

Unité 4 Relation client et négociation vente		
Activités	Compétences	Notions
Développement clientèle	Analyser un portefeuille client	marché; offre; demande; environnement; diagnostic; segmentation; ciblage; positionnement; marketing mix; cycle de vie produit; gamme; marque ; Indicateurs commerciaux: quali/ quanti; graphique; prévision des ventes
	Identifier des cibles de clientèle	20/80; ABC; Scorage RFM; valeur client (marge; valeur à vie)
	Mettre en œuvre une démarche de prospection	objectifs/cibles de la prospection; location/achat de fichiers; techniques d'approche (mail, tel, salons...), classification des prospects; Concevoir e-mail; guide entretien téléphonique (CROC); réponses aux objections; élaborer un plan de tournée...
	Développer des réseaux professionnels	Social Selling; typologie des réseaux sociaux; Prospection sur les réseaux sociaux; Transversalités unité 5
	Evaluer une démarche de prospection	indicateurs efficacité e-mailing; indicateurs prospection téléphonique; élaboration tableau de bord; indicateurs prospection digitale Transversalités unité 5
Négociation, vente et valorisation de la relation client	Négocier et vendre une solution adaptée au client	Communication interpersonnelle; personnalité; identité; culture; les émotions; adopter un comportement pro; empathie; écoute active; assertivité, biais de communication; stratégie relationnelle
		Typologie des clients (btob, btoc, btog; actuels/NCR/NCA; Besoins/motivations/freins; processus d'achat; la connaissance client; préparer la négo
	Créer et maintenir une relation client durable	Les étapes de la vente traditionnelle/digitalisée (Transversalités unité 5); prise de contact; découverte; argumentaire de vente; traitement objections ; présenter le prix; préserver la marge; l'analyse transactionnelle
	Créer et maintenir une relation client durable	conclusion de la vente; la prise de congé; remplir le bon de commande; évaluer le risque client (analyse bilan/ratios); mode de règlement et de financement; litiges et réclamations
Animation de la relation client	Organiser/animer/exploiter un événement commercial	La communication médias/hors médias; comm. Événementielle; organisation de l'événement; budgétisation; la vente en salon; la planification (Gantt); coûts; rentabilité (SR)
	Organiser/animer/exploiter un événement commercial	Organiser des portes ouvertes; roadshow; espaces éphémère; expérience client; évaluation efficacité événement;
Veille et expertise commerciale	Exploiter et mutualiser l'information commerciale	La veille commerciale; les types de veille; les sources d'informations; la recherche d'informations; réaliser un diagnostic externe (offre/demande/environnement); la protection des données;
	valoriser et partager l'information/collaborer en vue de développer l'expertise commerciale	Le SIM; Les PGI; Le CRM

Unité 5 Relation client à distance et digitalisation		
Activités	Compétences	Notions
Gestion de la relation client à distance	Créer et entretenir une relation client à distance	Expérience client omnicanal; les différents canaux de contact; organisation d'un centre de relation client (+ qu'un centre d'appel); les métiers, les CRM, logiciel en mode SaaS; la réglementation de collecte de données; réglementation du démarchage; construire une base de données; structurer/qualifier/segmenter/scorer une BDD; Le script d'appel; la négociation au téléphone; répondre aux appels entrants; les requêtes par écrit (e-mail, tchat); savoir gérer les réclamations clients;
	Apprécier la performance commerciale à partir d'indicateurs d'activité	Indicateurs à suivre pour campagne appels sortants / entrants; évaluer la satisfaction client; mettre en place des enquêtes; utiliser des tableaux de bord
	Encadrer et animer une équipe de téléacteurs	Recruter des téléacteurs; la formation, le temps de travail, conditions de travail, suivre l'activité; motiver les téléopérateurs
Gestion de la e-relation	Produire, publier et assurer la visibilité des contenus digitaux	La communication digitale (paid/owned/shared/earned); stratégie de communication digitale; outbound et inbound marketing; les règles de rédaction sur le web; les types de sites Internet; l'hébergement web; adresse; domaine; structure/contenus/ graphisme d'un site; mentions légales sur un site; analyse trafic; mise en place newsletter; e-mail et législation; profil linkedin (+être actif) + médias sociaux ; suivre et optimiser référencement (naturel et payant), mots clés; ergonomie site; les médias sociaux; rédiger sur les réseaux;
	Impulser, entretenir et réguler une dynamique e-relationnelle	stratégie de communication communautaire; organiser des concours; mesurer la réaction de la cible; e-réputation; la modération; gérer un bad buzz
Gestion de la vente en e-commerce	Dynamiser un site de e-commerce	Le e-commerce; types de sites; profil des e-acheteurs; ergonomie et contenus d'un site marchand; marketing automation; réaliser un plan d'animation; publier une promo.
	Faciliter et sécuriser la relation commerciale	processus de vente en e-commerce; panier; livraison; paiement; rétractation...
	Diagnostiquer l'activité de e-commerce	Les indicateurs en e-commerce; construction tableau de bord

Wordpress et Prestashop

Unité 6 Relation client et animation réseaux		
Activités	Compétences	Notions
Animation de réseaux de distributeurs	Valoriser l'offre sur le lieu de vente	La distribution; canal; stratégie de distribution; formats de la grande distribution; réseaux de distribution; organisation de la grande distribution et ses métiers; les relations producteurs/distributeurs; l'entretien de vente avec la grande distribution; la fixation du prix de vente (marge producteur/distributeur); conditions commerciales; marges arrières; merchandising; mise en valeur de l'offre en linéaire; implantation des produits dans le rayon; l'animation commerciale sur le lieu de vente; indicateurs de suivi d'une animation commerciale; veille commerciale;
	Développer la présence dans les réseaux de distributeurs	
Animation de réseaux de partenaires	Participer au développement d'un réseau de partenaires	Définition et objectifs du partenariat; type de partenaires (co-entreprise, agent commercial, concessionnaire, franchisé, affilié, apporteurs d'affaires, courtier, prescripteurs...); établir un cahier des charges; stratégie de développement d'un réseau;
	Mobiliser un réseau de partenaires et évaluer les performances	La fixation d'objectifs; accompagner le développement des partenaires; mutualiser les ressources et les partenaires; la communication interne du réseau; formation/motivation interne du réseau; le contrôle des partenaires (études quanti/quali/client mystère...); indicateurs de performances du réseau
Animation de réseaux de vente directe	Prospecter, organiser des rencontres et vendre en réunion	Définition/avantages de la vente directe; cadre légal; acteurs; la préparation de la vente; gérer le groupe (communication de groupe); animer/vendre; suivi de la relation; fidélisation;
	Recruter et former des vendeurs à domicile indépendants	Les différents statuts des vendeurs en vente directe; conditions et objectifs de rémunération; le contrat du vendeur à domicile; la formation;
	Impulser une dynamique de réseau	la fixation des objectifs; suivi et fidélisation des vendeurs; motivation des vendeurs