



# REFERENTIEL EMPLOI ACTIVITES COMPETENCES

## DU TITRE PROFESSIONNEL

Conseiller commercial

Niveau IV

Site : <http://travail-emploi.gouv.fr>

SIGLE	Type de document	Code titre	Millésime	Date de Validation	Date de mise à jour	Page
CC	REAC	TP-00115	08	15/01/2018	09/01/2018	1/38



## SOMMAIRE

	Pages
Présentation de l'évolution du Titre Professionnel.....	5
Contexte de l'examen du Titre Professionnel .....	5
Liste des activités.....	5
Vue synoptique de l'emploi-type .....	8
Fiche emploi type.....	9
Fiches activités types de l'emploi .....	11
Fiches compétences professionnelles de l'emploi.....	15
Fiche compétences transversales de l'emploi .....	33
Glossaire du REAC.....	35

SIGLE	Type de document	Code titre	Millésime	Date de Validation	Date de mise à jour	Page
CC	REAC	TP-00115	08	15/01/2018	09/01/2018	3/38



## Introduction

### Présentation de l'évolution du Titre Professionnel

La version 2017 du titre professionnel préserve la structuration en deux activités-type :

- Prospecter un secteur de vente
- Vendre en face à face des produits et des services référencés aux entreprises et aux particuliers

Le titre intègre deux nouvelles compétences axées sur la veille et la fidélisation. L'ensemble des compétences a été actualisé de manière à prendre en compte l'utilisation courante des outils digitaux.

Afin de tenir compte de l'importance de la fonction de conseil face aux prospects/clients, dans la version 2017 l'intitulé du titre est Conseiller commercial.

### Contexte de l'examen du Titre Professionnel

Les fondamentaux du métier restent intacts. Cependant, l'analyse du travail met en évidence trois évolutions majeures qui impactent l'emploi : l'évolution des outils digitaux, l'importance croissante de la veille concurrentielle et du conseil face à un client à fidéliser.

L'évolution des technologies facilite la mobilité des commerciaux et leur permet de gérer de plus en plus d'activités à distance. L'ensemble des compétences a été actualisé et intègre les savoir-faire liés à l'utilisation des outils digitaux dans l'exercice de l'emploi.

Les réseaux sociaux et professionnels sont couramment utilisés pour prospecter, vendre, et de manière générale, pour communiquer avec le client et pour maintenir un lien avec lui. Des savoir-faire liés aux particularités de la communication via les réseaux sociaux, notamment en matière d'*e-réputation* de l'entreprise et du commercial, complètent les compétences en lien avec la communication.

Face à un prospect mieux informé grâce aux outils du numérique, les compétences des commerciaux itinérants en B to B (Business to Business – vente aux entreprises) et en B to C (Business to Customers-vente aux particuliers) intègrent des connaissances techniques sur les produits ou services de l'entreprise et leur positionnement concurrentiel.

L'activité relative à la prospection comporte désormais une compétence recouvrant les savoir-faire liés à la veille concurrentielle.

Le commercial doit être en mesure de présenter les caractéristiques et les avantages de sa solution de manière convaincante. Les techniques de vente, en particulier la réaction aux objections plus nombreuses et mieux argumentées des clients, doivent être maîtrisées. Savoir analyser les besoins du client est indispensable, car elle permet une différenciation par rapport à des achats en ligne et met en valeur le conseil personnalisé, nourri par une veille commerciale constante et une écoute attentive du client. La connaissance fine des besoins et attentes des clients permettent au commercial de fidéliser son portefeuille client de manière proactive par des actions ciblées.

L'activité relative à la vente est donc complétée par une compétence qui met en évidence l'importance de la fidélisation du client.

### Liste des activités

#### Ancien TP : Commercial

Activités :

- Prospecter un secteur de vente et organiser son activité commerciale
- Vendre en face à face des produits et des services référencés aux entreprises et aux particuliers

SIGLE	Type de document	Code titre	Millésime	Date de Validation	Date de mise à jour	Page
CC	REAC	TP-00115	08	15/01/2018	09/01/2018	5/38

**Nouveau TP : Conseiller commercial**

Activités :

- Prospector un secteur de vente
- Vendre en face à face des produits et des services référencés aux entreprises et aux particuliers

SIGLE	Type de document	Code titre	Millésime	Date de Validation	Date de mise à jour	Page
CC	REAC	TP-00115	08	15/01/2018	09/01/2018	6/38



## Vue synoptique de l'emploi-type

N° Fiche AT	Activités types	N° Fiche CP	Compétences professionnelles
1	Prospecter un secteur de vente	1	Assurer une veille professionnelle et commerciale
		2	Mettre en œuvre un plan d'actions commerciales et organiser son activité
		3	Prospecter à distance
		4	Prospecter physiquement
		5	Analyser ses performances commerciales et en rendre compte
2	Vendre en face à face des produits et des services référencés aux entreprises et aux particuliers	6	Représenter l'entreprise et valoriser son image
		7	Conduire un entretien de vente
		8	Assurer le suivi de ses ventes
		9	Fidéliser son portefeuille client

SIGLE	Type de document	Code titre	Millésime	Date de Validation	Date de mise à jour	Page
CC	REAC	TP-00115	08	15/01/2018	09/01/2018	8/38



## FICHE EMPLOI TYPE

### Conseiller commercial

#### Définition de l'emploi type et des conditions d'exercice

Le conseiller commercial prospecte des entreprises et des particuliers afin de développer son portefeuille client, d'atteindre les objectifs qui lui sont fixés et de développer le chiffre d'affaires de l'entreprise. Dans le respect de la politique commerciale de l'entreprise, le Conseiller commercial mène des entretiens en face à face avec des décideurs d'entreprise et des particuliers. Il valorise les produits et services référencés de l'entreprise et apporte un conseil adapté aux prospects/clients afin de conclure les ventes.

Le conseiller commercial organise son activité de prospection à partir du plan d'actions commerciales (PAC) de l'entreprise. Afin d'obtenir des rendez-vous, il contacte les prospects/clients par téléphone, par des campagnes de publipostage ou de courriels, par les réseaux sociaux professionnels et lors de rencontres physiques. Le conseiller commercial recueille des informations relatives aux besoins et attentes des prospects/clients, qualifie le contact et met à jour le fichier prospects/clients à l'aide d'outils numériques et de logiciels dédiés à la gestion de la relation client.

