



RNCP : 19384
CPF : 9987

Marketing et Vente

BLOC 4 : Animation et encadrement de l'activité commerciale

Bac + 3 reconnu par l'Etat – Niveau 6

1. Management de l'équipe de vente :

- C1** : Être capable d'identifier et d'interpréter l'évolution des attentes des clients et des employeurs vis-à-vis des commerciaux
- C2** : Etre capable de constituer une force de vente cohérente à partir de statuts diversifiés
- C3** : Etre capable d'intégrer l'équipe de vente dans la stratégie commerciale globale de l'entreprise (Plan d'Actions Commerciales), savoir fixer des objectifs commerciaux
- C4** : Etre capable de créer et entretenir la motivation de l'équipe de vente : adopter les bons comportements de management, développer la cohésion au sein de l'équipe, bien intégrer les nouveaux collaborateurs

PREREQUIS:

- Niveau Bac minimum
- DEAU validé

PROFIL:

- Sens de l'observation et de l'analyse
- Sens commercial
- Persuasif et tenace
- Sens du relationnel

PUBLIC:

- Demandeur d'emploi
- Salarié
- Personne en reconversion
- Personne en situation de handicap (adaptation de la formation possible)

NOTRE METHODE:

- Les cours sont dispensés en face à face, en alternant des apports théoriques et des expériences pratiques
- L'équipe pédagogique est constituée principalement de professionnels de secteur

OBJECTIFS DE LA FORMATION :

- Organiser et optimiser le fonctionnement d'une équipe de vente.

2. Techniques de vente :

- C1** : Développer la communication commerciale, afin de prendre confiance en soi et créer un climat propice à la négociation
- C2** : Etre capable de Créer et utiliser des Outils d'Aide à la vente (OAV)
 - Plan de découverte,
 - Argumentaire,
 - Plan de traitement des objections
- C3** : Mener un entretien complet de vente
- C4** : Prendre rendez-vous par téléphone, vendre par téléphone

Modalité d'évaluation :

Chaque bloc de compétences se valide de manière indépendante.

Deux cas de figure :

1. Validation des compétences par l'expérience
2. Validation des compétences par mise en situation professionnelle

Validation totale ou partielle :

La validation d'un bloc de compétences suppose l'acquisition de chaque compétence qui le constitue.

En cas de validation partielle, le candidat sera évalué lors d'un prochain jury sur le ou les module(s) non validé(s) uniquement. En cas d'échec à un CCP mais acquisition d'au moins un module, le candidat pourra conserver le bénéfice des résultats obtenus à chaque module acquis pendant 5 ans. Il ne pourra cependant bénéficier des résultats obtenus pour la validation de la certification tant que le CCP ne sera pas validé dans son intégralité.

Si l'ensemble des blocs de compétences est validé, la validation du titre par la formation est subordonnée à la présentation écrite et orale d'un mémoire réalisé autour d'une thématique globale, choisie par le candidat et en lien avec le secteur d'activité de la spécialité choisie.



3. *Tourisme de Loisirs : (option)*

- C1** : Etre capable d'Identifier et d'actualiser les principaux acteurs touristiques
- C2** : Savoir identifier et analyser les ressources de l'industrie du tourisme
- C3** : Commercialiser l'offre touristique
- C4** : Gérer la relation client

4. *Management et Marketing Evènementiel : (option)*

- C1** : Analyse des objectifs
- C2** : Utiliser des outils organisationnels
- C3** : Développer ses capacités d'écoute de transmission de Créativité
- C4** : Commercialiser le produit
- C5** : Mettre en place l'évènement et son
- C6** : Maîtriser les démarches administratives et les différents règlements applicables pour l'organisation d'évènements

