spécifiques des entreprises prospects / clientes sont pris en compte

Les actions du plan commercial sont ajustées en fonction des évolutions du marché, des tendances sectorielles et des changements dans l'environnement économique

Les opportunités de développement des affaires sont identifiées

Savoir-faire techniques, savoir-faire organisationnels, savoir-faire relationnels, savoirs

Comprendre, communiquer et s'exprimer en anglais à l'oral et à l'écrit (niveau B2 du Cadre européen commun de référence pour les langues)

Maîtriser le vocabulaire technique et commercial anglais (niveau B2 du Cadre européen commun de référence pour les langues)

Réaliser une analyse du marché et des tendances sectorielles, permettant de déterminer les opportunités et les menaces potentielles

Maîtriser les outils d'analyse de données et de gestion de l'information pour évaluer la performance des comptes

Identifier les leviers de croissance et anticiper les besoins des entreprises prospects / clientes

Utiliser les outils informatiques, les logiciels de gestion de la relation client et les plateformes numériques spécifiques à la gestion des grands comptes.

Maîtriser les outils numériques, les logiciels d'intelligence artificielle et les solutions spécifiques à la gestion des entreprises prospects / clientes

Appliquer les procédures de l'entreprise

Analyser ses objectifs commerciaux

Élaborer des plans d'actions commerciales alignés sur les objectifs globaux de l'entreprise et les décliner opérationnellement

Piloter un planning d'actions commerciales cohérent et structuré

Maîtriser les outils de CRM, e-CRM (Customer Relation Management – GRC : gestion de la relation client)

Utiliser un logiciel de géo-optimisation

| SIGLE | Type de document | Code titre | Millésime | Date de Validation | Date de mise à jour | Page |
|-------|------------------|------------|-----------|--------------------|---------------------|-------|
| NTC | REAC | TP-00338 | 07 | 17/05/2024 | 17/05/2024 | 19/56 |

Appliquer les techniques de gestion du temps

Collaborer avec les différentes équipes internes (commerciales, marketing, support) pour assurer une approche cohérente et collaborative dans la gestion des entreprises prospects / clientes

Organiser son temps et mobiliser les ressources pour maximiser l'impact des actions commerciales et répondre aux attentes des entreprises prospects / clientes

Évaluer ses actions et les ajuster si besoin

Intégrer les pratiques écoresponsables dans la planification des activités commerciales en utilisant des logiciels de planification d'itinéraires et de géolocalisation

Préparer ses rendez-vous en amont en collectant les informations pertinentes de son entreprise prospect / cliente

Planifier et organiser ses actions commerciales en fonction des objectifs d'activité et des résultats attendus
S'assurer de la cohérence et de la synchronisation (pertinence, timing) des actions terrain en rapport avec l'objectif

Définir ses priorités en fonction de la politique commerciale de l'entreprise et des objectifs fixés

Rationaliser ses déplacements en fonction de son secteur d'activité et des spécificités de la cible

Optimiser ses tournées dans une logique éco-responsable

Intégrer les principes de l'éco responsabilité et de la sobriété numérique dans l'organisation de son activité

Organiser son activité en minimisant l'utilisation de consommables (papier, encre, toners, fournitures, etc.)

Traiter régulièrement ses courriels et archiver les documents pour en réduire le poids de stockage

Optimiser ses tournées en fonction du CRM

Optimiser régulièrement le contenu du site web de l'entreprise pour garantir qu'il reste actuel, utile et en accord avec les objectifs globaux (*content pruning*)

Mettre à jour et éliminer les contenus obsolètes sur le site web ou sur les réseaux professionnels de l'entreprise (*content pruning*)

Développer de relations étroites avec les décideurs des grands comptes, en comprenant leurs besoins, en anticipant leurs attentes et en assurant une satisfaction optimale

Mener des négociations complexes avec les grands comptes, en cherchant à établir des partenariats durables et mutuellement bénéfiques

Communiquer de manière claire et persuasive, tant en interne qu'en externe, pour mobiliser les équipes et convaincre les entreprises prospects / clientes

Connaissance des concepts commerciaux, des stratégies de vente et des techniques de fidélisation spécifiques aux grands comptes

Connaissance du secteur d'activité des grands comptes, comprenant les réglementations, les évolutions du marché et les défis sectoriels

Connaissance du vocabulaire anglais lié au commerce B2B

Connaissance de la stratégie SEM ((Search Engine Marketing)

Connaissance de la stratégie SEO (Search Engine Optimization)

Connaissance de la stratégie SEA (Search Engine Advertising)

Connaissance du modèle BERT (Bidirectional Encoder Representations from Transformers)

Connaissance du potentiel des entreprises prospects / clientes

Connaissance de la politique commerciale de l'entreprise

Connaissance des procédures internes de l'entreprise

Connaissance des outils numériques de l'entreprise

Connaissance des méthodes d'organisation des visites

Connaissance des techniques de marketing opérationnel et webmarketing

Connaissance des comportements écoresponsables en lien avec l'organisation de son activité

Connaissance de la documentation relative à la prévention des risques professionnels dans le domaine du commerce, publiée par l'Institut national de recherche et de sécurité pour la prévention des accidents du travail et des maladies professionnelles (INRS)

Connaissance des moyens de prévention des troubles musculo squelettiques (TMS)

Connaissance de base de l'anatomie, de la diététique et du cycle du sommeil

Connaissance des effets de l'alcool, des médicaments et des drogues sur l'organisme

Connaissance des moyens pour veiller à la qualité de son repos, de son alimentation et se préserver des addictions

Connaissance de base des techniques de gestion du stress

Connaissance des conséquences de l'utilisation de distracteurs lors de la conduite

Connaissance de la réglementation concernant la santé et la sécurité au travail

Connaissance des moyens pour prévenir le stress et la fatigue engendrés par la conduite

| SIGLE | Type de document | Code titre | Millésime | Date de Validation | Date de mise à jour | Page |
|-------|------------------|------------|-----------|--------------------|---------------------|-------|
| NTC | REAC | TP-00338 | 07 | 17/05/2024 | 17/05/2024 | 20/56 |

Connaissance des intentions des engagements de développement de l'emploi et des compétences (EDEC) sur la transition écologique
 Connaissance de l'indice de l'impact humain dans l'entreprise
 Connaissance des méthodes de valorisation de l'humain dans l'entreprise
 Connaissance de la définition du capital humain par l'OCDE
 Connaissance des anticipations et des prises en compte l'impact humain dans les changements
 Connaissance de l'économie sociale et solidaire
 Connaissance de sociétés coopératives et participatives (Scop)
 Connaissance des sociétés coopératives d'intérêt collectif (Scic)
 Connaissance de la loi du 31 juillet 2014, sur l'encadrement public de l'économie sociale et solidaire s'axe autour du ministère de l'Écologie
 Connaissance du Conseil supérieur de l'économie sociale et solidaire (CSESS)
 Connaissance de la Chambre française de l'économie sociale et solidaire (ESS France)
 Connaissance du Conseil national des chambres régionales de l'économie sociale et solidaire (CNCRESS)
 Connaissance des chambres régionales de l'économie sociale et solidaire (CRESS)
 Connaissance du décret du 25 mars 2021, la Direction générale du Trésor qui soutient et promeut le développement de l'économie sociale, solidaire et responsable ainsi que les innovations qui y concourent
 Connaissance des différents acteurs de l'économie sociale et solidaire (ESS)
 Connaissance de l'empreinte carbone d'un mail
 Connaissance de l'évaluation de mon empreinte environnementale professionnelle individuelle du numérique en kg eq. CO2
 Connaissance du calcul de l'empreinte carbone de vos usages numériques de l'ADEME
 Connaissance de l'impact des usages numériques sur le climat
 Connaissance des 3 volets de l'étude de l'ADEME et de l'Arcep sur l'empreinte environnementale du numérique

| SIGLE | Type de document | Code titre | Millésime | Date de Validation | Date de mise à jour | Page |
|-------|------------------|------------|-----------|--------------------|---------------------|-------|
| NTC | REAC | TP-00338 | 07 | 17/05/2024 | 17/05/2024 | 21/56 |

FICHE COMPÉTENCE PROFESSIONNELLE N° 3

Prospecter un secteur défini

Description de la compétence – processus de mise en œuvre

Afin d'optimiser la prospection d'un secteur défini et de développer son portefeuille client, recueillir des données relatives aux attentes et aux besoins des entreprises prospects / clientes en utilisant les outils de gestion de la relation client (CRM et e-CRM), les plateformes d'automatisation du marketing et les outils de l'IA.

À partir des données recueillies, créer les personas de chaque segment du marché à cibler pour personnaliser son approche de prospection. Élaborer la démarche de prospection en combinant les approches *inbound* (attirer les prospects par le contenu) et *outbound* (prospection directe).

Contacteur l'entreprise prospect via le canal de communication approprié. Adapter son langage à l'entreprise cible et au canal de communication. Se présenter au prospect, susciter son intérêt pour le produit ou le service dans un langage approprié et en valorisant l'entreprise. Si besoin, considérer d'éventuelles situations de handicap et adapter les modalités de communication.

Recueillir des informations relatives aux besoins du prospect, à ses attentes, ses objectifs et ses projets d'évolution à long terme. Rechercher le niveau d'information du prospect concernant la dimension écologique de ses projets.

Qualifier le contact, poursuivre par un entretien de découverte des besoins, ou déterminer une date de rendez-vous ultérieur. Mettre à jour le fichier prospects / clients.

Évaluer en continu ses actions de prospection et les ajuster pour atteindre les résultats fixés.

Contexte(s) professionnel(s) de mise en œuvre

La démarche de prospection est mobilisée dans tous les contextes favorables à la présentation des produits et des services de l'entreprise. La prospection se pratique au quotidien, elle fait partie de la veille, et également de la gestion, du suivi et de la fidélisation du portefeuille client.

Dans l'exercice de ses activités et selon le contexte de l'entreprise, le négociateur technico-commercial peut utiliser l'anglais au niveau B2 du cadre européen de référence des langues.