Le conseiller commercial actualise régulièrement ses connaissances sur les produits et services de l'entreprise et de ses concurrents pour apporter un conseil adapté aux demandes des prospects/clients et pour développer une argumentation commerciale efficace.

Afin de mettre en valeur l'image de l'entreprise et contribuer à sa notoriété, le conseiller commercial crée un profil en accord avec les valeurs de l'entreprise et adapté à la fonction commerciale sur les réseaux sociaux. Il veille constamment à son *e-réputation* et à celle de l'entreprise.

Face au prospect/client, le conseiller commercial adopte une posture d'expert-conseil. Il identifie son niveau d'information concernant le produit ou service et analyse ses besoins et ses attentes. Le conseiller commercial construit une argumentation individualisée, traite les objections, négocie, conclut la vente, fixe les étapes ultérieures et prend congé.

Pour fidéliser son portefeuille client, il anticipe les besoins des clients et conçoit des offres commerciales de manière proactive. Il maintient le contact avec les clients via les réseaux sociaux et professionnels, par l'envoi de courriels, par téléphone et lors de rencontres.

Le conseiller commercial exerce ses activités dans le respect des procédures de l'entreprise et sous la responsabilité d'un hiérarchique. Régulièrement, il rend compte à sa hiérarchie, analyse ses résultats et propose si nécessaire des actions correctives pour atteindre ses objectifs. Le degré d'autonomie quant à la mise en œuvre du plan d'actions commerciales (PAC) varie en fonction de la taille de l'entreprise et de son organisation.

Le conseiller commercial est en relation avec sa hiérarchie et les membres de l'équipe commerciale. Dans les grandes entreprises, il est également en contact avec le service marketing pour partager les informations client. Il est en relation commerciale avec les prospects/clients, décideurs d'entreprises ou particuliers.

L'emploi nécessite de nombreux déplacements. Le conseiller commercial se déplace généralement seul dans son secteur de vente et adapte son activité aux horaires de présence des prospects/clients. Il utilise couramment les outils digitaux pour communiquer.

#### Secteurs d'activité et types d'emplois accessibles par le détenteur du titre

Les différents secteurs d'activités concernés sont principalement :

Tous les secteurs d'activité qui nécessitent des commerciaux pour leur développement.

Les types d'emplois accessibles sont les suivants :

Conseiller commercial, attaché commercial, commercial, prospecteur commercial, délégué commercial

SIGLE	Type de document	Code titre	Millésime	Date de Validation	Date de mise à jour	Page
CC	REAC	TP-00115	08	15/01/2018	09/01/2018	9/38

## **Réglementation d'activités** (le cas échéant)

Sans objet

## **Equivalences avec d'autres certifications** (le cas échéant)

Sans objet

## **Liste des activités types et des compétences professionnelles**

### 1. Prospecter un secteur de vente

Assurer une veille professionnelle et commerciale

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

Prospecter à distance

Prospecter physiquement

Analyser ses performances commerciales et en rendre compte

### 2. Vendre en face à face des produits et des services référencés aux entreprises et aux particuliers

Représenter l'entreprise et valoriser son image

Conduire un entretien de vente

Assurer le suivi de ses ventes

Fidéliser son portefeuille client

## **Compétences transversales de l'emploi** (le cas échéant)

Organiser son activité commerciale en cohérence avec les objectifs fixés

Communiquer oralement et par écrit dans son activité commerciale

Utiliser les outils digitaux dans son activité commerciale

## **Niveau et/ou domaine d'activité**

Niveau IV (Nomenclature de 1969)

Convention(s) :

Code(s) NSF :

312t - Négociation et vente

## **Fiche(s) Rome de rattachement**

D1403 Relation commerciale auprès de particuliers

D1404 Relation commerciale en vente de véhicules

D1501 Animation de vente

SIGLE	Type de document	Code titre	Millésime	Date de Validation	Date de mise à jour	Page
CC	REAC	TP-00115	08	15/01/2018	09/01/2018	10/38

## FICHE ACTIVITE TYPE N° 1

### Prospecter un secteur de vente

#### Définition, description de l'activité type et conditions d'exercice

Le conseiller commercial exploite les potentialités d'un secteur de vente. Il prospecte des entreprises, des particuliers afin de développer son portefeuille client, d'atteindre les objectifs fixés et de développer le chiffre d'affaires de l'entreprise. Il vend des produits ou des prestations de services référencés.

Le conseiller commercial organise son activité de prospection à partir du plan d'actions commerciales (PAC) de l'entreprise et détermine les moyens d'action en accord avec sa hiérarchie. Il prospecte à distance et physiquement. Afin d'obtenir des rendez-vous, il contacte les prospects/clients par téléphone, par des campagnes de publipostage ou de courriels, par les réseaux sociaux professionnels et lors de rencontres physiques. Le conseiller commercial recueille des informations relatives aux besoins et attentes des prospects/clients par des techniques d'écoute active, d'observation et de questionnement, qualifie le contact et met à jour le fichier prospects/clients à l'aide d'outils numériques et de logiciels dédiés à la gestion de la relation client.

Pour apporter un conseil adapté aux demandes des prospects/clients et pour développer une argumentation commerciale efficace, le conseiller commercial actualise régulièrement ses connaissances sur les produits et services de l'entreprise et de ses concurrents. Il recherche des informations sur l'évolution du marché, de l'offre, les comportements d'achat des clients, la concurrence et les avis clients et exploite de manière pertinente des sources d'information telles que des sites internet et des réseaux sociaux.

Le conseiller commercial analyse régulièrement son activité, identifie les causes d'éventuels écarts entre les objectifs fixés par l'entreprise et les résultats et propose des actions correctives.

Il rend compte à sa hiérarchie et rédige les comptes rendus.

Tout en restant dans le cadre fixé par l'entreprise, le conseiller commercial dispose d'une autonomie d'organisation de son activité de prospection afin d'optimiser ses déplacements. Il s'adapte aux horaires des prospects et des clients.

Dans l'entreprise, il est en relation avec sa hiérarchie pour la définition de ses objectifs, des actions commerciales et des comptes rendus. Il participe régulièrement aux réunions d'équipe. Dans les grandes entreprises, il est également en relation avec le service marketing pour partager les informations client. Sur son secteur géographique, le conseiller commercial se déplace généralement seul. Il est en relation commerciale avec les prospects/clients, décideurs d'entreprises ou particuliers.

