

En partenariat académique avec **ESG**

Eligible CPF

Bac

100% en ligne



Durée estimée*:

380h
8 mois



Tarif pour les particuliers :

3 490 € TTC



Lieu :

100% en ligne



Démarrage :

A tout moment de l'année



Certification :

Titre Professionnel Niveau 4 (Bac)

Vous souhaitez acquérir les fondamentaux de la vente et maîtriser les derniers outils et techniques incontournables en prospection et fidélisation client ?

De la prospection commerciale, jusqu'à l'entretien de vente, en passant par l'analyse des performances, la fidélisation du portefeuille clients et la maîtrise des derniers outils digitaux, cette formation vous permet d'acquérir les compétences indispensables pour exercer le métier de Conseiller commercial.

Vous serez capable de :

- Mettre en œuvre un plan d'actions commerciales et organiser son activité
- Analyser ses performances commerciales et en rendre compte
- Conseiller le client en conduisant l'entretien de vente
- Assurer le suivi de ses ventes
- Fidéliser en consolidant l'expérience client

Vous obtiendrez à l'issue de la formation : ?



Titre professionnel



Titre Professionnel " Conseiller Commercial" niveau 4, enregistré au RNCP sous le numéro 37717 par décision de France Compétences du 11/07/2023



Diplôme

studi

&

ESG



Diplôme Attaché commercial délivré par Studi en partenariat avec ESG Ecoles de commerce

(?): Sous réserve de réussite aux épreuves finales.

Le Diplôme Studi est un Diplôme d'école, il ne s'agit pas d'un Diplôme d'Etat, d'un Titre RNCP ou d'un Titre Professionnel reconnu par l'Etat.

Inclus dans votre formation :

- Cours écrits et vidéos à la demande
- Accès illimité à plus de 10 000 classes virtuelles⁽²⁾ en direct et replay
- Accompagnement et suivi pédagogique
- Projets professionnels
- Coaching carrière
- Accès illimité à votre formation pendant 3 ans (contenus et mises à jour)
- Frais de dossier et d'inscription⁽¹⁾
- Garantie Diplômé ou Remboursé⁽³⁾

⁽¹⁾ Hors Diplômes d'État et préparation aux concours.

⁽²⁾ Nombre moyen de classes virtuelles en direct observées sur les 12 derniers mois (organisées majoritairement à partir de 18h)

⁽³⁾ Voir les **CGV Studi**

*La durée en heures et en mois est une durée moyenne estimée pour la réalisation de la formation. La durée de réalisation effective peut être, selon chaque apprenant, inférieure ou supérieure à la durée estimée, sans incidence sur le tarif de la formation. La durée indiquée est donnée à titre indicatif et n'est pas contractuelle. Elle sera précisée lors de votre entretien avec votre conseiller en formation.
** Voir les CGV Studi

Programme détaillé

Prospecter un secteur de vente

Assurer une veille professionnelle et commerciale

- Comment et pourquoi se former à la prospection d'un secteur de vente ?
- Connaître mon entreprise
- Le concept de veille et sa méthodologie
- Le panorama des outils de veille
- La veille concurrentielle et sectorielle
- La veille sur les réseaux sociaux
- La veille produit et marché
- L'importance des avis client
- Les marchés
- La concurrence
- L'étude de la demande
- L'étude du comportement du consommateur
- L'analyse des données
- Les études à l'épreuve du numérique
- Les types d'études quantitatives
- La réalisation d'une enquête
- La mesure et l'analyse des données du site Web
- La vie privée, e-réputation et identité numérique
- L'identification des opportunités commerciales
- Les procédures internes en entreprise
- Les systèmes d'information
- La place du numérique et son impact
- Empreinte écologique et numérique responsable
- Application : Assurer une veille professionnelle et commerciale