Critères de performance

Les données relatives aux attentes et aux besoins des entreprises prospects / clientes sont recueillies de façon ciblée par rapport à l'objectif et aux caractéristiques des produits et des services

Les outils de gestion de la relation client (CRM et e-CRM), les plateformes d'automatisation du marketing et les outils de l'IA sont utilisés à bon escient pour recueillir des données

Les personas sont créés à partir des données

L'entreprise prospect est contactée par le canal le plus approprié par rapport à son persona

Le fichier prospects / clients est qualifié et mis à jour

Les actions de prospection sont évaluées et ajustées en continu

Savoir-faire techniques, savoir-faire organisationnels, savoir-faire relationnels, savoirs

Comprendre, communiquer et s'exprimer en anglais à l'oral et à l'écrit (niveau B2 du Cadre européen commun de référence pour les langues)

Maîtriser le vocabulaire technique et commercial anglais (niveau B2 du Cadre européen commun de référence pour les langues)

Utiliser efficacement les outils de veille concurrentielle et d'information en ligne relatives au portefeuille client afin de définir sa démarche de prospection

Définir des personas pour personnaliser son approche de prospection

Utiliser les outils numériques facilitant les activités de prospection commerciale et la création de contenu personnalisé

| SIGLE | Type de document | Code titre | Millésime | Date de Validation | Date de mise à jour | Page |
|-------|------------------|------------|-----------|--------------------|---------------------|-------|
| NTC | REAC | TP-00338 | 07 | 17/05/2024 | 17/05/2024 | 23/56 |

Recourir aux outils de l'IA pour segmenter et cibler les entreprises prospects / clientes en cohérence avec les objectifs de l'entreprise
 Créer du contenu personnalisé et adapté aux besoins spécifiques de chaque segment
 Automatiser les campagnes pour maximiser l'efficacité et la cohérence des interactions
 Prospecter en cohérence avec les objectifs définis par sa hiérarchie.
 Mettre en œuvre les différentes techniques de prospection
 Passer les barrages téléphoniques
 Vérifier l'identité et la disponibilité de son interlocuteur
 S'adapter au contexte et à l'interlocuteur
 Susciter l'intérêt de l'entreprise prospect / cliente par des phrases courtes et par la présentation d'avantages
 Conduire l'entretien de manière directive
 Pratiquer l'écoute active et les techniques d'observation de questionnement face à un interlocuteur
 Classer et analyser les informations
 Exploiter les retours d'une campagne de prospection
 Traiter les objections avec pertinence et persévérance
 Renseigner et qualifier le fichier des entreprises prospects / clientes et le mettre à jour
 Relancer les comptes entreprises prospects / clientes inactifs
 Qualifier un prospect au cours d'un entretien en face à face ou à distance
 Identifier les éléments de différenciation par rapport aux concurrents permettant de valoriser l'entreprise, ses produits ou services
 Respecter les consignes et les valeurs de l'entreprise
 Utiliser des données de la veille, les logiciels de CRM, e-CRM et CRM externalisé pour optimiser la relation client

Mobiliser ses réseaux professionnels
 Prioriser la prise de contact en fonction du potentiel supposé
 Gérer la communication sur les réseaux sociaux en lien avec les portefeuilles client
 Créer du contenu commercial régulièrement et contribuer à l'animation de sa communauté de clients ou de prospects
 Gérer efficacement les informations liées aux procédures internes de l'entreprise
 Mettre en place des mécanismes de feedback avec les entreprises prospects / clientes pour assurer une communication bidirectionnelle constante
 Optimiser régulièrement le contenu du site web de l'entreprise pour garantir qu'il reste actuel, utile et en accord avec les objectifs globaux (*content pruning*)
 Mettre à jour et éliminer les contenus obsolètes sur le site web ou sur les réseaux professionnels de l'entreprise (*content pruning*)

Adapter sa tenue vestimentaire et sa posture aux codes de l'entreprise
 Adapter la communication et l'animation des communautés sur les réseaux sociaux à la cible et aux objectifs définis
 S'exprimer clairement dans un langage adapté à la cible
 Adopter une posture de service
 Communiquer avec les entreprises prospects / clientes sur les réseaux sociaux, en adoptant une approche commerciale et valorisante
 Développer et entretenir des relations solides avec les prospects / clients, en comprenant leurs besoins spécifiques et en anticipant leurs attentes
 Veiller à la cohérence du ton employé avec la stratégie de communication de l'entreprise
 Entretenir les échanges internes et externes pour enrichir la compréhension des besoins spécifiques des entreprises prospects / clientes
 Veiller au respect de l'e-réputation en cohérence avec la politique de communication de l'entreprise

Connaissance des produits et services de l'entreprise, en mettant l'accent sur ceux qui sont pertinents pour les entreprises prospects / clientes en lien avec l'activité type
 Connaissance du processus d'investissement des entreprises prospects / clientes, ainsi que des produits et services spécifiquement proposés pour répondre à leurs besoins
 Connaissance du marché des produits dans le secteur d'activité des entreprises prospects / clientes
 Connaissance des réseaux sociaux pertinents pour les entreprises prospects / clientes et compréhension de leur impact sur l'image de l'entreprise en lien avec l'activité type
 Connaissance du vocabulaire anglais lié au commerce B2B
 Connaissance de la stratégie SEM ((Search Engine Marketing)

| SIGLE | Type de document | Code titre | Millésime | Date de Validation | Date de mise à jour | Page |
|-------|------------------|------------|-----------|--------------------|---------------------|-------|
| NTC | REAC | TP-00338 | 07 | 17/05/2024 | 17/05/2024 | 24/56 |

Connaissance de la stratégie SEO (Search Engine Optimization)
 Connaissance de la stratégie SEA (Search Engine Advertising)
 Connaissance du modèle BERT (Bidirectional Encoder Representations from Transformers)
 Connaissance de la chaîne de valeur de l'entreprise, de sa politique commerciale, de ses valeurs, de sa culture et des spécificités liées à la gestion du portefeuille client en lien avec l'activité type
 Connaissance des techniques de prise de rendez-vous par téléphone
 Connaissance des techniques de base de la réalisation d'une campagne de mailing et de son exploitation
 Connaissance des mécanismes de base de la communication interpersonnelle
 Connaissance des médias sociaux et de leurs caractéristiques
 Connaissance des lois en vigueur qui régissent la communication avec les clients (la décision n°2018-0881 de l'Arcep)
 Connaissance des décrets qui réglementent le démarchage téléphonique
 Connaissance de la loi introduisant l'authentification des numéros (dite loi Naegelen 2020-901)
 Connaissance des contraintes liées à la protection des données personnelles des clients (RGPD et e Privacy) et les compétences de la Commission nationale de l'informatique et des libertés (CNIL)
 Connaissance des statistiques de base dont la loi de Pareto
 Connaissance de la veille concurrentielle
 Connaissance de la documentation relative à la prévention des risques professionnels dans le domaine du commerce, publiée par l'Institut national de recherche et de sécurité pour la prévention des accidents du travail et des maladies professionnelles (INRS)
 Connaissance des moyens de prévention des troubles musculo squelettiques (TMS)
 Connaissance des principales familles de handicap : la déficience auditive, la déficience mentale, la déficience motrice, la déficience visuelle
 Connaissance des conséquences sur la dépendance dans la vie quotidienne et sociale des principales familles de handicaps
 Connaissance des règles et bonnes pratiques d'accueil de personnes en situation de handicap
 Connaissance des consignes relatives à l'accessibilité d'un établissement recevant du public (ERP) aux personnes à mobilité réduite ou en situation de handicap
 Connaissance de l'environnement réglementaire de la prospection physique ou à distance
 Connaissance de l'offre produits et services de la concurrence
 Connaissance des règles juridiques attachées à la vente lors de manifestations commerciales
 Connaissance des techniques de prise de rendez-vous
 Connaissance des outils de géolocalisation pour optimiser ses tournées
 Connaissance des intentions de la loi du 10 février 2020 relative à la lutte contre le gaspillage et à l'économie circulaire (dite loi AGECE) et de la loi du 22 août 2021 portant sur la lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets (dite loi climat et résilience)
 Connaissance des mouvements des organisations sur les marchés
 Connaissance des nouveaux secteurs, des innovations technologiques et des nouveaux centres de compétence
 Connaissance de l'éthique et de la responsabilité sociétale de l'entreprise
 Connaissance du marché des solutions techniques de son secteur d'activité
 Connaissance de la réglementation en vigueur selon la nature des produits/services proposés
 Connaissance de la procédure de l'entreprise de réponse aux appels d'offres
 Connaissance de l'indice de l'impact humain dans l'entreprise
 Connaissance des méthodes de valorisation de l'humain dans l'entreprise
 Connaissance de la définition du capital humain par l'OCDE
 Connaissance des anticipations et des prises en compte l'impact humain dans les changements
 Connaissance de l'économie sociale et solidaire
 Connaissance des sociétés coopératives et participatives (Scop)
 Connaissance des sociétés coopératives d'intérêt collectif (Scic)
 Connaissance de la loi du 31 juillet 2014, sur l'encadrement public de l'économie sociale et solidaire s'axe autour du ministère de l'Écologie
 Connaissance du Conseil supérieur de l'économie sociale et solidaire (CSESS)
 Connaissance de la Chambre française de l'économie sociale et solidaire (ESS France)
 Connaissance du Conseil national des chambres régionales de l'économie sociale et solidaire (CNCRESS)
 Connaissance des chambres régionales de l'économie sociale et solidaire (CRESS)
 Connaissance du décret du 25 mars 2021, la Direction générale du Trésor qui soutient et promeut le développement de l'économie sociale, solidaire et responsable ainsi que les innovations qui y concourent
 Connaissance des différents acteurs de l'économie sociale et solidaire (ESS)
 Connaissance de l'empreinte carbone d'un mail

| SIGLE | Type de document | Code titre | Millésime | Date de Validation | Date de mise à jour | Page |
|-------|------------------|------------|-----------|--------------------|---------------------|-------|
| NTC | REAC | TP-00338 | 07 | 17/05/2024 | 17/05/2024 | 25/56 |

Connaissance de l'évaluation de mon empreinte environnementale professionnelle individuelle du numérique en kg eq. CO2
Connaissance du calcul de l'empreinte carbone de vos usages numériques de l'ADEME
Connaissance de l'impact des usages numériques sur le climat
Connaissance des trois volets de l'étude de l'ADEME et de l'Arcep sur l'empreinte environnementale du numérique

| SIGLE | Type de document | Code titre | Millésime | Date de Validation | Date de mise à jour | Page |
|-------|------------------|------------|-----------|--------------------|---------------------|-------|
| NTC | REAC | TP-00338 | 07 | 17/05/2024 | 17/05/2024 | 26/56 |

FICHE COMPÉTENCE PROFESSIONNELLE N° 4

Analyser ses performances, élaborer et mettre en œuvre des actions correctives

Description de la compétence – processus de mise en œuvre

Suivre les indicateurs clés de performance (KPI) et les analyser à partir des données telles que, le nombre de ventes réalisées, les leads générés, le taux de conversion et le chiffre d'affaires réalisé afin d'identifier les écarts entre les objectifs et les résultats. Identifier les facteurs qui ont contribué aux performances et les difficultés rencontrées. En cas d'écart, proposer des axes d'amélioration des performances commerciales à la hiérarchie.