#### Réglementation d'activités (le cas échéant)

Sans objet.

#### Liste des compétences professionnelles de l'activité type

Assurer une veille professionnelle et commerciale  
Mettre en œuvre un plan d'actions commerciales et organiser son activité  
Prospecter à distance  
Prospecter physiquement  
Analyser ses performances commerciales et en rendre compte

#### Compétences transversales de l'activité type (le cas échéant)

SIGLE	Type de document	Code titre	Millésime	Date de Validation	Date de mise à jour	Page
CC	REAC	TP-00115	08	15/01/2018	09/01/2018	11/38



## FICHE ACTIVITE TYPE N° 2

### Vendre en face à face des produits et des services référencés aux entreprises et aux particuliers

#### Définition, description de l'activité type et conditions d'exercice

Dans le respect de la politique commerciale de l'entreprise, le conseiller commercial mène des entretiens en face à face avec des décideurs d'entreprise et des particuliers. Il valorise les produits et services référencés de l'entreprise et apporte un conseil adapté aux prospects/clients afin de conclure les ventes et d'atteindre les objectifs qui lui sont fixés.

Sur les réseaux sociaux, le conseiller commercial crée un profil en accord avec les valeurs de l'entreprise et adapté à la fonction commerciale afin de mettre en valeur l'image de l'entreprise et contribuer à sa notoriété. Il veille constamment à son *e-réputation* et à celle de l'entreprise.

Face au prospect/client, le conseiller commercial illustre les avantages du produit ou service en s'appuyant sur des supports tels que des prospectus et des catalogues ou des outils digitaux tels que tablettes, smartphones ou ordinateurs. Il adopte une posture d'expert-conseil auprès du prospect/client, identifie son niveau d'information concernant le produit ou service et analyse son besoin et ses attentes. Le conseiller commercial construit une argumentation individualisée, traite les objections, négocie, conclut la vente, fixe les étapes ultérieures et prend congé.

Le conseiller commercial fidélise son portefeuille client. Il construit une relation d'échanges visant la fidélisation des clients via les réseaux sociaux et professionnels, par l'envoi de courriel, par téléphone et lors de rencontres

Dans le respect des procédures de l'entreprise, le commercial utilise les outils de gestion de la relation client pour suivre la commande jusqu'à la livraison. Il traite les litiges et les impayés dans les limites de sa responsabilité. Il prend en compte les réclamations et écoute le client afin de trouver avec lui une solution satisfaisante tout en préservant les intérêts de l'entreprise.

Dans l'entreprise, il est en relation avec sa hiérarchie pour la définition des actions commerciales et le compte rendu de ses activités, , avec le service administration des ventes pour le suivi des commandes. Dans les grandes entreprises, il est également en relation avec le service commercial pour la gestion des demandes entrantes et le service marketing pour partager les informations client. Sur le secteur géographique, le commercial exerce cette activité seul. Il est en relation commerciale avec les prospects/clients, décideurs d'entreprises ou particuliers.

#### Réglementation d'activités (le cas échéant)

Sans objet.

#### Liste des compétences professionnelles de l'activité type

Représenter l'entreprise et valoriser son image  
Conduire un entretien de vente  
Assurer le suivi de ses ventes  
Fidéliser son portefeuille client

#### Compétences transversales de l'activité type (le cas échéant)

SIGLE	Type de document	Code titre	Millésime	Date de Validation	Date de mise à jour	Page
CC	REAC	TP-00115	08	15/01/2018	09/01/2018	13/38



## FICHE COMPETENCE PROFESSIONNELLE N° 1

### Assurer une veille professionnelle et commerciale

#### Description de la compétence – processus de mise en œuvre

Afin de fournir des réponses pertinentes aux questions du client et de lui apporter un conseil adapté à sa demande par une argumentation commerciale efficace, actualiser régulièrement ses connaissances sur les produits et services de l'entreprise et de ses concurrents. Rechercher efficacement les informations sur l'évolution du marché, de l'offre, les comportements d'achat, la concurrence et les avis clients. Utiliser de manière pertinente des sources d'information telles que des sites internet, des réseaux sociaux.

#### Contexte(s) professionnel(s) de mise en œuvre

Cette compétence s'exerce en continu dans l'entreprise, lors de tournées de prospection et des visites prospects/clients ou à l'occasion de manifestations commerciales.

#### Critères de performance

Le système de veille mis en place permet une actualisation régulière des informations  
Les principaux concurrents et leur positionnement sur le marché sont connus  
Les sources d'information pertinentes pour un secteur d'activité donné sont connues  
La recherche d'information est menée de manière efficace  
La sélection des sources d'information est pertinente par rapport au type d'information recherché

#### Savoir-faire techniques, savoir-faire relationnels, savoir-faire organisationnels, savoirs

Utiliser les techniques et les technologies d'information en lien avec son activité  
Utiliser les sources d'informations professionnelles  
Utiliser les médias et les outils numériques à disposition  
Identifier les éléments de différenciation par rapport aux concurrents permettant de valoriser l'entreprise  
Assurer une veille sur les produits et services de l'entreprise  
Développer la veille collaborative  
Identifier les méthodes de veille informationnelle  
Collecter l'information sur le marché, les évolutions des produits, les tendances  
Synthétiser des informations  
Diffuser l'information  
Développer son *e-réputation*

Faire la distinction entre les faits, les opinions

Classer et analyser des informations

Connaissance des procédures internes à l'entreprise  
Connaissance des mouvements des organisations sur les marchés  
Connaissance des nouveaux secteurs et les nouveaux centres de compétence  
Connaissance des valeurs et de la culture de son entreprise  
Connaissance de la chaîne de valeur de l'entreprise  
Connaissance de la politique commerciale de l'entreprise  
Connaissance du comportement d'achat, des produits et services proposés  
Connaissance de l'offre produits et services de l'entreprise, et de la concurrence  
Connaissance du marché des produits de son secteur d'activité  
Connaissance des réseaux sociaux en lien avec l'entreprise

SIGLE	Type de document	Code titre	Millésime	Date de Validation	Date de mise à jour	Page
CC	REAC	TP-00115	08	15/01/2018	09/01/2018	15/38





## FICHE COMPETENCE PROFESSIONNELLE N° 2

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

#### Description de la compétence – processus de mise en œuvre

À partir du plan d'actions commerciales (PAC) de l'entreprise, afin d'atteindre les objectifs fixés, organiser son activité sur une période de référence. Dans le respect de la politique commerciale de l'entreprise, déterminer les moyens d'action en accord avec sa hiérarchie.