Mettre en œuvre un plan d'actions commerciales et organiser son activité

- Les généralités sur les plans d'actions commerciales
- La planification et le suivi de l'action commerciale
- Le pilotage de l'action
- Les outils numériques d'aide à la vente
- Les outils de CRM
- Le fichier de prospects (CRM)
- Les logiciels de géo-optimisation pour piloter son activité commerciale
- Définir ses priorités et la cohérence des actions en rapport avec ses objectifs
- Les choix des méthodes d'approche
- Introduction au webmarketing
- Les notions clés du marketing digital
- La génération de leads
- Le lead-nurturing
- La valeur du client
- Le portefeuille client
- L'analyse du portefeuille client
- Les spécificités sectorielles du développement commercial en B to B
- Les spécificités sectorielles du développement commercial en B to C
- Les spécificités sectorielles du développement commercial en retail
- Application : Mettre en œuvre un plan d'actions commerciales et organiser son activité

Adopter des pratiques responsables

- Les enjeux de la santé et sécurité au travail
- Les comportements écoresponsables

- Conduite responsable
- Les accidents du travail et les maladies professionnelles
- Le sommeil
- Le stress
- La dépendance à l'alcool
- Les stupéfiants en entreprise

Mettre en œuvre la démarche de prospection

- Le ciblage
- La typologie de prospects
- Trouver des prospects
- La base de données
- La prospection téléphonique
- Apprendre les techniques de phoning
- La relance des clients inactifs
- Les supports et outils du marketing direct
- Maîtriser l'e-mailing
- L'utilisation des réseaux sociaux dans sa stratégie de vente
- La mobilisation de son réseau professionnel
- La protection des données personnelles : Grands principes et lois informatique et Libertés
- Sensibilisation au RGPD
- L'environnement réglementaire en prospection à distance
- Application : prospecter à distance
- L'organisation de la prospection
- L'organisation de l'activité commerciale
- La prospection terrain
- Les outils de géolocalisation
- La prise de rendez-vous en face à face
- Prospecter lors d'une manifestation commerciale
- Le droit commercial lors d'une manifestation
- Application : prospecter physiquement

Analyser ses performances commerciales et en rendre compte

- Les objectifs commerciaux
- L'analyse et la présentation d'un tableau de bord
- La mise en place d'un tableau de bord et le suivi des KPI
- Les retours d'une campagne de prospection
- La mesure de la performance commerciale
- L'efficacité professionnelle
- Évaluer la performance de l'équipe commerciale
- Évaluer la performance commerciale individuelle
- La note de synthèse
- Des présentations de résultats impactantes
- La mise en place d'actions correctives
- Application : Analyser ses performances commerciales et en rendre compte

Accompagner le client et lui proposer des produits et des services

Représenter l'entreprise et contribuer à la valorisation de son image

- La société commerciale par la forme juridique
- Les formes d'organisation
- Les différents statuts du vendeur

- Les valeurs et la culture de l'entreprise
- La marque
- L'image de marque (personal branding)
- L'EIRL et le régime de la micro-entreprise
- Comment se structure une entreprise ?
- Le processus qualité de l'entreprise
- Application : Connaître son entreprise pour mieux la représenter
- Introduction au marketing
- Les éléments du marketing mix
- L'analyse de la chaîne de valeurs
- La stratégie et la politique de produit
- La stratégie et la politique de prix
- Définition de la communication
- Les moyens de la communication
- La place de la stratégie digitale dans la stratégie globale de l'entreprise
- Application : S'approprier l'entreprise avant de la représenter
- Les fondamentaux de la prise de parole en public
- Apprendre à mieux communiquer grâce au langage corporel
- La préparation des conditions matérielles
- La définition du contenu du message
- Construire sa confiance
- La communication interpersonnelle
- L'art du pitch
- Le panorama des médias sociaux
- Le développement des réseaux sociaux professionnels
- La valorisation de son entreprise grâce aux outils digitaux
- Les réseaux sociaux dans le webmarketing
- De la marque à la cible : quel est le rôle des influenceurs ?
- L'utilisation des newsletters
- Application : Valoriser l'image de son entreprise via les outils digitaux
- La présentation de la plateforme Facebook
- L'algorithme de Facebook
- Les objectifs de sa page Facebook
- Lancer sa page Facebook et la configurer
- Faire croire sa communauté
- Le guide de publicité Facebook
- La gestion de la publicité sur Facebook
- La création des personas
- L'historique, la typologie et la création de personas
- L'écriture pour les réseaux sociaux
- Créer, sauvegarder et partager des images facilement et gratuitement
- Les fonctionnalités fondamentales de LinkedIn
- Différences entre mon CV et mon Profil LinkedIn
- Optimiser mon profil LinkedIn
- Construire mon réseau LinkedIn
- Être recruté.e sur LinkedIn
- Créer & paramétrer votre profil
- Publier son premier Tweet et gérer vos abonnements et vos abonnés
- Réussir sa veille grâce à TweetDeck
- Concevoir des Tweets performants
- Lancer une campagne de publicités sur Twitter

