

DESCRIPTION DE L'OFFRE DE FORMATION

PERIODE DE VALIDITE : PROMO 2022/2023

RESPONSABLE DU DEVELOPPEMENT COMMERCIAL FRANCE ET INTERNATIONAL TITRE RNCP DE NIVEAU 6

Niveau 6 (BAC +3) selon la nouvelle nomenclature

Décret n°2019-14 du 8 janvier 2019 relatif au cadre national des certifications professionnelles

METIERS CIBLES

Relation technico-commerciale
Management et ingénierie d'affaires
Responsable technico-commercial France et international

OBJECTIFS

Le titre de « Responsable de développement commercial France et international » vise l'acquisition de compétences permettant d'exercer la mission générale suivante :

- développer la prospection et la vente de produits industriels et/ou techniques et réaliser un suivi sur le marché français et/ou international.
- développer la clientèle et le chiffre d'affaires et négocier de telle sorte à respecter la marge.
- se déplacer en France et/ou à l'international
- suivre les contrats et /ou projets, les installations, les garanties et la maintenance des produits et services.

La pratique de l'anglais est indispensable

PRE- REQUIS

Après un bac + 2 validé, titre ou diplôme, permis B et anglais exigé

INDICATEURS DE PERFORMANCE

93% de réussite globale aux examens dans le cadre des formations en alternance en 2020

77% de réussite pour les responsable technico-commercial France et International en 2020 (ancien référentiel)

DATES DE FORMATION

Planning en annexe

DUREE

⇒ La durée totale de l'action est de 455 heures en centre de formation dans le cadre d'un contrat d'alternance de 10 à 12 mois selon un calendrier présenté en annexe

NOMBRE MINI/ MAXI

De 6 à 18 participants par groupe

MODALITES D'ACCES

Contrat d'apprentissage/ Contrat de professionnalisation
Et autres modalités

DELAI D'ACCES

Délai lié au calendrier de formation et en fonction de la date de la demande.

Le dispositif est accessible dans un délai de 5 jours à l'issue de la confirmation de l'entreprise partenaire pour la période juillet à décembre.

En dehors de cette période, le délai s'ajuste au niveau de l'apprenant.

TARIFS

Les niveaux de prise en charge sont fixés par les branches professionnelles, (validés par France Compétences dans le cadre des contrats d'apprentissage) ; de même les branches professionnelles déterminent les taux de prise en charge dans le cadre des contrats de professionnalisation.

Le GROUPE AFPAM FORMATION pratique les tarifs au niveau de la prise en charge pour un Zéro reste à charge de la formation pour l'employeur (hors secteur public).

LIEU

GROUPE AFPAM FORMATION
4 rue Jules Méline
51430 BEZANNES

ACCESSIBILITE

Locaux totalement accessibles aux personnes à mobilité réduite

Un référent, Isabelle SAILLARD Responsable Formation, pour toute question d'accessibilité et d'adaptation des moyens pédagogiques, logistiques, aménagements de certification, mises en relation pour l'adaptation du poste de travail...

contact-afpam@graf51.fr

BLOC DE COMPETENCES

| | | |
|---------------|--|--|
| BLOC 1 | Assurer une veille commerciale, concurrentielle, technologique et définir les plans d'actions marketing en France et à l'international | Assurer une veille commerciale, concurrentielle et technologique en France et à l'international afin d'analyser les informations portant sur les marchés, les produits / services et les concurrents |
| | | Réaliser une étude de marché afin de mettre en place une segmentation prospects / clients / produits / services adaptés aux marchés de l'entreprise en utilisant des outils du diagnostic stratégique |
| | | Utiliser les outils du marketing digital pour mettre en œuvre le plan d'action marketing en France et à l'international afin de mettre en œuvre une stratégie digitale innovante |
| BLOC 2 | Détecter les opportunités commerciales et développer un portefeuille clients France et international | Définir un plan d'action commerciale en France et à l'International afin d'identifier la cible prospects / clients et les besoins nouveaux de la clientèle |
| | | Lancer le développement commercial en mettant le mode de commercialisation adapté aux clients / pays afin de promouvoir des solutions commerciales collaboratives. |
| | | Elaborer les propositions commerciales et répondre aux appels d'offres nationaux et internationaux pour répondre aux exigences commerciales, techniques et financières des acheteurs. |
| BLOC 3 | Négocier, mettre en place les contrats et partenariats | Négocier en France et à l'international avec les partenaires du réseau de commercialisation en vue d'accords commerciaux et signatures de contrats en s'adaptant aux interlocuteurs et aux différences culturelles |
| | | Mettre en place les contrats en France et à l'International afin de formaliser les accords commerciaux / ou de partenariat et prévenir les litiges commerciaux en adaptant les différentes clauses commerciales, logistiques, financières et juridiques aux clients / pays |
| | | Développer des partenariats en France et à l'international afin de créer des relations d'affaires durables et suivre leur évolution en étant garant du chiffre d'affaires et de la marge commerciale développés par son réseau de partenaires |
| BLOC 4 | Manager une équipe commerciale et suivre les performances commerciales en France et à l'international | Piloter et animer une équipe commerciale en vue d'atteindre les objectifs de vente en motivant et professionnalisant ses équipes |
| | | Encadrer et animer les réseaux commerciaux afin de construire des relations commerciales fortes et de créer des partenariats de qualité |
| | | Suivre les performances commerciales et analyser les écarts afin d'apporter les actions correctives nécessaires et d'en assurer le reporting auprès de la direction |