Sur une période donnée, à l'aide d'outils bureautiques, numériques et de logiciels dédiés à la gestion de la relation client, planifier ses activités de veille, de prospection et de fidélisation client. Exploiter le plan d'actions commerciales de l'entreprise pour cibler et organiser sa prospection, Tenir compte des spécificités de la clientèle de son secteur géographique. Organiser ses tournées avec un logiciel de géo-optimisation afin d'adopter un comportement personnel écoresponsable en intégrant la dimension écologique en particulier dans la conduite automobile.

#### Contexte(s) professionnel(s) de mise en œuvre

Cette compétence s'exerce au sein de l'entreprise. Le degré d'autonomie quant à la mise en œuvre du plan d'actions commerciales (PAC) varie en fonction de la taille de l'entreprise et de son organisation.

#### Critères de performance

Les moyens d'action prennent en compte la politique commerciale de l'entreprise  
Les outils digitaux et logiciels dédiés à la gestion de la relation client sont utilisés à bon escient  
Les activités sont cohérentes avec le plan d'actions commerciales  
La planification des activités tient compte des spécificités des clients de son secteur géographique

#### Savoir-faire techniques, savoir-faire relationnels, savoir-faire organisationnels, savoirs

Appliquer les procédures de l'entreprise  
Analyser ses objectifs commerciaux  
Déterminer et mettre en place un plan d'actions commerciales

Proposer des actions commerciales en rapport avec les objectifs  
Préparer ses rendez-vous en regroupant les informations pertinentes de son prospect/client  
Planifier et organiser ses actions commerciales en fonction des objectifs d'activité et des résultats attendus  
Utiliser le CRM (Customer Relation Management – GRC : Gestion de la relation Client) pour piloter son activité commerciale  
Utiliser un logiciel de géo-optimisation

Définir ses priorités en fonction de la politique commerciale de l'entreprise  
S'assurer de la cohérence et de la synchronisation (pertinence, timing) des actions terrain en rapport avec l'objectif  
Rationaliser ses déplacements en fonction de son secteur d'activité et des spécificités de la clientèle

Connaissance du potentiel des clients/prospects  
Connaissance de la politique commerciale de l'entreprise  
Connaissance des procédures internes de l'entreprise  
Connaissance des outils numériques de l'entreprise  
Connaissance des méthodes d'organisation des visites  
Connaissance des comportements écoresponsables

SIGLE	Type de document	Code titre	Millésime	Date de Validation	Date de mise à jour	Page
CC	REAC	TP-00115	08	15/01/2018	09/01/2018	17/38



## FICHE COMPETENCE PROFESSIONNELLE N° 3

### Prospecter à distance

#### Description de la compétence – processus de mise en œuvre

À partir d'une cible de prospects/clients qualifiés et dans le cadre d'un plan d'actions commerciales, prendre contact avec le prospect/client par téléphone, par des campagnes de publipostage ou de courriels et par les réseaux sociaux professionnels afin d'obtenir des rendez-vous et développer ainsi son portefeuille client d'entreprises et de particuliers. Utiliser les outils numériques et des logiciels dédiés à la gestion de la relation client, des outils digitaux tels que des smartphones, tablettes et ordinateurs, ainsi que les réseaux sociaux et professionnels. Adapter son langage à la cible et au canal de communication.

#### Contexte(s) professionnel(s) de mise en œuvre

Cette compétence s'exerce dans l'entreprise ou à distance.

#### Critères de performance

La cible de prospects ou de clients est cohérente avec le plan d'actions commerciales  
Les techniques de prise de rendez-vous sont maîtrisées  
L'utilisation des outils digitaux est maîtrisée  
Le langage est adapté à la cible et au canal de communication

#### Savoir-faire techniques, savoir-faire relationnels, savoir-faire organisationnels, savoirs

Prospecter à distance en cohérence avec les objectifs de l'entreprise  
Qualifier un fichier client  
Qualifier un prospect à distance  
Définir une cible en créant un avatar client idéal  
Mettre en œuvre les différentes techniques de prospection à distance  
Assurer le suivi et exploiter les retours d'une campagne de prospection

S'exprimer clairement  
Communiquer avec un état d'esprit positif  
Passer les barrages téléphoniques  
Vérifier l'identité et la disponibilité de son interlocuteur  
Susciter l'intérêt du client par des phrases courtes et la présentation d'un avantage client  
Pratiquer l'écoute active  
Adopter une posture de service  
S'adapter au contexte et à l'interlocuteur  
Conduire l'entretien de manière directive  
Respecter les consignes et les valeurs de l'entreprise  
Relancer les clients inactifs

Préparer et utiliser un script d'appel téléphonique  
Organiser son environnement pour optimiser ses appels  
Choisir ses horaires d'appel en tenant compte des spécificités de la clientèle  
Renseigner et qualifier le fichier prospects/clients de l'entreprise  
Exploiter les informations afin de préparer ses visites  
Choisir l'outil d'aide à la vente ou l'action commerciale avec pertinence

Connaissance des techniques de prise de rendez-vous par téléphone  
Connaissance des techniques de base de la réalisation d'un mailing et de son exploitation  
Connaissance des mécanismes de base de la communication interpersonnelle

SIGLE	Type de document	Code titre	Millésime	Date de Validation	Date de mise à jour	Page
CC	REAC	TP-00115	08	15/01/2018	09/01/2018	19/38

Connaissance du panorama des réseaux sociaux et de leurs caractéristiques  
Connaissance de la législation portant sur la gestion des fichiers numériques et les compétences de la Commission nationale de l'informatique et des libertés (CNIL)  
Connaissance des statistiques de base dont la loi de Pareto  
Connaissance de la veille concurrentielle  
Connaissance de l'environnement réglementaire en prospection à distance

SIGLE	Type de document	Code titre	Millésime	Date de Validation	Date de mise à jour	Page
CC	REAC	TP-00115	08	15/01/2018	09/01/2018	20/38

## FICHE COMPÉTENCE PROFESSIONNELLE N° 4

### Prospecter physiquement

#### Description de la compétence – processus de mise en œuvre

En cohérence avec les objectifs fixés et le plan d'actions commerciales (PAC), afin de développer son portefeuille de prospects, se présenter au prospect, susciter son intérêt pour le produit ou le service dans un langage approprié et en valorisant l'entreprise. Par des techniques d'écoute active, d'observation et de questionnement, recueillir des informations relatives à ses besoins et ses attentes. Qualifier le contact (collecter les données du prospect afin d'identifier son besoin et faciliter une reprise de contact sous forme de relance), poursuivre par un entretien de vente ou déterminer une date de reprise de contact. Mettre à jour le fichier prospects/clients à l'aide d'outils numériques et de logiciels dédiés à la gestion de la relation client.