Dans le respect de la stratégie de la relation client et en collaboration avec les services concernés, présenter des propositions relatives aux ajustements nécessaires pour atteindre les objectifs. Déterminer les ressources nécessaires, en tenant compte des contraintes internes et de celles de l'entreprise cliente et coordonner leurs mises en œuvre.

Communiquer de manière transparente avec les services de l'entreprise et l'entreprise prospect / cliente afin de trouver la solution optimale compte tenu du contexte des deux parties. Partager régulièrement les analyses, les plans d'actions, les résultats réalisés ou escomptés avec la hiérarchie pour s'assurer que les actions correctives soient alignées avec les objectifs et contribuent à la croissance et à la rentabilité du portefeuille client.

Contexte(s) professionnel(s) de mise en œuvre

L'analyse de ses performances s'exerce de façon continue et permet d'agir de manière proactive en cas d'obstacle. Le niveau de responsabilité dans la mise en œuvre des actions correctives et d'allocation de moyens en cas d'écart varie en fonction de la taille et de l'organisation de l'entreprise.

Dans l'exercice de ses activités et selon le contexte de l'entreprise, le négociateur technico-commercial peut utiliser l'anglais au niveau B2 du cadre européen de référence des langues.

Critères de performance

Le suivi et l'analyse des KPI sont effectués

Les écarts entre les résultats réalisés avec les objectifs fixés sont évalués

Les facteurs qui ont contribué aux performances et les obstacles rencontrés sont identifiés

Les propositions relatives aux ajustements nécessaires pour atteindre les objectifs prennent en compte le contexte de l'entreprise et celui de l'entreprise cliente

La détermination des ressources nécessaires aux ajustements tient compte des contraintes de l'entreprise et de celles de l'entreprise cliente

La solution proposée est optimale compte tenu du contexte de l'entreprise et de celui du client

Les actions correctives sont alignées avec les objectifs de l'entreprise

Savoir-faire techniques, savoir-faire organisationnels, savoir-faire relationnels, savoirs

Comprendre, communiquer et s'exprimer en anglais à l'oral et à l'écrit (niveau B2 du Cadre européen commun de référence pour les langues)

Maîtriser le vocabulaire technique et commercial anglais (niveau B2 du Cadre européen commun de référence pour les langues)

Maîtriser les outils d'analyse commerciale

Maîtriser les principaux indicateurs de performance (KPI) commerciaux

Utiliser des logiciels de gestion de données

Maîtriser les outils statistiques relatifs au domaine commercial

Interpréter des données financières et commerciales

Utiliser et exploiter un tableau de bord

Décliner un objectif global en sous-objectifs

| SIGLE | Type de document | Code titre | Millésime | Date de Validation | Date de mise à jour | Page |
|-------|------------------|------------|-----------|--------------------|---------------------|-------|
| NTC | REAC | TP-00338 | 07 | 17/05/2024 | 17/05/2024 | 27/56 |

- Calculer un seuil de rentabilité et une marge
- Élaborer ses propres indicateurs de performance
- Évaluer ses actions
- Analyser les écarts entre les résultats et les objectifs fixés
- Identifier et mettre en place les mesures correctives
- Rédiger un compte rendu
- Analyser la gestion de son temps
- Analyser ses performances de manière réaliste
- Repérer l'évolution du marché

- Structurer et organiser les données commerciales
- Prévoir du temps dans son planning pour l'analyse régulière des performances
- Mettre en place des systèmes de suivi et de reporting
- Collaborer avec les différentes équipes de l'entreprise
- Développer et maintenir des tableaux de bord de suivi
- Transmettre des informations claires, vérifiées et répondant aux attentes de l'entreprise
- Rendre compte de son activité commerciale et de ses résultats à sa hiérarchie
- Informier l'entreprise des évolutions concernant le marché et la concurrence
- Utiliser les outils de suivi d'activité et de résultats de l'entreprise
- Compléter régulièrement ses tableaux de bord
- Proposer les mesures correctives à mettre en place
- Participer à des formations continues en évolutions technologiques et meilleures pratiques commerciales

- Communiquer de manière claire et concise des résultats d'analyse
- Collaborer étroitement avec les équipes commerciales et marketing
- Écouter activement des retours des entreprises clientes et des équipes internes
- Présenter des recommandations basées sur l'analyse des performances
- Animer des réunions de suivi et de feedback

- Connaissance du vocabulaire anglais lié au commerce B2B
- Connaissance des techniques d'analyse de marché
- Connaissance du secteur d'activité et des produits/services proposés
- Compréhension des tendances du marché et des facteurs économiques impactant les performances commerciales
- Connaissance des normes et des régulations liées au domaine commercial
- Connaissance des objectifs fixés par l'entreprise
- Connaissance des outils de suivi d'activité et de résultats de l'entreprise
- Connaissance des outils bureautiques et numériques
- Connaissance du marché et de la concurrence
- Connaissance des calculs commerciaux (pourcentage additif et soustractif, rentabilité, point mort, marge, ratios, T.V.A...)
- Connaissance de la documentation relative à la prévention des risques professionnels dans le domaine du commerce, publiée par l'Institut national de recherche et de sécurité pour la prévention des accidents du travail et des maladies professionnelles (INRS)
- Connaissance des moyens de prévention des troubles musculo squelettiques (TMS)
- Connaissance de l'indice de l'impact humain dans l'entreprise
- Connaissance des méthodes de valorisation de l'humain dans l'entreprise
- Connaissance de la définition du capital humain par l'OCDE
- Connaissance des anticipations et des prises en compte l'impact humain dans les changements
- Connaissance de l'économie sociale et solidaire
- Connaissance des sociétés coopératives et participatives (Scop)
- Connaissance des sociétés coopératives d'intérêt collectif (Scic)
- Connaissance de la loi du 31 juillet 2014, sur l'encadrement public de l'économie sociale et solidaire s'axe autour du ministère de l'Écologie
- Connaissance du Conseil supérieur de l'économie sociale et solidaire (CSESS)
- Connaissance de la Chambre française de l'économie sociale et solidaire (ESS France)
- Connaissance du Conseil national des chambres régionales de l'économie sociale et solidaire (CNCRESS)
- Connaissance des chambres régionales de l'économie sociale et solidaire (CRESS)
- Connaissance du décret du 25 mars 2021, la Direction générale du Trésor qui soutient et promeut le développement de l'économie sociale, solidaire et responsable ainsi que les innovations qui y concourent
- Connaissance des différents acteurs de l'économie sociale et solidaire (ESS)

| SIGLE | Type de document | Code titre | Millésime | Date de Validation | Date de mise à jour | Page |
|-------|------------------|------------|-----------|--------------------|---------------------|-------|
| NTC | REAC | TP-00338 | 07 | 17/05/2024 | 17/05/2024 | 28/56 |

Connaissance de l'empreinte carbone d'un mail
Connaissance de l'évaluation de mon empreinte environnementale professionnelle individuelle du numérique en kg eq. CO2
Connaissance du calcul de l'empreinte carbone de vos usages numériques de l'ADEME
Connaissance de l'impact des usages numériques sur le climat
Connaissance des 3 volets de l'étude de l'ADEME et de l'Arcep sur l'empreinte environnementale du numérique

| SIGLE | Type de document | Code titre | Millésime | Date de Validation | Date de mise à jour | Page |
|-------|------------------|------------|-----------|--------------------|---------------------|-------|
| NTC | REAC | TP-00338 | 07 | 17/05/2024 | 17/05/2024 | 29/56 |

FICHE COMPÉTENCE PROFESSIONNELLE N° 5

Représenter l'entreprise et valoriser son image

Description de la compétence – processus de mise en œuvre

Dans le respect de la politique commerciale, de la stratégie, des valeurs et de la culture de l'entreprise, présenter ses produits et services, son savoir-faire, son engagement pour le développement durable et ses solutions de manière valorisante et appropriée au contexte, afin de contribuer à la bonne image et à la notoriété de l'entreprise et fidéliser l'entreprise cliente. En fonction de la stratégie de l'entreprise concernant le media selling, adapter toute présentation professionnelle de produits, services et solutions au réseau et à l'interlocuteur. Si besoin, considérer d'éventuelles situations de handicap et adapter la présentation et les modalités de communication.

Créer et utiliser un profil professionnel sur les réseaux sociaux en fonction de la charte et des consignes, veiller constamment à entretenir l'e-réputation de l'entreprise et respecter les règles de confidentialité propres à chaque réseau. Selon les choix stratégiques de l'entreprise, assurer une présence continue sur les médias sociaux pour établir et maintenir de bonnes relations avec l'entreprise prospect / cliente et consolider ou améliorer le positionnement de l'entreprise par rapport à la concurrence.

Contexte(s) professionnel(s) de mise en œuvre

Cette compétence s'exerce dans toute situation de communication formelle ou informelle, en face à face ou à distance, orale ou écrite, avec une entreprise prospect / cliente.

Selon le contexte de l'entreprise, l'utilisation de l'anglais au niveau B2 peut être demandée, le négociateur technico-commercial représente l'entreprise et valorise son image en anglais.