LE PROGRAMME

MODULE 1 : VEILLE COMMERCIALE et PLAN D'ACTION MARKETING FRANCE ET INTERNATIONAL

Veille commerciale, concurrentielle et technologique : collecte, traitement, analyse et diffusion des informations – outils de l'intelligence économique
Réalisation d'études de marché - diagnostics stratégiques (PESTEL, PORTER, SWOT)
Marketing mix : produit, prix, distribution, communication
Stratégie marketing digitale – utilisation des réseaux sociaux.

MODULE 2 : OPPORTUNITES COMMERCIALES et DEVELOPPEMENT de PORTEFEUILLE CLIENTS

Le plan d'action commerciale : définition des cibles commerciales et objectifs commerciaux
Qualification des prospects – canaux de génération des leviers multicanale
Les différentes méthodes de prospection – établissement des budgets commerciaux
Choix des modes de commercialisation en fonction des pays
Création et animation de réseaux commerciaux
L'offre commerciale : rubriques spécifiques (produits, prix, conditions de livraison, de paiement...)
Calcul des prix de vente en fonction des Incoterms ICC 2020
Analyse et préparation des réponses aux appels d'offres

MODULE 3 : NEGOCIATION – CONTRATS – PARTENARIATS

Stratégie de négociation – check-list des clauses à négocier – conduite d'une négociation
Négociation dans un environnement multiculturel – Négociation à distance
Conditions générales de vente – Accords cadres – Contrats commerciaux
Aspects juridiques des ventes : clauses contractuelles adaptées aux clients / pays
Partenariats : agent, distributeur, franchise, licence...
Mise en place et suivi des contrats et partenariats

MODULE 4 : MANAGEMENT DES EQUIPES COMMERCIALES et SUIVI DE LA PERFORMANCE

Pilotage d'une équipe commerciale – animation de réunions -
Définition des missions des collaborateurs – styles de management – Management responsable
Management et équipes multiculturelles – gestion des conflits – conduite du changement
Outils de pilotage de l'activité commerciale – Analyse des écarts et actions correctives
Suivi des résultats commerciaux par zone, canal, équipe...
Suivi de la réalisation des affaires et des projets

MODULE 5 : ANGLAIS PROFESSIONNEL / ANGLAIS COMMERCIAL

Offres commerciales – Contrats commerciaux
Négociation commerciale – jeux de rôle
Préparation au TOEIC (Test of English for International Communication)

MODALITES PEDAGOGIQUES

- Mise en situation avec des jeux de rôles basés sur l'environnement de travail
- Etude de cas
- Learning By Doing

PLATEAU TELEPHONIQUE PEDAGOGIQUE RELATION CLIENT A DISTANCE pour la mise en œuvre des appels entrants/ sortants tout en effectuant de la manipulation et de la saisie sur un PC.

Equipements téléphoniques permettant l'échange et l'écoute

Equipements des PC : logiciel de traitement de texte et d'un tableur, connexion internet, messagerie instantanée

Les scénarios sont élaborés à partir de fiches techniques et situations réelles. Les activités de training sont encadrées par des scripts élaborés selon la spécialité et par des grilles d'évaluation et de positionnement de la montée en compétences

CHALLENGE LES NEGOCIALES



Comment permettre à des jeunes en formation de se tester et d'évoluer dans des situations de négociation proches de la réalité ?