#### Contexte(s) professionnel(s) de mise en œuvre

Cette compétence s'exerce, lors de la rencontre des entreprises ou des particuliers sur une zone de prospection ou lors de manifestations commerciales.

#### Critères de performance

La présentation et la posture professionnelle met en valeur le produit ou le service  
Le langage est adapté au prospect  
Les techniques d'écoute active, d'observation et de questionnement sont mises en œuvre  
Les informations recueillies permettent la qualification du prospect  
Le fichier prospects/clients est mis à jour

#### Savoir-faire techniques, savoir-faire relationnels, savoir-faire organisationnels, savoirs

Cibler les prospects/clients à prospecter en cohérence avec les objectifs de l'entreprise  
Qualifier un prospect au cours d'un entretien en face à face  
Mettre à jour le fichier prospects/clients  
Respecter les consignes et les valeurs de l'entreprise

Mobiliser ses réseaux professionnels  
Gérer son agenda professionnel  
Susciter l'intérêt du prospect par des phrases courtes et la présentation d'un avantage client  
Traiter les objections avec pertinence et persévérance  
Pratiquer l'écoute active et les techniques d'observation de questionnement face à un interlocuteur

Hiérarchiser les visites prospects en fonction de leur potentiel supposé  
Organiser ses déplacements en optimisant les coûts et l'efficacité de ses visites  
Préparer un questionnement efficace et ciblé répondant aux attentes des objectifs

Connaissance des règles de base de la communication interpersonnelle  
Connaissance de l'offre produits et services de l'entreprise, et de la concurrence  
Connaissance du marché des produits de son secteur d'activité  
Connaissance du comportement d'achat des clients des produits et services proposés  
Connaissance des règles juridiques attachées à la vente lors de manifestations commerciales  
Connaissance des techniques de prise de rendez-vous en face à face  
Connaissance des outils de géolocalisation

SIGLE	Type de document	Code titre	Millésime	Date de Validation	Date de mise à jour	Page
CC	REAC	TP-00115	08	15/01/2018	09/01/2018	21/38



## FICHE COMPETENCE PROFESSIONNELLE N° 5

### Analyser ses performances commerciales et en rendre compte

#### Description de la compétence – processus de mise en œuvre

Analyser et évaluer son activité commerciale et ses résultats à l'aide de logiciels dédiés à la gestion de la relation client sur une période de référence. Identifier les causes d'éventuels écarts entre les objectifs fixés par l'entreprise et ses résultats. Rédiger une note de synthèse. Lors d'un entretien périodique avec la hiérarchie, proposer des actions correctives afin d'atteindre les objectifs.

#### Contexte(s) professionnel(s) de mise en œuvre

L'analyse de l'activité s'exerce de manière continue sur une période de référence.

#### Critères de performance

L'analyse de l'activité commerciale et des résultats est pertinente  
Les causes d'éventuels écarts entre les objectifs fixés et les résultats sont identifiées  
La note de synthèse est claire et comporte des informations exploitables par un tiers  
Les propositions d'actions correctives sont réalisables

#### Savoir-faire techniques, savoir-faire relationnels, savoir-faire organisationnels, savoirs

Décliner un objectif global en sous-objectifs  
Analyser le plan d'actions commerciales fourni par sa hiérarchie  
Analyser les étapes du processus de vente  
Analyser les écarts entre les résultats et les objectifs fixés  
Analyser la gestion de son temps  
Analyser ses performances de manière réaliste  
Identifier les mesures correctives à mettre en place

Repérer l'évolution du marché  
Transmettre une information claire, vérifiée et répondant aux attentes de l'entreprise  
Informar l'entreprise des évolutions concernant le marché et la concurrence

Rendre compte de son activité commerciale et de ses résultats à sa hiérarchie  
Utiliser les outils de suivi d'activité et de résultats de l'entreprise  
Compléter régulièrement ses tableaux de bord  
Proposer les mesures correctives à mettre en place

Connaissance des objectifs fixés par l'entreprise  
Connaissance des outils de suivi d'activité et de résultats de l'entreprise  
Connaissance des outils bureautiques  
Connaissance du marché et de la concurrence

SIGLE	Type de document	Code titre	Millésime	Date de Validation	Date de mise à jour	Page
CC	REAC	TP-00115	08	15/01/2018	09/01/2018	23/38





## FICHE COMPETENCE PROFESSIONNELLE N° 6

### Représenter l'entreprise et valoriser son image

#### Description de la compétence – processus de mise en œuvre

Dans le respect de la politique commerciale et afin de contribuer à la notoriété de l'entreprise, valoriser son image par une présentation positive de ses produits et services. Sur les réseaux sociaux et professionnels, créer, utiliser un profil en accord avec les valeurs de l'entreprise et adapté à la fonction commerciale. Respecter les règles de confidentialité propres à chaque réseau et veiller constamment à son *e-réputation* et celle de son entreprise.

#### Contexte(s) professionnel(s) de mise en œuvre

Cette compétence s'exerce dans toute situation de communication orale ou écrite, avec un prospect ou un client, au cours d'un entretien de vente, d'actions de prospection physique ou téléphonique, lors d'un salon professionnel, sur les réseaux sociaux et professionnels.