Critères de performance

La présentation des produits, solutions, savoir-faire et services est valorisante et adaptée à l'interlocuteur et au canal de communication

Le profil professionnel est créé et utilisé sur les réseaux sociaux dans le respect de la charte et des consignes

L'e-réputation de l'entreprise est entretenue et surveillée en continu

Savoir-faire techniques, savoir-faire organisationnels, savoir-faire relationnels, savoirs

Comprendre, communiquer et s'exprimer en anglais à l'oral et à l'écrit (niveau B2 du Cadre européen commun de référence pour les langues)

Maîtriser le vocabulaire technique et commercial anglais (niveau B2 du Cadre européen commun de référence pour les langues)

Maîtriser les techniques de communication pour promouvoir l'image de l'entreprise

Utiliser les outils de communication numérique et les plateformes sociales

Gérer des projets événementiels pour renforcer la visibilité de l'entreprise

Se présenter sur différents canaux de communication

Veiller à entretenir son image de marque (personal branding) et son e-réputation, ainsi que celles de l'entreprise

Créer un profil professionnel sur les réseaux sociaux dans le respect des consignes et des valeurs de l'entreprise et adapté au réseau utilisé

Contribuer à l'animation des communautés sur les réseaux sociaux

Utiliser l'expérience client pour communiquer sur le web (évaluation en ligne, enquête satisfaction, témoignages)

Identifier les éléments de différenciation par rapport aux concurrents permettant de valoriser l'entreprise, ses produits ou services

Concevoir et utiliser un argumentaire adapté

Réaliser un elevator pitch

| SIGLE | Type de document | Code titre | Millésime | Date de Validation | Date de mise à jour | Page |
|-------|------------------|------------|-----------|--------------------|---------------------|-------|
| NTC | REAC | TP-00338 | 07 | 17/05/2024 | 17/05/2024 | 31/56 |

Utiliser les outils bureautiques et numériques
 Présenter l'activité, les produits et les services de l'entreprise sur son marché
 S'informer et prendre en compte les informations pertinentes concernant l'entreprise et son environnement
 Identifier les éléments de différenciation par rapport aux concurrents permettant de valoriser l'entreprise, ses produits ou services

Planification stratégique des actions de représentation pour maximiser l'impact
 Gestion proactive des ressources et des délais liés aux initiatives de représentation
 Collaboration avec les équipes internes pour assurer la cohérence de l'image de l'entreprise
 Élaboration et suivi de plans de communication à long terme pour renforcer la notoriété de la marque
 Optimiser régulièrement le contenu du site web de l'entreprise pour garantir qu'il reste actuel, utile et en accord avec les objectifs globaux (*content pruning*)
 Mettre à jour et éliminer les contenus obsolètes sur le site web ou sur les réseaux professionnels de l'entreprise (*content pruning*)

Communiquer efficacement à l'oral et à l'écrit en interne et avec les clients
 Utiliser les techniques de communication interpersonnelle pour interagir avec les parties prenantes
 Établir et maintenir des relations durables avec les clients et partenaires
 Gérer efficacement des relations publiques pour renforcer la réputation de l'entreprise
 Adapter la communication en fonction des publics internes et externes
 Adapter sa posture et sa tenue vestimentaire aux codes de l'entreprise
 Pratiquer l'écoute active et les techniques de questionnement face à un interlocuteur
 Adopter une attitude en accord avec les valeurs de l'entreprise

Connaissance du vocabulaire anglais lié au commerce B2B
 Connaissance de la stratégie SEM ((Search Engine Marketing)
 Connaissance de la stratégie SEO (Search Engine Optimization)
 Connaissance de la stratégie SEA (Search Engine Advertising)
 Connaissance du modèle BERT (Bidirectional Encoder Representations from Transformers)
 Connaissance des produits et services de l'entreprise pour une représentation précise en lien avec l'activité type
 Connaissance du secteur d'activité de l'entreprise en lien avec l'activité type
 Compréhension des tendances du marché et des évolutions concurrentielles
 Connaissance des outils de communication et de marketing
 Connaissance des outils de veille stratégique pour anticiper les opportunités et les risques
 Connaissance des concepts de base du marketing digital
 Connaissance de la structure d'un argumentaire
 Connaissance des différents statuts du VRP
 Connaissance des mécanismes de base de la communication interpersonnelle
 Connaissance du panorama des médias sociaux et de leurs caractéristiques
 Connaissance des termes courants relatifs aux outils numériques
 Connaissance des termes et des expressions courants dans les communautés sur les réseaux sociaux
 Connaissance des processus qualité de l'entreprise
 Connaissance de la documentation relative à la prévention des risques professionnels dans le domaine du commerce, publiée par l'Institut national de recherche et de sécurité pour la prévention des accidents du travail et des maladies professionnelles (INRS)
 Connaissance des moyens de prévention des troubles musculo squelettiques (TMS)
 Connaissance des principales familles de handicap : la déficience auditive, la déficience mentale, la déficience motrice, la déficience visuelle
 Connaissance des conséquences sur la dépendance dans la vie quotidienne et sociale des principales familles de handicaps
 Connaissance des règles et bonnes pratiques d'accueil de personnes en situation de handicap dans les commerces
 Connaissance des consignes relatives à l'accessibilité d'un établissement recevant du public (ERP) aux personnes à mobilité réduite ou en situation de handicap
 Connaissance de l'indice de l'impact humain dans l'entreprise
 Connaissance des méthodes de valorisation de l'humain dans l'entreprise
 Connaissance de la définition du capital humain par l'OCDE
 Connaissance des anticipations et des prises en compte de l'impact humain dans les changements
 Connaissance de l'économie sociale et solidaire
 Connaissance des sociétés coopératives et participatives (Scop)

| SIGLE | Type de document | Code titre | Millésime | Date de Validation | Date de mise à jour | Page |
|-------|------------------|------------|-----------|--------------------|---------------------|-------|
| NTC | REAC | TP-00338 | 07 | 17/05/2024 | 17/05/2024 | 32/56 |

Connaissance des sociétés coopératives d'intérêt collectif (Scic)
 Connaissance de la loi du 31 juillet 2014, sur l'encadrement public de l'économie sociale et solidaire s'axe autour du ministère de l'Écologie
 Connaissance du Conseil supérieur de l'économie sociale et solidaire (CSESS)
 Connaissance de la Chambre française de l'économie sociale et solidaire (ESS France)
 Connaissance du Conseil national des chambres régionales de l'économie sociale et solidaire (CNCRESS)
 Connaissance des chambres régionales de l'économie sociale et solidaire (CRESS)
 Connaissance du décret du 25 mars 2021, la Direction générale du Trésor qui soutient et promeut le développement de l'économie sociale, solidaire et responsable ainsi que les innovations qui y concourent
 Connaissance des différents acteurs de l'économie sociale et solidaire (ESS)
 Connaissance de l'empreinte carbone d'un mail
 Connaissance de l'évaluation de mon empreinte environnementale professionnelle individuelle du numérique en kg eq. CO2
 Connaissance du calcul de l'empreinte carbone de vos usages numériques de l'ADEME
 Connaissance de l'impact des usages numériques sur le climat
 Connaissance des 3 volets de l'étude de l'ADEME et de l'Arcep sur l'empreinte environnementale du numérique

| SIGLE | Type de document | Code titre | Millésime | Date de Validation | Date de mise à jour | Page |
|-------|------------------|------------|-----------|--------------------|---------------------|-------|
| NTC | REAC | TP-00338 | 07 | 17/05/2024 | 17/05/2024 | 33/56 |

FICHE COMPÉTENCE PROFESSIONNELLE N° 6

Concevoir une proposition technique et commerciale

Description de la compétence – processus de mise en œuvre

Dans le respect des conditions générales de vente de l'entreprise et en tenant compte des données techniques recueillies au cours de la démarche de prospection, concevoir une proposition technique et commerciale personnalisée. Intégrer les éléments liés au développement durable dans la proposition. Prendre en compte les contraintes internes et celles de l'entreprise prospect / cliente. Analyser l'offre de la concurrence pour concevoir la proposition la plus avantageuse pour l'entreprise prospect / cliente en préservant les intérêts de l'entreprise.

Dans le respect des processus internes, collaborer avec les services techniques, financiers, marketing et éventuellement avec des partenaires externes afin de s'assurer que la proposition est réalisable du point de vue technique et organisationnel, rentable du point de vue commercial et compatible avec l'éco-responsabilité de l'entreprise. Selon le produit ou le service, prendre en compte d'éventuelles situations de handicap dans la proposition et solliciter si nécessaire l'appui de professionnels qualifiés.

Élaborer la proposition en se servant des outils numériques et des modèles appropriés. Montrer les avantages tangibles et intangibles de la proposition et mettre en exergue les avantages concurrentiels. Construire un argumentaire de vente cohérent avec la proposition, anticiper les objections et préparer la présentation pour l'entreprise prospect / cliente en s'appuyant sur les supports adaptés et au canal de communication prévu.

Contexte(s) professionnel(s) de mise en œuvre

Cette compétence s'exerce dans l'entreprise, en dehors de la présence des interlocuteurs de l'entreprise prospect / cliente.

Selon le contexte de l'entreprise, l'utilisation de l'anglais au niveau B2 peut être demandée, le négociateur technico-commercial peut concevoir une proposition technique et commerciale en utilisant l'anglais.

Critères de performance

Les informations relatives aux besoins de l'entreprise prospect / cliente sont recueillies

L'offre de la concurrence est analysée

La proposition technique et commerciale personnalisée est en adéquation avec les objectifs et les priorités de l'entreprise prospect / cliente

La proposition intègre les éléments liés au développement durable

La proposition est adaptée à l'évolution des besoins de l'entreprise prospect / cliente à long terme

Les avantages tangibles et intangibles de la proposition sont mis en avant

La proposition est réalisable d'un point de vue technique

La proposition est rentable d'un point de vue commercial

Savoir-faire techniques, savoir-faire organisationnels, savoir-faire relationnels, savoirs

Comprendre, communiquer et s'exprimer en anglais à l'oral et à l'écrit (niveau B2 du Cadre européen commun de référence pour les langues)

Maîtriser le vocabulaire technique et commercial anglais (niveau B2 du Cadre européen commun de référence pour les langues)

Observer et analyser les données du marché nécessaires à la conception de la proposition technique ou commerciale

Identifier les besoins, les motivations et les contraintes de l'entreprise prospect / cliente

Identifier les éléments de différenciation par rapport aux concurrents permettant de valoriser l'entreprise, ses produits ou services

Traduire les besoins et les problèmes de l'entreprise prospect en une proposition à forte valeur ajoutée

Informar l'entreprise prospect / cliente sur le cadre juridique lié à la vente de solutions techniques

| SIGLE | Type de document | Code titre | Millésime | Date de Validation | Date de mise à jour | Page |
|-------|------------------|------------|-----------|--------------------|---------------------|-------|
| NTC | REAC | TP-00338 | 07 | 17/05/2024 | 17/05/2024 | 35/56 |

Informer l'entreprise prospect / cliente sur les obligations environnementales liées à la vente, notamment concernant l'après-vie des matériaux utilisés pour la solution technique
 Appliquer les conditions générales de vente de l'entreprise
 Utiliser les outils bureautiques et numériques
 Maîtriser les bases des calculs commerciaux