6. *Webmarketing : (option)*

- C1** : Définir les objectifs, la cible et analyser le marché
- C2** : Rédiger un cahier des charges
- C3** : Suivre la performance d'un site internet et optimiser son référencement naturel
- C4** : Créer une campagne d'Inbound Marketing
- C5** : Créer une campagne de Marketing Automation
- C6** : Créer, suivre et optimiser une campagne de publicité Google
- C7** : Créer, suivre et optimiser une campagne de publicité sur internet : achat d'espace, affiliation, display
- C8** : Créer, suivre et optimiser une campagne de publicité sur LinkedIn et Facebook
- C9** : Créer, suivre et optimiser une campagne de Marketing Mobile
- C10** : Créer, suivre et optimiser une campagne d'influence

5. *Communication opérationnelle : (option)*

- C1** : Concevoir un plan de communication B2C & B2B
- C2** : Maîtriser les techniques promotionnelles
- C3** : Concevoir une opération de sponsoring
- C4** : Mettre en place un plan de communication B2B
- C5** : Concevoir un journal interne
- C6** : Communiquer en situation de crise
- C7** : Accompagner la création d'une marque
- C8** : Gérer une compétition d'agence
- C9** : Gérer la production d'une plaquette
- C10** : Établir le cahier des charges d'un site internet

7. *Management des activités sportives : (option)*

- C1** : Etre capable de connaître les caractéristiques du Marketing du sport
- C2** : Etre capable de maîtriser les spécificités des consommateurs et les outils
- C3** : Etre capable d'appréhender le marché du sport et les intervenants
- C4** : Etre capable de maîtriser la commercialisation de ses produits et services
- C5** : Maîtriser la commercialisation et le marketing digital des produits, des services et des activités sportives
- C6** : Etre capable de comprendre et de bâtir le plan marketing pour un évènement ou une structure sportive
- C7** : Etre capable de formuler des préconisations relevant de la digitalisation de la relation clientèle

8. Grande distribution : (option)

- C1** : Connaître les caractéristiques de la grande distribution
- C2** : Maîtriser les spécificités des consommateurs et les outils de gestion de la relation clientèle
- C3** : Maîtriser la réglementation en grande distribution
- C4** : Maîtriser les techniques de marchandisage en GSA, GSS
- C5** : Appréhender les fonctions achat et logistique et la notion de block Chain
- C6** : Maîtriser la réglementation générale en grande distribution
- C7** : Maîtriser les enjeux et limites des stratégies de Data Marketing
- C8** : Maîtriser les outils et spécificités des évolutions vers une stratégie omnicanale en grande distribution

9. International Marketing : (option)

- C1** : Etre capable d'analyser les différentes formes de présence à l'étranger (entry strategies)
- C2** : Etre capable de négocier en anglais (negotiating)
- C3** : Etre capable de rédiger un questionnaire marketing (marketing questionnaire)
- C4** : Etre capable de faire une présentation en anglais (how to give a presentation)

10. Marché européen : (option)

- C1** : Comprendre le système de gouvernance de l'UE
- C2** : Comprendre la portée du marché unique sur l'intégration européenne
- C3** : Identifier l'impact du marché intérieur sur l'activité économique et sur les citoyens européens
- C4** : Apprécier la portée des politiques européennes dans le cadre d'une réflexion globale
- C5** : Apprécier l'impact des politiques européennes sur une entreprise française exportatrice au niveau européen

11. Marketing du luxe : (option)

- C1** : Maîtriser l'environnement économique spécifique et la culture professionnelle du secteur du luxe
- C2** : Concevoir une démarche commerciale dans le secteur du luxe
- C3** : Proposer et vendre une gamme de produits de luxe
- C4** : Evaluer la démarche commerciale dans le secteur du luxe

12. Anglais appliqué :

- C1** : Etre capable de comprendre un document écrit (lettre, e-mail, mémo, notice, planning, graphique, tableau ...)
- C2** : Etre capable de rédiger un essai ayant pour thème le monde du travail ou l'actualité économique (en argumentant, exprimant accords/désaccords...)
- C3** : Etre capable de concevoir/compléter un jeu de rôle à partir de consignes écrites (dialogues au téléphone, accueil de clients / fournisseurs...)
- C4** : Etre capable de rédiger un document professionnel (lettre, email...)