Conseiller le client en conduisant l'entretien de vente

- La communication orientée client
- La posture commerciale
- L'acquisition de données clients
- Le plan de vente B to C
- Le plan de vente B to B
- Le plan de vente B to D
- La découverte des besoins
- La découverte du client
- La demande du client
- Savoir prendre des notes

- L'argumentation
- Réfuter les objections
- Les techniques de vente et la négociation
- Conseiller le client
- La démonstration commerciale
- Réussir ses présentations
- Le diagnostic de la négociation
- Les indicateurs commerciaux
- La fixation du prix
- La préparation des propositions commerciales
- La conclusion de la vente
- La préparation des contrats commerciaux
- L'entretien de vente décryptées par un pro
- L'analyse d'un entretien de vente et de ses performances commerciales
- La réglementation relative aux conditions générales de vente
- Les principales familles de handicap
- L'économie circulaire
- Application : Conduire un entretien de vente
- Anglais - Communiquer avec la clientèle
- Anglais - Maîtriser le vocabulaire commercial
- Anglais - Vendre et conseiller
- Anglais - Le descriptif et argumentaire produits

Assurer le suivi de ses ventes

- L'élaboration d'un suivi efficace
- La facturation et les règlements Clients
- L'historique client
- Les outils de suivi de la relation client
- L'analyse d'un entretien de vente pour améliorer ses performances
- Les réclamations
- Le règlement des litiges ou des situations conflictuelles
- Les outils de mesure de la satisfaction client
- La satisfaction de la clientèle et le marketing après-vente
- Les risques psychosociaux et la QVT
- Application : assurer le suivi de ses ventes

Fidéliser en consolidant l'expérience client

- La fidélisation des clients
- La mise en place et l'efficacité d'une stratégie de fidélisation
- Les outils de la fidélisation clients
- Utiliser l'expérience client pour mettre en place des actions de fidélisation
- Concevoir et utiliser un planning pour le suivi des actions de fidélisation
- La gestion des comptes inactifs
- Proposer un geste commercial dans le respect des procédures de l'entreprise
- Adapter son activité en fonction des flux
- La fidélisation via le digital
- L'évaluation des actions de fidélisation
- Mettre en place un reporting pour sa hiérarchie sur les actions de fidélisation
- Application : Contribuer à la fidélisation en consolidant l'expérience client

Compétences transversales

Communiquer et adopter un comportement orienté vers l'autre

- Rôle et contexte de la communication
- Composantes de la communication
- La communication verbale et non-verbale

- L'écoute active
- La communication non violente
- La communication avec le client
- Le service client
- Adopter une posture professionnelle
- L'efficacité relationnelle
- L'intelligence émotionnelle
- L'empathie
- Résorber les conflits et gérer les situations conflictuelles
- La gestion des conflits
- Le travail en équipe
- Transmettre une consigne
- Les bonnes pratiques des écrits pro
- Rédiger des SMS pro

Maîtriser Excel (Facultatif)