Coordonner les différentes étapes de la démarche de conception d'une proposition technique et commerciale
 Collaborer avec les équipes internes pour garantir la faisabilité des propositions techniques
 Gérer les délais et les ressources nécessaires à mobiliser pour mettre en œuvre la solution technique
 Constituer un dossier client
 Collaborer avec les équipes internes pour garantir la faisabilité des propositions techniques
 Informer et sensibiliser l'entreprise prospect / cliente sur le cadre juridique lié à la vente de produits ou de services

Communiquer efficacement à l'oral et à l'écrit en interne et avec les clients
 Gérer la communication sur les réseaux sociaux en lien avec les portefeuilles client
 Créer un climat de confiance avec les entreprises prospects / clientes
 Faire preuve de curiosité, d'écoute, d'empathie et être force de proposition
 Partager et échanger avec l'entreprise cliente sur les avantages de la solution technique proposée

Connaissance du vocabulaire anglais lié au commerce B2B
 Connaissance des solutions techniques et de leur contrainte d'installation
 Connaissance des produits et services de la concurrence
 Connaissance de la réglementation en vigueur selon la nature des produits/services proposés
 Connaissance des obligations environnementales liées à la vente, notamment concernant l'après-vie des produits
 Connaissance des conditions de vente de l'entreprise
 Connaissance des modes de paiement et des conditions financières de l'entreprise
 Connaissance des calculs commerciaux
 Connaissance des règles de base de la communication interpersonnelle
 Connaissance des lois en vigueur qui régissent la communication avec les clients (la décision n°2018-0881 de l'Arcep)
 Connaissance des décrets qui réglementent le démarchage téléphonique
 Connaissance de la loi introduisant l'authentification des numéros (dite loi Naegelen 2020-901)
 Connaissance des conséquences du Règlement Général de Protection des Données (RGPD et ePrivacy) sur la gestion des interactions et les communications en ligne avec les clients
 Connaissance des intentions de la loi du 10 février 2020 relative à la lutte contre le gaspillage et à l'économie circulaire (dite loi AGECE) et de la loi du 22 août 2021 portant sur la lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets (dite loi climat et résilience)
 Connaissance du contexte économique et social de son secteur d'activité
 Connaissance des enjeux de la transition écologique (loi AGECE)
 Connaissance de la documentation relative à la prévention des risques professionnels dans le domaine du commerce, publiée par l'Institut national de recherche et de sécurité pour la prévention des accidents du travail et des maladies professionnelles (INRS)
 Connaissance des moyens de prévention des troubles musculo squelettiques (TMS)
 Connaissance des principales familles de handicap : la déficience auditive, la déficience mentale, la déficience motrice, la déficience visuelle
 Connaissance des conséquences sur la dépendance dans la vie quotidienne et sociale des principales familles de handicaps
 Connaissance des règles et bonnes pratiques d'accueil de personnes en situation de handicap dans les commerces
 Connaissance des consignes relatives à l'accessibilité d'un établissement recevant du public (ERP) aux personnes à mobilité réduite ou en situation de handicap
 Connaissance de l'indice de l'impact humain dans l'entreprise
 Connaissance des méthodes de valorisation de l'humain dans l'entreprise
 Connaissance de la définition du capital humain par l'OCDE
 Connaissance des anticipations et des prises en compte l'impact humain dans les changements
 Connaissance de l'économie sociale et solidaire
 Connaissance des sociétés coopératives et participatives (Scop)
 Connaissance des sociétés coopératives d'intérêt collectif (Scic)

| SIGLE | Type de document | Code titre | Millésime | Date de Validation | Date de mise à jour | Page |
|-------|------------------|------------|-----------|--------------------|---------------------|-------|
| NTC | REAC | TP-00338 | 07 | 17/05/2024 | 17/05/2024 | 36/56 |

Connaissance de la loi du 31 juillet 2014, sur l'encadrement public de l'économie sociale et solidaire s'axe autour du ministère de l'Écologie
 Connaissance du Conseil supérieur de l'économie sociale et solidaire (CSESS)
 Connaissance de la Chambre française de l'économie sociale et solidaire (ESS France)
 Connaissance du Conseil national des chambres régionales de l'économie sociale et solidaire (CNCRESS)
 Connaissance des chambres régionales de l'économie sociale et solidaire (CRESS)
 Connaissance du décret du 25 mars 2021, la Direction générale du Trésor qui soutient et promeut le développement de l'économie sociale, solidaire et responsable ainsi que les innovations qui y concourent
 Connaissance des différents acteurs de l'économie sociale et solidaire (ESS)
 Connaissance de l'empreinte carbone d'un mail
 Connaissance de l'évaluation de mon empreinte environnementale professionnelle individuelle du numérique en kg eq. CO2
 Connaissance du calcul de l'empreinte carbone de vos usages numériques de l'ADEME
 Connaissance de l'impact des usages numériques sur le climat
 Connaissance des 3 volets de l'étude de l'ADEME et de l'Arcep sur l'empreinte environnementale du numérique

| SIGLE | Type de document | Code titre | Millésime | Date de Validation | Date de mise à jour | Page |
|-------|------------------|------------|-----------|--------------------|---------------------|-------|
| NTC | REAC | TP-00338 | 07 | 17/05/2024 | 17/05/2024 | 37/56 |

FICHE COMPÉTENCE PROFESSIONNELLE N° 7

Négocier une solution technique et commerciale

Description de la compétence – processus de mise en œuvre

À partir d'une proposition technique et commerciale et dans le respect des conditions générales de vente, négocier la solution, lors d'un rendez-vous physique ou à distance avec l'entreprise prospect / cliente.

Personnaliser la présentation en fonction des interlocuteurs de l'entreprise prospect / cliente, en s'appuyant sur des supports adaptés. Si besoin, considérer d'éventuelles situations de handicap et adapter la présentation et les modalités de la communication.

Adopter une posture d'expert-conseil, illustrer et argumenter les avantages de la solution et son adéquation avec les besoins actuels ou futurs de l'entreprise prospect / cliente. Intégrer la dimension écologique dans les échanges afin de sensibiliser les interlocuteurs aux conséquences de leurs choix à moyen et à long terme. Reformuler les échanges. Répondre aux objections de manière factuelle, en valorisant la solution.

Conclure la vente. Fixer les rendez-vous ultérieurs et prendre congé. Assurer un suivi continu de la mise en œuvre de la solution vendue et maintenir une communication transparente tout au long de la démarche.

Contexte(s) professionnel(s) de mise en œuvre

Cette compétence se met en œuvre en présence des interlocuteurs de l'entreprise prospect / cliente, en face à face ou à distance.

Selon le contexte de l'entreprise, l'utilisation de l'anglais au niveau B2 peut être demandée, le négociateur technico-commercial peut négocier une solution technique et commerciale en anglais.

Critères de performance

La négociation de la solution répond aux attentes de l'entreprise prospect/cliente

La présentation est personnalisée et s'appuie sur des supports adaptés

La posture d'expert conseil est adoptée

Les avantages du produit ou du service sont illustrés avec le support adapté

La dimension écologique est intégrée dans les échanges

L'argumentation est pertinente

Les objections sont traitées de manière factuelle et valorisent la solution

Savoir-faire techniques, savoir-faire organisationnels, savoir-faire relationnels, savoirs

Comprendre, communiquer et s'exprimer en anglais à l'oral et à l'écrit (niveau B2 du Cadre européen commun de référence pour les langues)

Maîtriser le vocabulaire technique et commercial anglais (niveau B2 du Cadre européen commun de référence pour les langues)

Analyser les besoins techniques des entreprises prospect / clientes

Maîtriser les spécificités techniques des produits ou services proposés

Comprendre les tendances du marché et les évolutions technologiques pertinentes

Évaluer les coûts liés aux solutions techniques proposées

Proposer les solutions techniques adaptées aux exigences de l'entreprise cliente

Maîtriser les bases des calculs commerciaux

Utiliser les outils bureautiques

Utiliser les outils d'aide à la performance (outils de gestion de la relation client, agendas électroniques)

Adopter une posture d'expert conseil

Rechercher des informations sur l'entreprise prospect / cliente de manière ciblée

Lister les objectifs de l'entretien de vente en tenant compte des intérêts du prospect / client et de son entreprise

Rédiger un compte rendu de l'entretien client

| SIGLE | Type de document | Code titre | Millésime | Date de Validation | Date de mise à jour | Page |
|-------|------------------|------------|-----------|--------------------|---------------------|-------|
| NTC | REAC | TP-00338 | 07 | 17/05/2024 | 17/05/2024 | 39/56 |

Réaliser une démonstration personnalisée
Prendre des notes exploitables au cours de l'entretien client
Appliquer les conditions générales de vente de l'entreprise

Constituer un dossier client
Planifier et organiser efficacement les négociations techniques et commerciales
Coordonner les différentes étapes du processus de négociation
Collaborer avec les équipes internes pour garantir la faisabilité des solutions techniques
Gérer les délais et les ressources nécessaires pour mettre en œuvre les accords négociés
Mettre en place un suivi régulier des engagements pris lors des négociations
Analyser un entretien de vente
Améliorer ses performances en analysant sa pratique d'entretien
Informier et sensibiliser l'entreprise prospect / cliente sur le cadre juridique lié à la vente de produits ou de services
Informier et sensibiliser l'entreprise prospect / cliente sur les obligations environnementales liées à la vente, notamment concernant l'après-vie des produits

Communiquer de manière claire et persuasive avec les entreprises clientes
Adapter sa tenue vestimentaire et sa posture aux codes de l'entreprise
Établir et maintenir des relations de confiance avec les partenaires commerciaux
Adapter son discours aux interlocuteurs techniques et non techniques
Gérer les situations de tension et résoudre les éventuels conflits de manière constructive
S'exprimer avec clarté et assurance
Pratiquer l'écoute active et les techniques de questionnement face à un interlocuteur
Détecter les besoins, les motivations et les contraintes de l'entreprise cliente pour s'en servir comme point d'appui lors de l'entretien
Récapituler les besoins, les motivations et les contraintes du prospect / client avant la proposition
Argumenter de manière convaincante
Traiter les objections de l'entreprise prospect / cliente avec pertinence et persévérance
Saisir les signaux d'achat de l'entreprise cliente
Présenter et défendre le prix de façon appropriée
Négocier avec l'entreprise prospect / cliente