#### Critères de performance

La présentation met en valeur les produits et services de l'entreprise  
La présentation de l'entreprise et de ses produits et services est adaptée à l'interlocuteur  
La présentation de l'entreprise et de ses produits et services est adaptée aux canaux de communication  
Les règles de confidentialité des réseaux sociaux sont connues

#### Savoir-faire techniques, savoir-faire relationnels, savoir-faire organisationnels, savoirs

Veiller à son image de marque (*personal branding*) et son *e-réputation*  
Réaliser un argumentaire  
Réaliser un elevator pitch (*Exercice de communication orale qui consiste à se présenter et mettre en valeur son projet face à un partenaire ou investisseur potentiel, situé à un niveau hiérarchique plus élevé que soi et dont le temps est compté.* )  
Créer un outil digital (présentation, vidéo, concours, page Facebook, etc...)  
Appliquer les règles et les procédures de l'entreprise en matière de communication  
Respecter les consignes relatives à la présentation  
Utiliser les outils bureautiques  
Utiliser les réseaux sociaux, les forums et les blogs  
Respecter les directives et les valeurs de l'entreprise  
Prospecter sur les réseaux  
Utiliser « l'expérience client » pour communiquer sur le Web (évaluation en ligne, enquête satisfaction, témoignages)

Adopter le rôle d'ambassadeur de l'entreprise  
Présenter l'activité, les produits et les services de l'entreprise sur son marché de manière claire  
S'informer et prendre en compte les informations pertinentes concernant l'entreprise et son environnement  
Pratiquer l'écoute active et les techniques de questionnement face à un interlocuteur  
Adopter une attitude en accord avec les valeurs de l'entreprise

Adapter sa tenue vestimentaire et sa posture aux codes de l'entreprise  
Se présenter sur différents canaux de communication  
Créer un profil professionnel adapté sur un réseau, un blog et le faire vivre

Connaissance des concepts de base du marketing  
Connaissance du fonctionnement de l'entreprise sur son marché  
Connaissance de l'organisation et des statuts juridiques de l'entreprise

SIGLE	Type de document	Code titre	Millésime	Date de Validation	Date de mise à jour	Page
CC	REAC	TP-00115	08	15/01/2018	09/01/2018	25/38

Connaissance des produits et des services de l'entreprise  
Connaissance de la structure d'un argumentaire  
Connaissance du positionnement des produits et services de l'entreprise sur son marché  
Connaissance des différents statuts du vendeur  
Connaissance des mécanismes de base de la communication interpersonnelle  
Connaissance du panorama des réseaux sociaux et de leurs caractéristiques  
Connaissance des termes du digital  
Connaissance des processus qualité de l'entreprise

SIGLE	Type de document	Code titre	Millésime	Date de Validation	Date de mise à jour	Page
CC	REAC	TP-00115	08	15/01/2018	09/01/2018	26/38

## FICHE COMPETENCE PROFESSIONNELLE N° 7

### Conduire un entretien de vente

#### Description de la compétence – processus de mise en œuvre

Dans le respect des conditions générales de vente de l'entreprise, en tenant compte des caractéristiques du prospect/client, préparer et conduire un entretien de vente. Illustrer les avantages du produit ou service en s'appuyant sur une documentation (supports papier ou présentation sur tablettes, smartphones ou ordinateurs). En adoptant une posture d'expert-conseil, au travers de l'échange, identifier le niveau d'information du prospect/client sur le produit ou service, analyser ses besoins et ses attentes. Construire une argumentation personnalisée, traiter les objections, négocier, conclure la vente, fixer les étapes ultérieures et prendre congé.

#### Contexte(s) professionnel(s) de mise en œuvre

Cette compétence s'exerce chez le prospect/client ou à l'occasion de manifestations commerciales

#### Critères de performance

La préparation de l'entretien prend en compte les caractéristiques du prospect/client  
Les avantages du produit ou service sont illustrés avec des supports adaptés aux prospects/clients  
Le niveau d'information du prospect/client est identifié  
Les besoins et attentes du client sont identifiés  
L'argumentation est personnalisée  
Les objections sont traitées de manière efficace  
La conclusion de l'entretien de vente est adaptée à la situation

#### Savoir-faire techniques, savoir-faire relationnels, savoir-faire organisationnels, savoirs

Maîtriser les bases des calculs commerciaux  
Réaliser une démonstration  
Prendre des notes exploitables au cours d'un entretien  
Appliquer les conditions générales de vente de l'entreprise  
Analyser un entretien de vente  
Améliorer ses performances  
Utiliser les outils bureautiques  
Utiliser les outils digitaux (Smartphone, ordinateur portable, tablette)  
Informé le prospect/client sur le cadre juridique lié à la vente de produits ou de services  
Informé le prospect/client sur les obligations environnementales liées à la vente, notamment concernant l'après-vie des produits

S'exprimer avec clarté et assurance  
Pratiquer l'écoute active et les techniques de questionnement face à un interlocuteur  
Détecter les besoins, les motivations et les contraintes du client pour s'en servir comme points d'appui  
Récapituler les besoins, les motivations et les contraintes du client avant la proposition  
Argumenter de manière convaincante  
Traiter les objections du prospect avec pertinence  
Traiter les objections du prospect avec persévérance  
Saisir les signaux d'achat du client  
Présenter et défendre le prix de façon appropriée  
Négocier avec le prospect  
Conclure la vente et quitter le client avec méthode

SIGLE	Type de document	Code titre	Millésime	Date de Validation	Date de mise à jour	Page
CC	REAC	TP-00115	08	15/01/2018	09/01/2018	27/38

Rechercher des informations de manière ciblée  
Constituer un dossier client  
Préparer la visite de façon pertinente  
Rechercher des informations sur le prospect ou client  
Lister les objectifs de la visite en tenant compte des intérêts du client et de son entreprise  
Chiffrer les éléments de la visite et prévoir des objectifs de repli

Connaissance des règles de base de la communication interpersonnelle  
Connaissance de l'argumentaire des produits et services référencés de l'entreprise  
Connaissance des conditions générales de vente de l'entreprise  
Connaissance du contexte économique et social de son secteur d'activité  
Connaissance des produits et services de la concurrence  
Connaissance des techniques de vente  
Connaissance du cadre juridique de la vente  
Connaissance des obligations environnementales liées à la vente, notamment concernant l'après-vie des produits

SIGLE	Type de document	Code titre	Millésime	Date de Validation	Date de mise à jour	Page
CC	REAC	TP-00115	08	15/01/2018	09/01/2018	28/38

## FICHE COMPETENCE PROFESSIONNELLE N° 8

### Assurer le suivi de ses ventes

#### Description de la compétence – processus de mise en œuvre

Dans le cadre du champ de responsabilité commerciale fixé par l'entreprise et dans le respect des procédures, assurer le suivi de la commande jusqu'à la livraison du produit ou du service à l'aide des outils de gestion de la relation client, en relation avec le service administration des ventes de l'entreprise. Prendre en compte les réclamations client et proposer une solution satisfaisante pour les parties. Traiter les litiges et assurer un rôle d'interface pour les impayés, effectuer les relances, si nécessaire transmettre le dossier aux services compétents afin de contribuer au respect des engagements réciproques.