- Généralités sur l'environnement Excel
- Gestion de la mise en page
- Calculs
- Les formules de bases
- Mise en forme des cellules
- Utilisation des outils de tris et de filtres
- Les objets graphiques simples
- Navigation dans l'environnement et collages spéciaux
- Options d'enregistrement et d'impression
- Formules fréquentes
- Méthodes de calculs
- Amélioration de la mise en forme et révision des cellules
- Création de tableau, gestion des images et objets graphiques
- Mise en forme des graphiques
- Lecture d'un tableau croisé dynamique
- Utilisation des outils de tri et d'analyse

Maîtriser Word (Facultatif)

- Utilisation des documents Word
- Connaissance de l'environnement Word
- Mise en forme du texte
- Mise en forme d'un paragraphe
- Mise en forme d'une image
- Saisie et modification du texte
- Recherche dans un document
- Les outils de gestion des visuels
- Insertion d'objets
- Mise en forme des objets
- Navigation dans Word
- Les options d'affichage
- Mise en page d'un document
- Mise en forme des paragraphes
- Révision et édition d'un document
- Référencement d'un document
- Présentation d'un tableau
- Gestion des objets graphiques

Maîtriser PowerPoint (Facultatif)

- Environnement PowerPoint
- Présentation PowerPoint
- Espaces réservés
- Les bases de la mise en forme du texte
- Tableaux
- Objets graphiques
- Options de thèmes
- Navigation
- Options d'enregistrement et d'impression des documents
- Options du diaporama
- Mise en forme du texte
- Recherche et révision de texte
- Mise en forme des tableaux
- Objets graphiques et animations simples
- Personnalisation des objets graphiques
- Options de thèmes supplémentaires

Métiers visés

- ▼ Conseiller / Conseillère commercial
- ▼ Commercial / Commerciale
- ▼ Délégué commercial / Déléguée commerciale
- ▼ Attaché commercial / Attachée commerciale
- ▼ Prospecteur commercial / Prospective commerciale

Modalités

Financement :

Salarié, demandeur d'emploi, étudiant, indépendant, quel que soit votre statut, il existe en France de nombreuses solutions pour financer jusqu'à 100% vos projets de formation. Selon votre situation, vous pouvez être éligible à un ou plusieurs dispositifs.

Contactez un conseiller en formation pour tester votre éligibilité et obtenir un financement jusqu'à 100%.

Conditions d'admission :

Pour entrer en formation, le candidat doit :

- Être âgé(e) de 16 ans révolus à la date d'entrée en formation

Pour toute autre situation, contactez un conseiller en formation qui étudiera votre admissibilité.

Expérience professionnelle et stage :

Dans le cadre de votre formation, un stage de 280h (8 semaines) est requis.

Une dispense de stage est possible si vous bénéficiez d'une expérience professionnelle de 6 mois à temps plein dans le secteur d'activité datant de moins de 3 ans (sur présentation de justificatifs).

Examen :

Mois d'examen : Janvier/Février, Mars/Avril, Juin/Juillet, Septembre/Octobre, Novembre/Décembre

Lieu : "En présentiel (Paris, Montpellier, Bordeaux ou Lyon au choix). Possible également en présentiel pour la Guadeloupe et La Réunion sur les sessions de Juin/Juillet et Novembre/Décembre."

Pour obtenir le Titre, le candidat sera évalué selon les modalités suivantes :

- Des évaluations en Cours de Formation
- Un Dossier Professionnel
- Un diaporama
- 5 fiches techniques
- Une mise en situation professionnelle (2h)
- Un entretien technique (30min)
- Un Questionnement à partir de productions (1h10)
- Un entretien final (15min)

Certification :

Certification : Titre Professionnel " Conseiller Commercial" niveau 4, enregistré au RNCP sous le numéro 37717 par décision de France Compétences du 11/07/2023

Certificateur : Ministère du Travail

Consultez la fiche RNCP sur le site de France Compétences

Validation par bloc de compétences :

La certification professionnelle est composée de plusieurs blocs de compétences à acquérir pour l'obtention de la certification professionnelle.

Il est possible de valider un ou plusieurs des blocs de compétences. Chaque bloc peut être acquis individuellement.

La fiche RNCP accessible depuis chaque fiche formation en précise les modalités d'obtention.