Connaissance du vocabulaire anglais lié au commerce B2B
Connaissances dans le domaine technique concerné par les négociations en lien avec l'activité type
Compréhension des principes de base de la négociation commerciale
Connaissance des produits ou services proposés par l'entreprise
Connaissance des outils et des techniques de communication et de persuasion
Connaissance des aspects réglementaires et légaux liés aux contrats commerciaux
Connaissance des règles de base de la communication interpersonnelle
Connaissance de l'argumentaire des produits et services de l'entreprise
Connaissance des conditions générales de vente de l'entreprise
Connaissance du contexte économique et social de son secteur d'activité
Connaissance des produits et services de la concurrence
Connaissance des techniques de vente
Connaissance du cadre juridique de la vente
Connaissance des obligations environnementales liées à la vente, notamment concernant l'après-vie des produits
Connaissance des principes fondamentaux de l'économie circulaire
Connaissance d'exemples d'économie circulaire réussis
Connaissance des dispositions de la loi n° 2020-105 du 10 février 2020 relative à la lutte contre le gaspillage et à l'économie circulaire
Connaissance de l'indice de réparabilité d'un produit
Connaissance des intentions des engagements de développement de l'emploi et des compétences (EDEC) sur la transition écologique
Connaissance des éventuelles conséquences de la déficience auditive et de la déficience visuelle pour la communication interpersonnelle
Connaissance de la documentation relative à la prévention des risques professionnels dans le domaine du commerce, publiée par l'Institut national de recherche et de sécurité pour la prévention des accidents du travail et des maladies professionnelles (INRS)
Connaissance des moyens de prévention des troubles musculo squelettiques (TMS)

| SIGLE | Type de document | Code titre | Millésime | Date de Validation | Date de mise à jour | Page |
|-------|------------------|------------|-----------|--------------------|---------------------|-------|
| NTC | REAC | TP-00338 | 07 | 17/05/2024 | 17/05/2024 | 40/56 |

Connaissance des principales familles de handicap : la déficience auditive, la déficience mentale, la déficience motrice, la déficience visuelle
 Connaissance des conséquences sur la dépendance dans la vie quotidienne et sociale des principales familles de handicaps
 Connaissance des règles et bonnes pratiques d'accueil de personnes en situation de handicap
 Connaissance des consignes relatives à l'accessibilité d'un établissement recevant du public (ERP) aux personnes à mobilité réduite ou en situation de handicap
 Connaissance de l'indice de l'impact humain dans l'entreprise
 Connaissance des méthodes de valorisation de l'humain dans l'entreprise
 Connaissance de la définition du capital humain par l'OCDE
 Connaissance des anticipations et des prises en compte l'impact humain dans les changements
 Connaissance de l'économie sociale et solidaire
 Connaissance de sociétés coopératives et participatives (Scop)
 Connaissance des sociétés coopératives d'intérêt collectif (Scic)
 Connaissance de la loi du 31 juillet 2014, sur l'encadrement public de l'économie sociale et solidaire s'axe autour du ministère de l'Écologie
 Connaissance du Conseil supérieur de l'économie sociale et solidaire (CSESS)
 Connaissance de la Chambre française de l'économie sociale et solidaire (ESS France)
 Connaissance du Conseil national des chambres régionales de l'économie sociale et solidaire (CNCRESS)
 Connaissance des chambres régionales de l'économie sociale et solidaire (CRESS)
 Connaissance du décret du 25 mars 2021, la Direction générale du Trésor qui soutient et promeut le développement de l'économie sociale, solidaire et responsable ainsi que les innovations qui y concourent
 Connaissance des différents acteurs de l'économie sociale et solidaire (ESS)
 Connaissance de l'empreinte carbone d'un mail
 Connaissance de l'évaluation de mon empreinte environnementale professionnelle individuelle du numérique en kg eq. CO2
 Connaissance du calcul de l'empreinte carbone de vos usages numériques de l'ADEME
 Connaissance de l'impact des usages numériques sur le climat
 Connaissance des 3 volets de l'étude de l'ADEME et de l'Arcep sur l'empreinte environnementale du numérique

| SIGLE | Type de document | Code titre | Millésime | Date de Validation | Date de mise à jour | Page |
|-------|------------------|------------|-----------|--------------------|---------------------|-------|
| NTC | REAC | TP-00338 | 07 | 17/05/2024 | 17/05/2024 | 41/56 |

FICHE COMPÉTENCE PROFESSIONNELLE N° 8

Réaliser le bilan, ajuster son activité commerciale et rendre compte

Description de la compétence – processus de mise en œuvre

À partir des données recueillies dans le CRM ou e-CRM, réaliser un bilan exhaustif de son activité commerciale sur une période déterminée.

Dégager les tendances et analyser les écarts entre les résultats obtenus et les objectifs fixés pour optimiser sa performance.

Ajuster son activité commerciale, proposer des mesures correctives, définir les priorités, identifier les nouvelles opportunités et élaborer des plans d'actions pour son portefeuille client.

Collaborer étroitement avec les services concernés pour mettre en œuvre les ajustements, afin de maintenir une relation de confiance avec les entreprises clientes.

Rendre compte à sa hiérarchie de son activité au moyen de rapports, de présentations et de comptes-rendus clairs et exploitables par des tiers.

Contexte(s) professionnel(s) de mise en œuvre

L'analyse de l'activité s'exerce de manière continue sur une période de référence.

Selon le contexte de l'entreprise, l'utilisation de l'anglais au niveau B2 peut être demandée, le négociateur technico-commercial peut réaliser le bilan, ajuster son activité commerciale et rendre compte en utilisant l'anglais.

Critères de performance

Le bilan de l'activité commerciale est régulièrement réalisé et analysé

Les écarts entre les résultats obtenus et les objectifs fixés sont analysés

Les propositions des mesures correctives mènent à des ajustements réalisables

Les nouvelles opportunités sont identifiées et les plans d'actions sont élaborés

Les comptes rendus sont clairs et exploitables par des tiers

Savoir-faire techniques, savoir-faire organisationnels, savoir-faire relationnels, savoirs

Comprendre, communiquer et s'exprimer en anglais à l'oral et à l'écrit (niveau B2 du Cadre européen commun de référence pour les langues)

Maîtriser le vocabulaire technique et commercial anglais (niveau B2 du Cadre européen commun de référence pour les langues)

Analyser les données financières pour réaliser un bilan précis

Maîtriser les outils de gestion comptable et financière

Utiliser des méthodes d'analyse financière pour évaluer la santé financière d'un compte

Utiliser et exploiter un tableau de bord

Maîtriser les outils internes : CRM, e CRM, IA, et savoir les alimenter en continu

Décliner un objectif global en sous-objectifs

Calculer un seuil de rentabilité et une marge

Élaborer ses propres indicateurs de performance

Analyser les écarts entre les résultats escomptés et les objectifs fixés

Identifier et mettre en place les mesures correctives

Rédiger un compte rendu

Analyser la gestion de son temps

Analyser ses performances et ajuster ses actions

Planifier et organiser les activités commerciales en fonction des objectifs définis

Structurer un plan d'actions pour optimiser la gestion des comptes des entreprises clientes

Mettre en place des systèmes de suivi pour évaluer la performance des activités commerciales

| SIGLE | Type de document | Code titre | Millésime | Date de Validation | Date de mise à jour | Page |
|-------|------------------|------------|-----------|--------------------|---------------------|-------|
| NTC | REAC | TP-00338 | 07 | 17/05/2024 | 17/05/2024 | 43/56 |

Transmettre une information claire, vérifiée et répondant aux attentes de l'entreprise
 Rendre compte de son activité commerciale et de ses résultats à sa hiérarchie
 Informer l'entreprise des évolutions concernant le marché et la concurrence
 Optimiser régulièrement le contenu du site web de l'entreprise pour garantir qu'il reste actuel, utile et en accord avec les objectifs globaux (*content pruning*)
 Mettre à jour et éliminer les contenus obsolètes sur le site web ou sur les réseaux professionnels de l'entreprise (*content pruning*)
 Compléter régulièrement ses tableaux de bord
 Proposer les mesures correctives à mettre en place
 Utiliser les outils de suivi d'activité et de résultats de l'entreprise

Établir et entretenir des relations solides avec les entreprises clientes
 Communiquer de manière efficace et transparente avec les partenaires commerciaux
 Négocier avec les clients pour atteindre des accords mutuellement bénéfiques

Connaissance du vocabulaire anglais lié au commerce B2B
 Connaissance de la stratégie SEM ((Search Engine Marketing)
 Connaissance de la stratégie SEO (Search Engine Optimization)
 Connaissance de la stratégie SEA (Search Engine Advertising)
 Connaissance du modèle BERT (Bidirectional Encoder Representations from Transformers)
 Connaissances en comptabilité et finance en lien avec l'activité type.
 Compréhension des techniques d'analyse de marché et de segmentation
 Connaissance des tendances du secteur et des concurrents
 Connaissance des objectifs fixés par l'entreprise
 Connaissance des outils de suivi d'activité et de résultats de l'entreprise
 Connaissance des outils bureautiques et numériques
 Connaissance du marché et de la concurrence
 Connaissance des calculs commerciaux (pourcentage additif et soustractif, rentabilité, point mort, marge, ratios, T.V.A...)
 Connaissance de la documentation relative à la prévention des risques professionnels dans le domaine du commerce, publiée par l'Institut national de recherche et de sécurité pour la prévention des accidents du travail et des maladies professionnelles (INRS)
 Connaissance des moyens de prévention des troubles musculo squelettiques (TMS)
 Connaissance de l'indice de l'impact humain dans l'entreprise
 Connaissance des méthodes de valorisation de l'humain dans l'entreprise
 Connaissance de la définition du capital humain par l'OCDE
 Connaissance des anticipations et des prises en compte l'impact humain dans les changements
 Connaissance de l'économie sociale et solidaire
 Connaissance des sociétés coopératives et participatives (Scop)
 Connaissance des sociétés coopératives d'intérêt collectif (Scic)
 Connaissance de la loi du 31 juillet 2014, sur l'encadrement public de l'économie sociale et solidaire s'axe autour du ministère de l'Écologie
 Connaissance du Conseil supérieur de l'économie sociale et solidaire (CSESS)
 Connaissance de la Chambre française de l'économie sociale et solidaire (ESS France)
 Connaissance du Conseil national des chambres régionales de l'économie sociale et solidaire (CNCRESS)
 Connaissance des chambres régionales de l'économie sociale et solidaire (CRESS)
 Connaissance du décret du 25 mars 2021, la Direction générale du Trésor qui soutient et promeut le développement de l'économie sociale, solidaire et responsable ainsi que les innovations qui y concourent
 Connaissance des différents acteurs de l'économie sociale et solidaire (ESS)
 Connaissance de l'empreinte carbone d'un mail
 Connaissance de l'évaluation de mon empreinte environnementale professionnelle individuelle du numérique en kg eq. CO2
 Connaissance du calcul de l'empreinte carbone des usages numériques de l'ADEME
 Connaissance de l'impact des usages numériques sur le climat
 Connaissance des 3 volets de l'étude de l'ADEME et de l'Arcep sur l'empreinte environnementale du numérique

| SIGLE | Type de document | Code titre | Millésime | Date de Validation | Date de mise à jour | Page |
|-------|------------------|------------|-----------|--------------------|---------------------|-------|
| NTC | REAC | TP-00338 | 07 | 17/05/2024 | 17/05/2024 | 44/56 |

FICHE COMPÉTENCE PROFESSIONNELLE N° 9

Optimiser la gestion de la relation client

Description de la compétence – processus de mise en œuvre

Assurer le suivi de la mise en œuvre des solutions de l'entreprise cliente. Identifier les opportunités d'amélioration de l'offre de produits et de services, pour actualiser les personas. Utiliser l'e-CRM et les outils de l'IA. Transmettre les informations aux services concernés.

