

Vente et Négociation B to B

CATEGORIE : C

Vue d'ensemble

Domaine(s) d'activité professionnel dans lequel(s) est utilisé la certification :

- Transverse : ■ **Les compétences validées par la certification sont par essence exercées dans tous types d'environnements professionnels et domaines d'activité du secteur marchand, mais également non-marchand (services, fonction achat des établissements publics).**

La certification concerne tout professionnel chargé de vendre et négocier une offre de produit et de service auprès d'entreprises et d'organisations du secteur marchand et non marchand.

Code(s) NAF : —

Code(s) NSF : **312**, **410**, **413**

Code(s) ROME : **C1504**, **M1707**, **D1407**, **D1402**, **D1401**

Formacode : —

Date de création de la certification : **01/01/2010**

Mots clés : **Stratégie commerciale**, **Techniques de vente**, **Prospection commerciale**, **Négociation**

Identification

Identifiant : **2909**

Version du : **11/07/2017**

Références

Consensus, reconnaissance ou recommandation :

Formalisé :

- [Pole emploi: enquête besoins en main d'œuvre 2017](#)
- [Pole emploi: commercial un métier très recherché](#)
- [DCF, Manifeste pour le développement de la fonction commerciale](#)

Non formalisé :

- [Etude Cegos, 500 salariés Commerciaux et 150 Directeurs Commerciaux : « la formation est le premier facteur impactant les pratiques de vente »](#)
- [Les Echos, Septembre 2016 : pour se lancer dans le B to B il faut : « une excellente connaissance des attentes des professionnels »](#)

Descriptif

Objectifs de l'habilitation/certification

La certification « Vente et Négociation B to B » permet au professionnel certifié de se trouver en capacité d'évoluer avec aisance et impact dans ses situations de vente et négociation.

Le candidat aura ainsi validé sa capacité à :

- 1 - Définir et mettre en œuvre sa stratégie de vente**
- 2 - Prospecter efficacement**
- 3 - Découvrir les besoins et attentes de son interlocuteur**

4 - Formuler une réponse ou une solution adaptée

5 - S'adapter au profil comportemental de son interlocuteur

6 - Négocier et conclure sa vente

Il s'agit d'un ensemble **compétences génériques et transversales** doublées de **compétences spécifiques aux réalités professionnelles** prévisibles auxquelles le candidat peut être confronté.

Lien avec les certifications professionnelles ou les CQP enregistrés au RNCP

- Non

Descriptif général des compétences constituant la certification

La certification vise 6 compétences

1 - DEFINIR ET METTRE EN OEUVRE SA STRATEGIE DE VENTE

Analyser son environnement marché

Utiliser les outils de veille concurrentielle (étude de marché, réseaux sociaux, sites institutionnels)

S'informer sur les tendances et pratiques du marché

Décrypter un cycle d'achat

S'intéresser aux nouvelles attentes des consommateurs

Définir sa stratégie de vente

Se fixer des objectifs de développement commercial et les décliner en indicateurs commerciaux

Organiser son activité pour respecter les objectifs et les échéances

Adapter son cycle de vente aux spécificités du marché

Proposer des évolutions de l'offre commerciale et des techniques de commercialisation associées

Définir une stratégie appropriée à la typologie du compte (petit, moyen, grand compte, vente complexe...)

Déployer sa stratégie de vente

Réaliser sa matrice annuelle de portefeuille et assurer sa mise à jour

Préparer et mailler ses comptes avec l'outil « plan de compte »

Adopter une attitude constructive et coopérer efficacement lors de situations collectives de vente

Utiliser ses indicateurs commerciaux et les outils de reporting comme des leviers d'amélioration de sa productivité commerciale

2 - PROSPECTER EFFICACEMENT

Préparer sa prospection avec méthode

Etablir un plan de prospection

Contribuer aux opérations promotionnelles et/ou événementielles de l'entreprise

Adapter sa communication écrite ou orale en fonction de ses interlocuteurs

Utiliser les réseaux sociaux pour initier de nouveaux contacts

Qualifier un contact

Renseigner l'outil de CRM à bon escient

Mener ses démarches de prospection

S'exprimer avec clarté et efficacité par téléphone

Savoir créer un lien avec son interlocuteur par téléphone

Réaliser du démarchage terrain

Public visé par la certification

- La certification « vente et négociation B to B » s'adresse aux équipes de vente évoluant dans le monde du B to B.