Pour toute question concernant les blocs de compétence, contactez votre conseiller en formation.

Equivalences et passerelles :

Le certificateur n'a identifié aucune équivalence.

Poursuite d'études :

Après avoir obtenu le TP - Conseiller commercial, il est possible de :

- Soit intégrer directement le marché du travail
- Soit poursuivre vers un BTS Négociation Digitalisation Relation Client ou un TP - Négociateur technico-commercial ou un BTS Management commercial opérationnel.

Cette liste n'est pas exhaustive. Il existe d'autres poursuites possibles.

Indicateurs de performance :

- **Taux de réussite** : 100%⁽¹⁾
- **Taux de satisfaction lié aux cours** : 83%⁽²⁾
- **Taux de satisfaction générale** : 81%⁽³⁾
- **Nombre d'apprenants formés** : 116⁽⁴⁾

(1) Pourcentage des apprenants ayant obtenu, complètement ou partiellement, leur diplôme, toutes promotions confondues.(2) Taux de satisfaction calculé à partir des notes (sur 5) attribuées par les apprenants ayant terminé et évalué chaque module de cours entre 2020 et 2024. Le taux reflète la moyenne de ces notes, convertie en pourcentage.(3) Taux moyen de satisfaction globale, tous publics confondus, calculé à l'issue de chaque collecte trimestrielle des retours exprimés par les apprenants via le LMS, depuis septembre 2023 ou depuis l'ouverture de la formation pour celles lancées après cette date.(4) Nombre d'apprenants ayant débuté leur formation à partir du 1er janvier 2023

Déroulement et accompagnement des formations

Déroulement de la formation

- ▼ **Inscription** et démarrage tout l'année
- ▼ **Possibilité de se connecter de façon illimitée** et à tout moment dans le cadre du complément de la formation et au-delà des heures de formations prévues,
- ▼ **Planning individualisé** en fonction des contraintes de l'apprenant et selon la fin de formation contractuelle (tel que vu avec le conseiller pédagogique et affiché sur la plateforme de formation dans la rubrique planning).
- ▼ Pendant toute la durée de la formation, l'apprenant réalisera **différentes activités d'apprentissage** FOAD portées par la plateforme de formation en ligne et par les applications mobiles mises à disposition par STUDI. Il sera en relation permanente avec l'équipe pédagogique de STUDI et aura accès progressivement à l'intégralité des ressources de cours et aux évaluations.
- ▼ **Accompagnement** à la recherche de stage.

Accompagnement personnel et individualisé, avec :

- ▼ **Un accès illimité** à la plateforme de formation digitale et sur applications mobiles, à l'ensemble des ressources et prestations d'accompagnement, est offert à l'apprenant pendant la durée de sa formation.
- ▼ **Un accompagnement individuel** régulier de la part de l'équipe de l'Education Team : avec l'accompagnement méthodologique et motivationnel par les conseillers pédagogiques de la Student Success et suivi de l'assiduité par les assistants de formation de la Training assistance.
- ▼ **Des formateurs, enseignants et professionnels** choisis en fonction de leur expertise, de leurs diplômes et de leur expérience professionnelle apportent un accompagnement sous 24h ouvrées maximum, avec réponse aux forums des cours, messageries privées, animation de live pédagogiques et corrections personnalisées de devoirs.
- ▼ **La première communauté française** d'apprentissage en ligne pour une collaboration et progression entre pairs.
- ▼ **Des applications web et mobiles IOS/Android.**
- ▼ **Un accompagnement personnalisé** vers l'emploi par le Career Center.

Une assistance technique est assurée par le Service informatique pour assister l'Apprenant dans l'usage des outils et de ses fonctionnalités.

Accessibilité handicap

Pour tout besoin spécifique en termes d'adaptation des canaux d'apprentissage au type de trouble ou de handicap, d'aménagement des évaluations et des examens, ou encore de renforcement des appels de coaching, etc, une équipe de correspondants-référents handicap est à la disposition de l'apprenant via handicap@studi.fr