Anticiper les besoins et améliorer les propositions de manière proactive pour maintenir un partenariat privilégié avec l'entreprise cliente.

Collaborer avec les services internes pour contribuer à la cohérence de l'expérience client à travers tous les points de contact. S'assurer que les entreprises clientes bénéficient d'une expérience unifiée à chaque étape de leur parcours.

Favoriser une communication régulière et transparente avec les entreprises prospects / clientes. Identifier et répondre à leurs besoins pour cultiver des relations durables basées sur la satisfaction et la confiance mutuelle.

Contexte(s) professionnel(s) de mise en œuvre

Cette compétence est mise en œuvre au quotidien, à chaque point de contact avec l'entreprise cliente et de manière proactive avant chaque prise de contact.

Selon le contexte de l'entreprise, l'utilisation de l'anglais au niveau B2 peut être demandée, le négociateur technico-commercial peut optimiser la gestion de la relation client en utilisant l'anglais.

Critères de performance

Le suivi de la mise en œuvre des solutions de l'entreprise cliente est assuré

Les opportunités d'amélioration de l'offre de produits et de services sont identifiées pour actualiser les personas

Les besoins sont anticipés et les propositions sont améliorées de manière proactive

L'expérience client est cohérente à travers tous les points de contact

La communication avec les entreprises clientes est régulière et transparente

Savoir-faire techniques, savoir-faire organisationnels, savoir-faire relationnels, savoirs

Comprendre, communiquer et s'exprimer en anglais à l'oral et à l'écrit (niveau B2 du Cadre européen commun de référence pour les langues)

Maîtriser le vocabulaire technique et commercial anglais (niveau B2 du Cadre européen commun de référence pour les langues)

Maîtriser les outils de gestion de la relation client (CRM)

Analyser les données clients pour identifier les opportunités d'optimisation

Connaissance des produits ou services offerts aux grands comptes en lien avec l'activité type

Proposer des solutions techniques en adéquation avec les besoins des entreprises clientes

Maîtriser et exploiter de manière proactive les outils numériques de l'entreprise

S'assurer que les produits, services ou solutions proposés sont en adéquation avec les attentes et les ambitions de l'entreprise cliente

Suivre les influenceurs

Faciliter ses futures ventes en anticipant les actions de fidélisation à mener

Utiliser les médias sociaux et les blogs

Appliquer les règles et les procédures de l'entreprise

Mettre en place une offre commerciale de fidélisation ou de réactivation de compte

Mener un entretien dans le cadre d'une action de fidélisation

Représenter l'entreprise sur les médias sociaux

Concevoir et utiliser un argumentaire adapté

| SIGLE | Type de document | Code titre | Millésime | Date de Validation | Date de mise à jour | Page |
|-------|------------------|------------|-----------|--------------------|---------------------|-------|
| NTC | REAC | TP-00338 | 07 | 17/05/2024 | 17/05/2024 | 45/56 |

Déterminer le geste commercial nécessaire à la fidélisation d'une entreprise cliente dans le respect des procédures de l'entreprise
Diffuser l'offre commerciale en utilisant les différents canaux de communication de l'entreprise

Planification stratégique des actions visant à améliorer l'expérience client
Gestion efficace du temps pour répondre rapidement aux demandes des entreprises clientes
Collaboration avec les équipes internes pour garantir une offre cohérente
Mise en place de processus organisationnels favorisant une collaboration fluide
Actualisation continue des connaissances techniques et sectorielles
Suivre les statistiques de la satisfaction clientèle
Suivre les notations des entreprises clientes
Optimiser régulièrement le contenu du site web de l'entreprise pour garantir qu'il reste actuel, utile et en accord avec les objectifs globaux (*content pruning*)
Mettre à jour et éliminer les contenus obsolètes sur le site web ou sur les réseaux professionnels de l'entreprise (*content pruning*)
Organiser son travail en fonction de l'activité commerciale

Communication efficace avec les entreprises prospects / clientes pour comprendre leurs besoins
Développement et maintien de relations solides avec les entreprises clientes
Gestion des conflits de manière constructive pour maintenir la satisfaction client
Création d'une relation de confiance favorisant la fidélisation des entreprises clientes
Pratiquer l'écoute active et les techniques d'observation et de questionnement face à un interlocuteur
Impliquer la clientèle dans l'élaboration d'actions de fidélisation
Adopter une attitude en accord avec les valeurs de l'entreprise
Adapter sa tenue vestimentaire et sa posture aux codes de l'entreprise

Connaissance du vocabulaire anglais lié au commerce B2B
Connaissance de la stratégie SEM ((Search Engine Marketing)
Connaissance de la stratégie SEO (Search Engine Optimization)
Connaissance de la stratégie SEA (Search Engine Advertising)
Connaissance du modèle BERT (Bidirectional Encoder Representations from Transformers)
Compréhension des attentes et des besoins des entreprises clientes en lien avec l'activité type
Connaissance des tendances du marché et des évolutions sectorielles
Connaissance des concepts liés à l'expérience client et à la satisfaction
Connaissance des conditions générales et particulières de vente de l'entreprise
Connaissance des outils de fidélisation proposés par l'entreprise
Connaissance des concepts de base du marketing et du marketing digital
Connaissance du panorama des médias sociaux et de leurs caractéristiques
Connaissance des termes courant de la communication via les canaux numériques
Connaissance de la documentation relative à la prévention des risques professionnels dans le domaine du commerce, publiée par l'Institut national de recherche et de sécurité pour la prévention des accidents du travail et des maladies professionnelles (INRS)
Connaissance de l'indice de l'impact humain dans l'entreprise
Connaissance des méthodes de valorisation de l'humain dans l'entreprise
Connaissance de la définition du capital humain par l'OCDE
Connaissance des anticipations et des prises en compte l'impact humain dans les changements
Connaissance de l'économie sociale et solidaire
Connaissance des sociétés coopératives et participatives (Scop)
Connaissance des sociétés coopératives d'intérêt collectif (Scic)
Connaissance de la loi du 31 juillet 2014, sur l'encadrement public de l'économie sociale et solidaire s'axe autour du ministère de l'Écologie
Connaissance du Conseil supérieur de l'économie sociale et solidaire (CSESS)
Connaissance de la Chambre française de l'économie sociale et solidaire (ESS France)
Connaissance du Conseil national des chambres régionales de l'économie sociale et solidaire (CNCRESS)
Connaissance des chambres régionales de l'économie sociale et solidaire (CRESS)
Connaissance du décret du 25 mars 2021, la Direction générale du Trésor qui soutient et promeut le développement de l'économie sociale, solidaire et responsable ainsi que les innovations qui y concourent
Connaissance des différents acteurs de l'économie sociale et solidaire (ESS)
Connaissance de l'empreinte carbone d'un mail
Connaissance de l'évaluation de mon empreinte environnementale professionnelle individuelle du numérique en kg eq. CO2

| SIGLE | Type de document | Code titre | Millésime | Date de Validation | Date de mise à jour | Page |
|-------|------------------|------------|-----------|--------------------|---------------------|-------|
| NTC | REAC | TP-00338 | 07 | 17/05/2024 | 17/05/2024 | 46/56 |

Connaissance du calcul de l'empreinte carbone des usages numériques de l'ADEME
Connaissance de l'impact des usages numériques sur le climat
Connaissance des 3 volets de l'étude de l'ADEME et de l'Arcep sur l'empreinte environnementale du numérique

| SIGLE | Type de document | Code titre | Millésime | Date de Validation | Date de mise à jour | Page |
|-------|------------------|------------|-----------|--------------------|---------------------|-------|
| NTC | REAC | TP-00338 | 07 | 17/05/2024 | 17/05/2024 | 47/56 |

FICHE DES COMPÉTENCES TRANSVERSALES DE L'EMPLOI TYPE

Communiquer

Description de la compétence – processus de mise en œuvre

Identifier les enjeux d'une communication écrite et orale. Élaborer un discours argumenté et convaincant dans un langage adapté aux interlocuteurs et au contexte et dans le respect du temps alloué. Élaborer des visuels adaptés à l'objet de la communication orale et à la cible.

Rédiger des notes et des synthèses claires, factuelles et adaptées au contexte et au destinataire.

Dialoguer avec différents interlocuteurs en prenant en compte leur contexte. Être à l'écoute en distinguant faits et opinions.

Selon le contexte et la taille de l'entreprise, l'utilisation de l'anglais au niveau B2 est possible. Cette compétence peut se réaliser en anglais.

Critères de performance

Les enjeux d'une communication écrite et orale sont identifiés

La communication orale est adaptée au contexte et au destinataire

Le temps alloué à la communication orale est respecté

Les visuels sont adaptés à l'objet de la communication et aux destinataires

Les notes et synthèses sont claires et factuelles, adaptées au contexte et au destinataire

Adopter un comportement orienté vers l'autre

Description de la compétence – processus de mise en œuvre

Accueillir, être à l'écoute, prendre en compte les besoins et les attentes de l'entreprise prospect / cliente et y répondre de façon proactive.