Le principe des "sketches de mise en situation", travaillé jusqu'à élaborer de véritables jeux de rôle, dans lesquels s'investissent les jeunes futurs commerciaux face à des professionnels venus leur donner la répartition. Ces derniers, chefs d'entreprises ou bien responsables commerciaux, se font les ambassadeurs de leur société en soumettant aux étudiants des scénarios de négociation tels qu'ils pourraient exister dans la réalité. Au cours des différents jeux, ils peuvent repérer les nouveaux commerciaux qu'ils intégreront peut-être dans leur force de vente.

Le GROUPE AFPAM FORMATION est centre référent MARNE et permet à ses alternants de participer chaque année au concours de sélection ainsi qu'à la finale nationale pour les meilleurs classés.

BOUTIQUE PEDAGOGIQUE

NOUVEAUTE

La démarche pédagogique visée repose sur une approche opérationnelle LEARNING By DOING, apprendre par la pratique, par mise en situation, études de cas, jeux de simulation. La montée en compétences s'effectue par la pratique encadrée systématiquement par un feedback.

Cette méthode place l'engagement de l'alternant au cœur de sa progression, le positionnant acteur de sa formation. L'alternant va pouvoir créer, se tromper, recommencer, apprendre et mieux retenir. Cet apprentissage par la pratique donne alors du sens aux différents modules dans l'objectif du métier cible.

PROGRAMME AMBASSADEURS

Expérience enrichissante tant sur le plan professionnel que personnel, permettant de nouer de nouveaux contacts, de rendre visible les forces et réalisations de la formation par l'alternance à travers le programme AMBASSADEURS.

- Intégrer des réseaux de décideurs publics et privés
- Développer son capital relationnel

Groupe AFPAM Formation

4 rue Jules Méline, 51430 Bezannes - Tel : 03.26.86.26.26 - Fax : 03.26.86.26.20
afpam@graf51.fr - www.afpam-formation.fr
Siret : 305 874 539 00060 - APE : 8532 Z - N° de formation : 21 51 00 313 51



Datadock

- S'informer des opportunités du territoire
- Echanger avec les acteurs de l'emploi et du business

Ce programme se déroule en plusieurs étapes proposant à ses alternants volontaires de participer aux actions de réseautage incluant une phase de formation et abordant la contextualisation de la relation publique, la typologie des événements, les objectifs de la représentation, les méthodes et stratégies à déployer.

PARRAINAGE

Le GROUPE AFPAM FORMATION propose à un représentant d'entreprise d'accompagner, depuis l'intégration et au-delà de la remise de diplôme, chacune de ses promotions. Le parrainage d'une promotion est l'occasion de renforcer les liens avec les milieux professionnels et d'illustrer par des professionnels confirmés la vie socio-économique.

INNOVATION ET EQUIPEMENT DIGITAL

Outils et applications nomades: smartphone, ordinateurs portables, système de géolocalisation, tablettes, espace coworking.

Plateforme de suivi des parcours à distance

13 salles de cours équipées de vidéo projecteurs

Formateurs au cœur des métiers : chef d'entreprise, consultants

FORMALISATION DE L'EVALUATION

Titre enregistré au Répertoire National de la Certification Professionnelle

Niveau 6 (code NSF 312p) délivré par l'organisme certificateur- CTI



MODALITES D'EVALUATION

BLOC 1 : Assurer une veille

Dossier professionnel de 20 pages et une soutenance orale devant un jury professionnel. Les candidats ont réalisé une étude de marché qui intègre les points de veille. Travail en binôme

BLOC 2 : Détecter les opportunités commerciales

- Dossier professionnel de 20 pages et une soutenance orale devant un jury professionnel. Les candidats ont à préparer un plan de développement commercial France et International sur un couple produit / service / produit. Les candidats (par groupe de 2) doivent mener une étude complète dans le but de commercialiser un produit sur un marché donné
- Etude de cas individuelle
- Rédaction d'une proposition commerciale France et Internationale durée 3 heures

BLOC 3 : Négociier, mettre en place les contrats et partenariats

- Mise en situation professionnelle avec jeux de rôle et scénario de négociation commerciale France et internationale par groupe de candidats (30 minutes)
- Etude de cas individuelle : analyse d'un contrat commercial France et international (3 heures)

BLOC 4 : Manager une équipe commerciale et suivre les performances commerciales en France et à l'internation

- Etude de cas individuelle sur le management et le suivi des performances commerciales (3 heures)

POURSUITE D'ETUDES

Le titulaire du titre responsable de développement commercial France et International peut soit intégrer le marché du travail, soit poursuivre en master dans les domaines du commercial, de l'international, du management

Le groupe AFPAM formation propose un master répondant à ce besoin en manager de développement commercial