Réagir positivement aux objections ou refus
Utiliser et développer un réseau de prescripteurs

3 - DECOUVRIR LES BESOINS ET ATTENTES DE SON INTERLOCUTEUR

Mener en entretien de découverte

Entrer en contact de façon positive avec son/ses interlocuteur(s)
Structurer son entretien en étapes
Présenter le pitch commercial de son entreprise
Adopter une posture conseil lors d'une phase de découverte client

Maîtriser les techniques de la découverte client

Analyser un cahier des charges
Respecter les principes de l'écoute active
Utiliser les différentes techniques de questionnement pour une découverte exhaustive de l'explicite et de l'implicite
Ecouter activement et reformuler pour s'assurer de la compréhension des besoins
Utiliser les techniques de clarification pour limiter toute interprétation
Observer le non-verbal de son client pour rebondir sur ce qui n'est pas dit

Instaurer un climat de confiance

Calibrer le comportement de son interlocuteur et se synchroniser
Ecouter sans juger ni interpréter
Observer et prendre en compte les émotions et les modifications de comportement de son interlocuteur

4 - FORMULER UNE REPONSE OU UNE SOLUTION ADAPTEE

Bâtir sa réponse ou sa solution

Formuler une proposition commerciale en rendez-vous dans une logique de co-construction avec le client
Structurer et rédiger une offre commerciale qui met en exergue la valeur ajoutée pour le client
Mobiliser et coordonner une équipe interne pour réaliser une offre client
Réaliser un chiffrage et identifier des variables d'ajustement en situation de négociation
Utiliser les principes de la slidologie pour créer des supports visuels attractifs
Construire le pitch commercial de son offre
Préparer et piloter une soutenance de projet

Présenter sa réponse ou sa solution

Distinguer caractéristiques / bénéfiques / avantages dans sa présentation
Utiliser les principes clés du story telling
Renforcer sa crédibilité par la qualité de son argumentation et sa posture
Présenter une offre commerciale avec une communication impactante
Approfondir les objections et s'affirmer positivement face aux objections
Adopter une posture conseil lors d'une phase de présentation client

5 - SADAPTER AU PROFIL COMPORTEMENTAL DE SON INTERLOCUTEUR

Analyser le profil de son interlocuteur

Identifier le profil comportemental de son interlocuteur lors du premier rendez-vous

Identifier les influenceurs du processus d'achat

Comprendre le point de vue de l'acheteur en fonction de son poste et de sa personnalité

Adapter sa dynamique relationnelle et sa communication au profil de son interlocuteur

Présenter son entreprise en fonction du profil de son interlocuteur

S'adapter à son interlocuteur tout au long des étapes de la vente, à l'écrit et à l'oral (ajuster ses questions et son attitude)

Formaliser et présenter une proposition commerciale en fonction du profil

6 - NEGOCIER ET CONCLURE SA VENTE

Négocier les prix

Utiliser les règles d'or de la négociation

Utiliser les modèles de réponse aux objections

Maîtriser les principes du chiffrage d'une offre et son impact sur la rentabilité

Respecter les principes juridiques des contrats

Rédiger et manier une matrice concessions / contreparties

Reconnaître et gérer ses émotions

Conclure sa vente

Observer et prendre en compte les émotions et les modifications de comportement de son interlocuteur en phase de conclusion

Repérer et traiter les résistances de l'interlocuteur

Trouver des points d'accord pour réduire les résistances de l'acheteur

S'adapter au profil comportemental de son interlocuteur pour conclure la vente

Savoir être ferme quand nécessaire tout en restant agréable

Utiliser les techniques de closing et engager le client dans un plan d'action

Fidéliser la relation commerciale et établir des relations durables

Développer une relation de partenariat et de confiance avec son ou ses clients

Adopter une posture conseil lors de la phase d'accompagnement du client

Réaliser des ventes additionnelles et complémentaires

Maintenir une attitude positive et enthousiaste auprès de son interlocuteur pendant toutes les étapes de la prestation

Initier une logique de recommandation pour développer son réseau

Débriefing avec le client l'atteinte des objectifs et identifier à cette occasion de nouveaux besoins

Modalités générales

Le parcours de formation certifiant est réalisé sous un format « blended learning » qui associe des modalités de formation et d'évaluation à la fois présentielles et distancielles. La durée et les modalités sont aménagées au cas par cas en fonction de la situation de l'apprenant (métier, niveau de pré-acquis dans le domaine commercial) et de ses objectifs (certification complète ou partielle). Ainsi le nombre d'heures du parcours certifiant pourra varier. Une « certification partielle » c'est-à-dire sur une partie des 6 compétences cibles peut être réalisée en 4 heures minimum. Une certification complète c'est-à-dire sur l'intégralité des compétences cibles pourra être réalisée dans un parcours de 24 heures minimum.

Liens avec le développement durable

Aucun

Valeur ajoutée pour la mobilité professionnelle et l'emploi

Pour l'individu

La certification « Vente et négociation B to B » s'adresse à tout collaborateur en contact direct avec le client entreprise puisqu'elle va lui donner les techniques pour assurer une relation commerciale de qualité, c'est-à-dire une relation rentable et pérenne.

Les professionnels certifiés se trouvent ainsi en capacité à traiter rigoureusement diverses problématiques commerciales par leur maîtrise des savoirs, savoir-faire et savoir-être indispensables pour assumer efficacement la fonction de commercial B to B

Cette formation couvre les aspects à la fois techniques et relationnels, ainsi que l'ensemble du cycle de vente, ce qui permet au commercial d'acquérir véritablement dans ce parcours tous les fondamentaux pour conclure ses ventes.