#### Contexte(s) professionnel(s) de mise en œuvre

Cette compétence s'exerce dans l'entreprise ou chez le client. Le degré de responsabilité varie en fonction de la taille de l'entreprise et de son organisation.

#### Critères de performance

Les procédures de l'entreprise sont respectées  
Suite à une réclamation, la solution proposée satisfait le client et préserve les intérêts de l'entreprise  
Le litige est traité dans les limites de son champ de responsabilité  
Le dossier est transmis aux services compétents si nécessaire

#### Savoir-faire techniques, savoir-faire relationnels, savoir-faire organisationnels, savoirs

Rédiger un compte rendu d'une visite client  
Identifier la cause des réclamations, des litiges et des impayés et les traiter dans le respect des procédures de l'entreprise

Mener un entretien dans le cadre d'un suivi clientèle, d'un traitement de réclamation, d'un litige ou d'impayé  
Identifier le potentiel du client et mener les actions correspondantes  
Pratiquer l'écoute active et les techniques de questionnement face à un interlocuteur  
Rassurer le client sur la prise en compte de son insatisfaction en faisant preuve de neutralité

Mobiliser les ressources de l'entreprise pour la satisfaction du client  
Informier régulièrement le client sur le suivi de son dossier  
Utiliser les outils d'aide à la performance (outils de gestion de la relation client, agendas électroniques)

Connaissance des conditions générales et particulières de vente appliquées au client  
Connaissance des outils d'aide à la performance utilisés dans l'entreprise  
Connaissance des techniques de traitement des réclamations  
Connaissance des procédures de l'entreprise

SIGLE	Type de document	Code titre	Millésime	Date de Validation	Date de mise à jour	Page
CC	REAC	TP-00115	08	15/01/2018	09/01/2018	29/38



## FICHE COMPETENCE PROFESSIONNELLE N° 9

### Fidéliser son portefeuille client

#### Description de la compétence – processus de mise en œuvre

Dans le respect de la politique commerciale de l'entreprise, afin de fidéliser son portefeuille client, analyser et anticiper les besoins du client afin de proposer des offres commerciales personnalisées. Tenir compte des spécificités du client, de son historique d'achat. Maintenir le contact par l'utilisation des réseaux sociaux et professionnels, de blogs ou par l'envoi de courriels. Informer le client régulièrement de l'évolution des produits ou des services de l'entreprise et des offres promotionnelles. Inviter le client aux manifestations commerciales. Détecter les comptes inactifs et les relancer régulièrement.

#### Contexte(s) professionnel(s) de mise en œuvre

Cette compétence s'exerce de façon permanente.

#### Critères de performance

Les actions de fidélisation respectent la politique commerciale de l'entreprise  
Les offres proposées sont adaptées au profil du client ciblé  
Le client est régulièrement informé de l'évolution des produits ou des services de l'entreprise et des offres promotionnelles via des canaux adaptés  
Les comptes inactifs sont détectés et relancés régulièrement

#### Savoir-faire techniques, savoir-faire relationnels, savoir-faire organisationnels, savoirs

Réaliser un argumentaire  
Mettre en place une offre commerciale de fidélisation ou de réactivation de compte  
Déterminer le geste commercial nécessaire à la fidélisation du client dans le respect des procédures de l'entreprise  
Faciliter ses futures ventes en anticipant les types d'actions de fidélisation à mener  
Utiliser les réseaux sociaux et les blogs  
Appliquer les règles et les procédures de l'entreprise

Savoir adapter sa tenue vestimentaire et sa posture aux codes de l'entreprise  
Mener un entretien dans le cadre d'une action de fidélisation  
Pratiquer l'écoute active et les techniques d'observation et de questionnement face à un interlocuteur  
Impliquer la clientèle dans l'élaboration d'actions de fidélisation  
Adopter une attitude en accord avec les valeurs de l'entreprise

Définir une fréquence de visites clientèle en accord avec le maintien d'une relation durable  
Savoir diffuser l'offre commerciale en utilisant les différents canaux de l'entreprise  
Savoir créer un profil professionnel adapté sur internet

Connaissance des conditions générales et particulières de vente appliquées au client  
Connaissance des moyens de fidélisation proposés par l'entreprise  
Connaissance des concepts de base du marketing  
Connaissance de la structure d'un argumentaire  
Connaissance du panorama des réseaux sociaux et de leurs caractéristiques  
Connaissance des termes du digital

SIGLE	Type de document	Code titre	Millésime	Date de Validation	Date de mise à jour	Page
CC	REAC	TP-00115	08	15/01/2018	09/01/2018	31/38





## FICHE DES COMPETENCES TRANSVERSALES DE L'EMPLOI TYPE

### Organiser son activité commerciale en cohérence avec les objectifs fixés

#### Description de la compétence – processus de mise en œuvre

En accord avec son hiérarchique, à partir du plan d'actions commerciales (PAC), des objectifs et d'éventuels écarts avec les objectifs, déterminer ses actions de veille, de prospection et de vente, les planifier pour une période donnée et adapter son planning en fonction des événements. Optimiser ses déplacements en fonction des spécificités de son secteur et des prospects/clients dans un souci d'efficacité et d'économie de moyens. Mettre à jour le fichier prospects/clients de manière régulière et fiable.

