

TP – NÉGOCIATEUR TECHNICO-COMMERCIAL

Code RNCP : 39063

Formation certifiante

Niveau 5 - durée 6 mois

Objectif :

Validation du titre professionnel « Négociateur technico-commercial » certifiant l'acquisition de l'ensemble des compétences professionnelles nécessaires à l'exercice du métier.

Public - prérequis :

- Formation s'adressant aux personnes ayant un niveau 4 (Bac, BP, BT)
- Maîtrise de la langue française parlée (bonne élocution)
- Maîtrise des 4 opérations de base, de la règle de trois et du calcul de pourcentages
- Avoir réalisé une période de mise en situation en milieu professionnel (PMSMP)
- Sous réserve d'en avoir les capacités professionnelles et d'en remplir les conditions administratives la formation peut être accessible à des personnes présentant des handicaps.

Méthode pédagogique :

- Formation à distance et en groupe s'appuyant sur une pédagogie différenciée
- Alternance d'apports théoriques et d'exercices pratiques
- Contrat pédagogique établi avec chaque stagiaire à l'entrée en formation.

Mesure des prérequis :

Une information collective, organisée environ 2 semaines avant le début de la formation, permettra de réaliser :

- Test de positionnement
- Entretien individuel de motivation

Validation :

- Obtention du titre professionnel «Négociateur technico-commercial» de niveau 5.
- En cas de validation partielle , possibilité de repasser le bloc de compétence non validé lors d'une session suivante.

SITE DE FORMATION :

FRATE Formation Conseil
11 Rue Thurel
39000 Lons-le-Saunier

CONTACTS PRESCRIPTIONS :

Pilotage du dispositif : M. Bruno JOLY
03-84-47-25-90
contact@frateformation.net

MODALITÉS FINANCIÈRES

Formation pouvant être prise en charge par :

- Le Conseil Régional de Bourgogne-Franche-Comté et le Fonds Social Européen (dans ce cas, aucune participation financière n'est demandée aux stagiaires)
- Un OPCO
- Votre CPF
- Ou sur fonds propres (tarif communiqué sur devis)

**Durée :**

- **930 heures à temps plein** (du lundi au vendredi, de 8h30 à 16h30)
- Formation Théorique = 580 heures
- Durée en entreprise = 350 heures

Délais d'accès :

Les inscriptions à la formation doivent être finalisées au plus tard 1 mois avant le début de la session.
Ces délais peuvent s'allonger pour les publics en situation de handicap.

Modalité d'inscription :

- Les candidats peuvent s'inscrire :
- En auto-inscription sur le site internet France Travail.
 - En contactant notre centre par téléphone ou par mail.
 - Sur KAIROS (via les conseillers FranceTravail).

Passerelles et suites de parcours :

- Licence professionnelle métiers de l'immobilier : gestion et administration de biens
- BTS Négociation et Digitalisation de la Relation Client (NDRC)
- Licence Pro Commerce / Vente / Marketing

Débouchés :

- 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



COFINANCÉ
PAR L'UNION
EUROPÉENNE

RÉGION
BOURGOGNE
FRANCHE
COMTÉ



INVESTIR
DANS VOS
COMPÉTENCES

PROGRAMME

PREMIÈRE PARTIE : ASSURER UNE VEILLE COMMERCIALE

1. Contexte de l'entreprise et du secteur

- *Analyse du secteur d'activité, y compris les tendances, les opportunités et les défis.*

2. Objectifs de la veille commerciale

- *Définition des objectifs de la veille (par exemple, rester compétitif, anticiper les évolutions du marché, identifier de nouvelles opportunités).*

3. Sources d'informations

- *Identification des sources pertinentes pour la veille commerciale*

4. Techniques de collecte d'informations

- *Description des méthodes utilisées pour collecter des informations*

5. Analyse des données

- *Présentation d'outils ou de techniques spécifiques utilisées pour extraire des informations significatives.*

6. Surveillance de la concurrence

- *Identification des forces et des faiblesses des principaux concurrents.*

7. Anticipation des évolutions du marché

- *Anticipation des changements et les tendances du marché à partir de la veille*

8. Communication des résultats de la veille

- *Description des moyens utilisés pour partager les informations recueillies avec les parties prenantes internes.*

9. Adaptation des stratégies commerciales

- *Présentation d'exemple de l'influence de la veille sur les décisions stratégiques de l'entreprise.*

10. Mesure de l'efficacité de la veille

- *Présentation des indicateurs clés de performance (KPI) utilisés pour évaluer l'efficacité de la veille.*

DEUXIÈME PARTIE : CONCEVOIR ET ORGANISER UN PLAN D'ACTIONS COMMERCIALES

1. Analyse du marché

- *Étude du marché cible.*

2. Objectifs commerciaux

- *Définition des plans d'actions afin d'atteindre les objectifs.*

3. Client segmenté

- *Identification des personas.*

4. Stratégie produit / service

- *Description détaillée des produits/services.*

5. Positionnement

- *Détermination du positionnement de l'entreprise sur le marché*

6. Plan d'actions

- *Définition des actions spécifiques à entreprendre.*

7. Communication

- *Mise en œuvre de la stratégie de communication*

8. Gestion des ressources

- *Budgétisation des activités*

9. Suivi et évaluation

- *Suivi des performances*

10. Risques et Contingences

- *Identification des risques potentiels*

11. Résumé exécutif

- *Synthèse du plan d'actions commerciales*

TROISIÈME PARTIE : OPTIMISER LA GESTION DE LA RELATION CLIENT

1. Compréhension de l'entreprise cliente :

- *Analyse des besoins et des attentes des entreprises clientes*

2. Développement de relations clients

- *Établissement et maintien de relations à long terme*

3. Stratégies d'engagement client :

- *Mise en place de programmes de fidélité et d'incitation*

4. Utilisation de la technologie pour améliorer l'expérience client :

- *Intégration de systèmes CRM e-CRM (Customer Relationship Management).*

5. Mesure de la satisfaction client

- *Mise en place de métriques de satisfaction client*

6. Adaptation aux tendances du marché et aux évolutions :

- *Veille constante pour rester informé des nouvelles attentes clients*

7. Coordination avec les intervenants internes et externes :

- *Identification de partenaires pour renforcer l'offre de services*