Le caractère intensif de la formation articulant approches théoriques et réalités pratiques constitue un atout indéniable pour favoriser l'acquisition des compétences et leur application dans les pratiques « métier ».

Pour l'entité utilisatrice

Pour l'entreprise

La certification est destinée à des commerciaux dont la principale fonction est de contribuer à la réalisation des objectifs fixés par la direction commerciale de l'entreprise.

La certification permet aux entreprises et organisations utilisatrices de s'assurer de compétences dispensées par des formateurs et professionnels de terrains de haut niveau et obtenues à partir des conditions de réalisation relativement souples (séquence de formation à tout moment de l'année, possibilité d'obtenir la certification sur trois années, formation sur de petits groupes facilitant ainsi le partage d'expériences et un développement professionnel plus personnalisé).

La certification permet également de répondre plus finement aux orientations et aux décisions prises dans le cadre de la GRH et de la GPEC. Elle contribue également à rendre plus accessible l'obtention d'un niveau d'exigence professionnelle sur la base d'une reconnaissance d'années d'expérience et d'un projet professionnel spécifiquement centré sur une fonction de commercial.

La certification peut répondre à des impératifs de développement de parcours professionnels en interne permettant plus rapidement et de façon moins coûteuse de parer d'éventuels départs anticipés de personnels, de longues absences.

Enfin, dans la mesure où les parcours disciplinaires et professionnels des candidats peuvent être divers, la certification constitue également un gage d'harmonisation des pratiques d'une communauté d'apprenants issue d'une même organisation ou d'une même entreprise. La certification permet ainsi de garantir un socle de compétences commun pour

les commerciaux de l'entreprise.

Pour l'écosystème

La certification permet d'affirmer la légitimité de ce métier, de manière transverse à plusieurs branches professionnelles.

La certification permet d'accroître l'employabilité et l'attractivité des métiers du commerce et de la négociation sur un marché en tension.

Evaluation / certification

Pré-requis

Aucun pré-requis quant au niveau de formation initiale du candidat.

Une expérience professionnelle de une année dans une activité commerciale est requise.

Chacune des candidatures pourra être examinée à la lumière des motivations, du projet professionnel et du degré d'engagement et de disponibilité que le candidat devra assurer.

Compétences évaluées

La compétence peut être entendue comme une capacité à agir en situation complexe, en mobilisant des ressources internes (des savoirs, des savoir-faire, des attitudes...) et des ressources externes (des réseaux,...) pour faire face à une situation.

La certification proposée s'appuie sur un référentiel de formation portant à la fois sur des compétences pouvant être évaluées de façon indépendante, selon des combinaisons de compétences ou des savoirs complexes reliés à une compétence plus étendue.

Les modules de formation réfèrent à une ou plusieurs compétences étendues. Chacun d'eux traitera de compétences plus spécifiques et pouvant être évaluées en tant que telles.

La certification permet aux individus de :

- 1 - Définir et mettre en œuvre sa stratégie de vente**
- 2 - Prospecter efficacement**
- 3 - Découvrir les besoins et attentes de son interlocuteur**
- 4 - Formuler une réponse ou une solution adaptée**
- 5 - S'adapter au profil comportemental de son interlocuteur**
- 6 - Négocier et conclure sa vente**

Cf. référentiel de compétences pour le détail des contenus.

Centre(s) de passage/certification

- Akor Consulting - 2, bis
rue de l'abreuvoir -
92100 BOULOGNE
BILLANCOURT

Niveaux délivrés le cas échéant (hors nomenclature des niveaux de formation de 1969)

Pour cette certification, il n'y a pas de grille de niveaux autre que celle de 1969.

La validité est Permanente

Possibilité de certification partielle : oui

Étendue de la certification partielle :

La certification partielle peut concerner une ou plusieurs des compétences-clés suivantes :

1 - Définir et mettre en œuvre sa stratégie de vente

2 - Prospecter efficacement

3 - Découvrir les besoins et attentes de son interlocuteur

4 - Formuler une réponse ou une solution adaptée

5 - S'adapter au profil comportemental de son interlocuteur

6 - Négocier et conclure sa vente

Pour obtenir une certification partielle, le candidat est soumis à une évaluation continue et une évaluation finale.

L'acquisition des compétences pourra toutefois être préservée jusqu'à 3 années durant lesquelles le candidat devra compléter sa formation pour obtenir la certification intégrale.

Durée de validité des composantes acquises :

Chaque compétence acquise aura une validité permanente.

Durée accordée pour valider les composantes manquantes :

Le candidat aura trois années pour valider les compétences non acquises.

Matérialisation officielle de la certification :

A l'issue du processus de certification un « certificat de compétences » est remis au candidat.

Plus d'informations

Statistiques

En 2015 et 2016 le cabinet Akor Consulting accompagne en moyenne 1500 personnes par an sur des compétences de vente et négociation BtoB.

Parmi les personnes formées 70% seraient susceptibles d'être certifiées.

Autres sources d'information

<http://certification.akorconsulting.com/>