#### Critères de performance

Le système de veille mis en place permet une actualisation régulière des informations  
Les activités sont cohérentes avec le plan d'actions commerciales  
La planification des activités tient compte des spécificités des prospects/clients de son secteur géographique  
Le fichier prospects/clients est mis à jour

### Communiquer oralement et par écrit dans son activité commerciale

#### Description de la compétence – processus de mise en œuvre

Afin de contribuer au chiffre d'affaires, dans le cadre de ses activités de prospection et de vente, écouter activement son interlocuteur et lui répondre de façon appropriée, en utilisant différents canaux de communication. Comprendre et utiliser le vocabulaire professionnel pour présenter les produits aux prospects/clients, argumenter sa solution et conseiller le client. Rédiger des comptes rendus fiables, précis et adaptés au destinataire. Veiller en permanence à sa communication non verbale, à sa présentation sur les réseaux sociaux et au respect des règles de confidentialité.

#### Critères de performance

Le langage est adapté à la cible et au canal de communication  
Le langage est adapté au prospect  
Les techniques d'écoute active et de questionnement sont mises en œuvre  
La présentation met en valeur les produits et services de l'entreprise  
Le compte rendu comporte des informations fiables et exploitables  
La présentation de l'entreprise et de ses produits et services est adaptée à l'interlocuteur  
La présentation de l'entreprise et de ses produits et services est adaptée aux supports de communication  
Les règles de confidentialité des différents réseaux sociaux sont prises en compte  
L'argumentation est personnalisée  
Les objections sont traitées de manière efficace

### Utiliser les outils digitaux dans son activité commerciale

#### Description de la compétence – processus de mise en œuvre

Afin de communiquer à distance avec ses collègues et les prospects/clients et organiser son travail de manière efficace, utiliser couramment des outils tels que des smartphones et des tablettes et des logiciels professionnels. Dans le respect de la politique de communication de l'entreprise, exploiter les fonctionnalités des outils pour présenter des produits ou services de manière valorisante en face à face avec un client/prospect et sur les réseaux sociaux et professionnels.

SIGLE	Type de document	Code titre	Millésime	Date de Validation	Date de mise à jour	Page
CC	REAC	TP-00115	08	15/01/2018	09/01/2018	33/38

## Critères de performance

Les outils digitaux et logiciels dédiés à la gestion de la relation client sont utilisés à bon escient  
Les règles de confidentialité des différents réseaux sociaux sont prises en compte

SIGLE	Type de document	Code titre	Millésime	Date de Validation	Date de mise à jour	Page
CC	REAC	TP-00115	08	15/01/2018	09/01/2018	34/38

# Glossaire du REAC

## Activité type

Une activité type est un bloc de compétences qui résulte de l'agrégation de tâches (ce qu'il y a à faire dans l'emploi) dont les missions et finalités sont suffisamment proches pour être regroupées. Elle renvoie au certificat de compétences professionnelles (CCP).

## Activité type d'extension

Une activité type d'extension est un bloc de compétences qui résulte de l'agrégation de tâches qui constituent un domaine d'action ou d'intervention élargi de l'emploi type. On la rencontre seulement dans certaines déclinaisons de l'emploi type. Cette activité n'est pas dans tous les TP. Quand elle est présente, elle est attachée à un ou des TP. Elle renvoie au certificat complémentaire de spécialisation (CCS).

## Compétence professionnelle

La compétence professionnelle se traduit par une capacité à combiner un ensemble de savoirs, savoir faire, comportements, conduites, procédures, type de raisonnement, en vue de réaliser une tâche ou une activité. Elle a toujours une finalité professionnelle. Le résultat de sa mise en œuvre est évaluable.

## Compétence transversale

La compétence transversale désigne une compétence générique commune aux diverses situations professionnelles de l'emploi type. Parmi les compétences transversales, on peut recenser les compétences correspondant :

- à des savoirs de base,
- à des attitudes comportementales et/ou organisationnelles.

## Critère de performance

Un critère de performance sert à porter un jugement d'appréciation sur un objet en termes de résultat(s) attendu(s) : il revêt des aspects qualitatifs et/ou quantitatifs.

## Emploi type

L'emploi type est un modèle d'emploi représentatif d'un ensemble d'emplois réels suffisamment proches, en termes de mission, de contenu et d'activités effectuées, pour être regroupées : il s'agit donc d'une modélisation, résultante d'une agrégation critique des emplois.

## Référentiel d'Emploi, Activités et Compétences (REAC)

Le REAC est un document public à caractère réglementaire (visé par l'arrêté du titre professionnel) qui s'applique aux titres professionnels du ministère chargé de l'emploi. Il décrit les repères pour une représentation concrète du métier et des compétences qui sont regroupées en activités dans un but de certification.

## Savoir

Un savoir est une connaissance mobilisée dans la mise en œuvre de la compétence professionnelle ainsi qu'un processus cognitif impliqué dans la mise en œuvre de ce savoir.

SIGLE	Type de document	Code titre	Millésime	Date de Validation	Date de mise à jour	Page
CC	REAC	TP-00115	08	15/01/2018	09/01/2018	35/38

### **Savoir-faire organisationnel**

C'est un savoir et un savoir faire de l'organisation et du contexte impliqués dans la mise en œuvre de l'activité professionnelle pour une ou plusieurs personnes.

### **Savoir-faire relationnel**

C'est un savoir comportemental et relationnel qui identifie toutes les interactions socioprofessionnelles réalisées dans la mise en œuvre de la compétence professionnelle pour une personne. Il s'agit d'identifier si la relation s'exerce : à côté de (sous la forme d'échange d'informations) ou en face de (sous la forme de négociation) ou avec (sous la forme de travail en équipe ou en partenariat etc.).

### **Savoir-faire technique**

Le savoir-faire technique est le savoir procéder, savoir opérer à mobiliser en utilisant une technique dans la mise en œuvre de la compétence professionnelle ainsi que les processus cognitifs impliqués dans la mise en œuvre de ce savoir-faire.

### **Titre professionnel**

La certification professionnelle délivrée par le ministre chargé de l'emploi est appelée « titre professionnel ». Ce titre atteste que son titulaire maîtrise les compétences, aptitudes et connaissances permettant l'exercice d'activités professionnelles qualifiées. (Article R338-1 et suivants du Code de l'Education).

SIGLE	Type de document	Code titre	Millésime	Date de Validation	Date de mise à jour	Page
CC	REAC	TP-00115	08	15/01/2018	09/01/2018	36/38

**Reproduction interdite**

Article L 122-4 du code de la propriété intellectuelle

"Toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle faite sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droit ou ayants cause est illicite. Il en est de même pour la traduction, l'adaptation ou la transformation, l'arrangement ou la reproduction par un art ou un procédé quelconque."

