Commerce

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 est accessible aux personnes en situation de handicap. *Pour étudier les aménagements possibles, contactez-nous.*

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.

Modalités d'accès :
Une information collective, organisée environ 2 semaines avant le début de la formation, permettra de réaliser :
• Test de positionnement
• Entretien individuel de motivation

Modalités d'évaluation :
- Mise en situation professionnelle (6 h 30) : étude de cas en entreprise fictive, écrite et orale (analyse, prospection, vente et négociation).
- Entretien technique (50 min) : analyse d'une matrice SWOT et échange avec le jury.
- Questionnement sur productions (1 h) : présentation d'un diaporama réalisé en amont.
- Entretien final (10 min) : échange sur le dossier professionnel.



Durée :
• 930 heures à temps plein
• Formation Théorique = 580 heures
• Durée en entreprise = 350 heures

Modalité et délais d'inscription :
Les candidats peuvent s'inscrire :
• En auto-inscription sur le site internet France Travail.
• Sur KAIROS (via les conseillers FranceTravail).
Les inscriptions à la formation doivent être finalisées au plus tard 1 mois avant le début de la session.

Délais d'accès :
Entrée en formation sous 2 à 8 semaines selon le financement.
Ces délais peuvent s'allonger pour les publics en situation de handicap.

Validation :
La formation prépare au titre professionnel Négociateur Technico-Commerciale (niveau 5). Le titre se compose de 2 certificats de compétences professionnelles (CCP). Chaque CCP peut être validé séparément, ce qui permet d'obtenir une validation partielle en cas d'échec au titre complet.
En cas de validation partielle, possibilité de repasser le bloc de compétence non validé lors d'une session suivante.

Passerelles et suites de parcours :
Niveau 6 : BUT - Techniques de commercialisation : Marketing digital, e-business et entrepreneuriat
Niveau 7 : MASTER - Commerce et distribution
Pistes d'orientation issues de MétierScop, non garanties depuis le TP Négociateur technico-commercial*. Prérequis à vérifier auprès de chaque établissement.*

Débouchés :
• Technico-commercial
• Chargé d'affaires
• Responsable grands comptes
• Responsable d'affaires
• Chargé clientèle B2B

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)

COFINANCÉ PAR L'UNION EUROPÉENNE
RÉGION BOURGOGNE FRANCHE COMTE
INVESTIR DANS VOS COMPÉTENCES

TITRE PROFESSIONNEL NÉGOCIATEUR TECHNICO-COMMERCIAL, NIVEAU 5.
CERTIFICATION ENREGISTRÉE AU RNCP : CODE RNCP39063, ENREGISTREMENT LE 16/05/2024, VALIDE JUSQU'AU 10/06/2029
CERTIFICATEUR : MINISTÈRE DU TRAVAIL, DU PLEIN EMPLOI ET DE L'INSERTION
FRATE FORMATION CONSEIL EST AGRÉÉ PAR LA DREETS BOURGOGNE-FRANCHE-COMTÉ POUR LA PRÉPARATION ET L'ORGANISATION DES SESSIONS D'EXAMEN.

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*

Maj novembre 2026