Établir et maintenir une relation « positive » et durable avec l'entreprise prospect / cliente. Cette compétence est mobilisée dans différentes situations et face à des publics variés. Détecter les besoins non exprimés, les formuler et proposer des réponses adaptées. Bâtir une relation de confiance avec les entreprises prospects / clientes, anticiper leurs besoins futurs pour optimiser l'expérience client et les fidéliser.

Selon le contexte de l'entreprise, l'utilisation de l'anglais au niveau B2 peut être demandée, cette compétence peut se réaliser en anglais.

Critères de performance

Les besoins et les attentes de l'entreprise prospect / cliente sont identifiés

La relation établie avec l'entreprise prospect / cliente est positive

Les besoins non exprimés sont formulés

La réponse aux besoins non exprimés est adaptée

Les besoins futurs de l'entreprise prospect / cliente sont anticipés

Rechercher un accord

Description de la compétence – processus de mise en œuvre

Créer des conditions favorables à la discussion de l'objet de la négociation. En fonction des enjeux et du contexte, préparer ses arguments, les concessions possibles et les points non négociables et fixer ses objectifs concernant les termes de l'accord.

| SIGLE | Type de document | Code titre | Millésime | Date de Validation | Date de mise à jour | Page |
|-------|------------------|------------|-----------|--------------------|---------------------|-------|
| NTC | REAC | TP-00338 | 07 | 17/05/2024 | 17/05/2024 | 49/56 |

Définir avec les interlocuteurs le cadre des échanges. Écouter les arguments des interlocuteurs et y répondre de façon circonstanciée. Conduire les échanges dans le but de trouver un accord et rester attentif à la qualité des échanges.

Selon le contexte de l'entreprise, l'utilisation de l'anglais au niveau B2 peut être demandée, cette compétence peut se réaliser en anglais.

Critères de performance

Des conditions favorables à la négociation sont créées

Les concessions possibles et les points non négociables sont identifiés

Le cadre des échanges est défini avec les interlocuteurs

Les échanges sont conduits dans le but de trouver un accord et en restant attentif à la qualité des échanges

Evaluer ses actions

Description de la compétence – processus de mise en œuvre

Suivre en permanence les indicateurs de performance de l'entreprise. S'interroger sur le résultat de ses actions et analyser l'écart qualitatif et quantitatif entre le résultat atteint et le résultat attendu. Évaluer sa part de responsabilité et ses moyens d'agir dans le respect des limites de sa responsabilité.

Selon le contexte de l'entreprise, l'utilisation de l'anglais au niveau B2 peut être demandée, cette compétence peut se réaliser en anglais.

Critères de performance

Les indicateurs de performance sont suivis en permanence

D'éventuels écarts entre un résultat atteint et un résultat attendu sont analysés

Sa part de responsabilité pour un résultat est évalué

Les limites de sa responsabilité sont connues et respectées

Mettre en œuvre une démarche de résolution de problème

Description de la compétence – processus de mise en œuvre

À partir du constat d'un écart entre un objectif fixé et le résultat atteint, d'une anomalie, d'un dysfonctionnement, d'un incident ou d'une difficulté, analyser la situation avec des moyens et des outils adaptés, en impliquant les différents services. Rechercher les causes des écarts et définir des mesures correctives adaptées et réalistes en tenant compte des moyens. Suivre les indicateurs afin d'évaluer l'efficacité des mesures correctives.

Selon le contexte de l'entreprise, l'utilisation de l'anglais au niveau B2 peut être demandée, cette compétence peut se réaliser en anglais.

Critères de performance

Un dysfonctionnement, un incident ou une difficulté est analysé avec des moyens adaptés

Les différents services sont impliqués dans l'analyse

Les causes possibles sont identifiées

Les mesures correctives définies sont réalistes et adaptées

L'efficacité des mesures correctives est évaluée.

| SIGLE | Type de document | Code titre | Millésime | Date de Validation | Date de mise à jour | Page |
|-------|------------------|------------|-----------|--------------------|---------------------|-------|
| NTC | REAC | TP-00338 | 07 | 17/05/2024 | 17/05/2024 | 50/56 |

Glossaire technique

Cadre européen commun de référence pour les langues (CECRL)

Référence européenne en matière de compétence langagière. Ce cadre comporte trois niveaux généraux, chacun subdivisé en deux.

Niveau A : utilisateur élémentaire

A1 = introductif ou découverte

A2 = survie ou intermédiaire

Niveau B : utilisateur indépendant

B1 = seuil

B2 = avancé. Il peut comprendre le contenu. Il est capable de suivre, faire un exposé sur un sujet courant ou entretenir une conversation sur une gamme relativement large de sujets, par exemple :

- La conception et la présentation de la proposition technique et commerciale pour ses interlocuteurs en anglais.
- L'utilisation des outils de veille concurrentielle, informationnelle et des outils d'intelligence artificielle (IA) en anglais.
- L'identification des actions à mettre en place en anglais pour atteindre les objectifs de sa hiérarchie.
- La construction des argumentaires de vente en anglais.

Est capable de communiquer avec un degré de spontanéité et d'aisance telles qu'une conversation avec un locuteur natif ne comporte de tension ni pour l'un, ni pour l'autre, par exemple :

- La mise à jour (contenu pruning) des contenus sur le site web ou sur les médias professionnels de l'entreprise pour prospecter en ligne en anglais
- Le recueil des informations relatives aux besoins du prospect, à ses attentes, ses objectifs et ses projets d'évolution à long terme en anglais
- La présentation des produits et des services, du savoir-faire de son entreprise en anglais
- La négociation de la solution technique ou commerciale avec l'entreprise prospect / cliente en anglais
- Collaborer avec les services internes ou externes en anglais pour contribuer à la cohérence de l'expérience client

Niveau C : utilisateur expérimenté

C1 = autonome

C2 = maîtrise

(Source : http://www.coe.int/t/dg4/linguistic/Cadre1_FR.asp)

| SIGLE | Type de document | Code titre | Millésime | Date de Validation | Date de mise à jour | Page |
|-------|------------------|------------|-----------|--------------------|---------------------|-------|
| NTC | REAC | TP-00338 | 07 | 17/05/2024 | 17/05/2024 | 51/56 |

Glossaire du REAC

Activité type

Une activité type est un bloc de compétences qui résulte de l'agrégation de tâches (ce qu'il y a à faire dans l'emploi) dont les missions et finalités sont suffisamment proches pour être regroupées. Elle renvoie au certificat de compétences professionnelles (CCP).

Activité type d'extension

Une activité type d'extension est un bloc de compétences qui résulte de l'agrégation de tâches qui constituent un domaine d'action ou d'intervention élargi de l'emploi type. On la rencontre seulement dans certaines déclinaisons de l'emploi type. Cette activité n'est pas dans tous les TP. Quand elle est présente, elle est attachée à un ou des TP. Elle renvoie au certificat complémentaire de spécialisation (CCS).

Compétence professionnelle

La compétence professionnelle se traduit par une capacité à combiner un ensemble de savoirs, savoir-faire, comportements, conduites, procédures, type de raisonnement, en vue de réaliser une tâche ou une activité. Elle a toujours une finalité professionnelle. Le résultat de sa mise en œuvre est évaluable.

Compétence transversale

La compétence transversale désigne une compétence générique commune aux diverses situations professionnelles de l'emploi type. Parmi les compétences transversales, on peut recenser les compétences correspondant :

- à des savoirs de base,
- à des attitudes comportementales et/ou organisationnelles.

Critère de performance

Un critère de performance sert à porter un jugement d'appréciation sur un objet en termes de résultat(s) attendu(s) : il revêt des aspects qualitatifs et/ou quantitatifs.

Emploi type

L'emploi type est un modèle d'emploi représentatif d'un ensemble d'emplois réels suffisamment proches, en termes de mission, de contenu et d'activités effectuées, pour être regroupées : il s'agit donc d'une modélisation, résultante d'une agrégation critique des emplois.

Référentiel d'Emploi, Activités et Compétences (REAC)

Le REAC est un document public à caractère réglementaire (visé par l'arrêté du titre professionnel) qui s'applique aux titres professionnels du ministère chargé de l'emploi. Il décrit les repères pour une représentation concrète du métier et des compétences qui sont regroupées en activités dans un but de certification.

Savoir

Un savoir est une connaissance mobilisée dans la mise en œuvre de la compétence professionnelle ainsi qu'un processus cognitif impliqué dans la mise en œuvre de ce savoir.

| SIGLE | Type de document | Code titre | Millésime | Date de Validation | Date de mise à jour | Page |
|-------|------------------|------------|-----------|--------------------|---------------------|-------|
| NTC | REAC | TP-00338 | 07 | 17/05/2024 | 17/05/2024 | 53/56 |

Savoir-faire organisationnel

C'est un savoir et un savoir-faire de l'organisation et du contexte impliqués dans la mise en œuvre de l'activité professionnelle pour une ou plusieurs personnes.

Savoir-faire relationnel

C'est un savoir comportemental et relationnel qui identifie toutes les interactions socioprofessionnelles réalisées dans la mise en œuvre de la compétence professionnelle pour une personne. Il s'agit d'identifier si la relation s'exerce : à côté de (sous la forme d'échange d'informations) ou en face de (sous la forme de négociation) ou avec (sous la forme de travail en équipe ou en partenariat, etc.).

Savoir-faire technique

Le savoir-faire technique est le savoir procéder, savoir opérer à mobiliser en utilisant une technique dans la mise en œuvre de la compétence professionnelle ainsi que les processus cognitifs impliqués dans la mise en œuvre de ce savoir-faire.

Titre professionnel

La certification professionnelle délivrée par le ministre chargé de l'emploi est appelée « titre professionnel ». Ce titre atteste que son titulaire maîtrise les compétences, aptitudes et connaissances permettant l'exercice d'activités professionnelles qualifiées. (Article R338-1 et suivants du Code de l'Education).

| SIGLE | Type de document | Code titre | Millésime | Date de Validation | Date de mise à jour | Page |
|-------|------------------|------------|-----------|--------------------|---------------------|-------|
| NTC | REAC | TP-00338 | 07 | 17/05/2024 | 17/05/2024 | 54/56 |

Reproduction interdite

Article L 122-4 du code de la propriété intellectuelle

"Toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle faite sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droit ou ayants cause est illicite. Il en est de même pour la traduction, l'adaptation ou la transformation, l'arrangement ou la reproduction par un art ou un procédé quelconque."

