

## METIERS

Responsable Magasin – Conseiller/e de Vente – Attaché-e Commercial – Attaché-e Technico-Commercial (ATC) – Manager de Rayon de la Grande Distribution – Business Developer – Responsable de Secteur.



## OBJECTIFS

Cette certification participe, en structurant et améliorant les techniques de vente, à l'essor du chiffre d'affaire de l'entreprise en appréhendant les nouveaux enjeux et motivations des clients.

Elle vise à maîtriser les étapes de l'acte de vente ; de la prospection commerciale avec une gestion structurée et optimisée ; aux étapes de l'entretien de vente, à la stratégie de négociation.

Elle contribue à professionnaliser les collaborateurs en leur fournissant, outils techniques et méthodes leur permettant d'appréhender chaque étape efficacement pour conclure leurs ventes.

### Valeur ajoutée :

Cette certification est une voie à une mobilité professionnelle interne ou externe à l'entreprise et permet aux individus d'évoluer et de progresser dans leurs fonctions et leurs responsabilités. Les entreprises formant leurs collaborateurs à cette compétence voient croître leurs chiffres d'affaires.

En effet, cette certification représente un moteur pour la croissance de l'entreprise en améliorant et harmonisant leurs pratiques commerciales autour d'un socle commun de compétences. De fait, l'entreprise se retrouve dans une logique de vendre mieux pour vendre plus.

**CDE FEDE FRANCE est un organisme de formation qui met en œuvre et développe des projets et des actions pédagogiques de la Fédération Européenne Des Ecoles FEDE.**

**Les programmes sont conçus par des chercheurs et des professionnels. Ils allient théorie, mise en pratique et situation de terrain en France et à l'international. Ils s'inscrivent dans la logique du processus de Bologne dans le respect du Système Européen de Transfert et d'Accumulation de Crédits (ECTS). Ils sont conformes aux standards de l'EEES (Espace Européen de l'Enseignement Supérieur).**

**CDE FEDE France dispose d'une plateforme de recherche dédiée aux Sciences de l'Education, à la problématique de la professionnalisation et à l'anticipation des nouveaux métiers. Avec un déploiement sur le périmètre européen, elle développe des réflexions avec un collège de chercheurs internationaux.**

## PROGRAMME

La formation s'étale de 1 à 21 jours en fonction du niveau du candidat et de ses objectifs. La durée est également fonction de son environnement professionnel, de ses qualifications et de son parcours personnel.

La formation est dispensée sous la forme de 3 modules suivis en continu ou discontinu. La pédagogie privilégie les séquences participatives mobilisant l'interactivité, la prise d'initiative et l'esprit critique (mises en situations professionnelles, étude de cas, auto-positionnement...).

Des séminaires peuvent être programmés en inter ou intra entreprise, suivis en présentiel ou en distanciel selon la situation personnelle ou professionnelle (géographique, mobilité, handicap, disponibilité...) du candidat.

### Module 1 : L'organisation de la prospection commerciale

### Module 2 : Les différentes étapes de l'entretien de vente

### Module 3 : La négociation client

## COMPETENCES

### La gestion efficace de la prospection commerciale :

- Déterminer le profil des prospects ciblés en s'interrogeant sur les secteurs ou acteurs susceptibles d'utiliser l'offre pour permettre une recherche d'informations optimisées.

### La prospection téléphonique :

- Réaliser une accroche percutante et personnalisée permettant d'asseoir sa crédibilité et éveiller l'intérêt du prospect.

### L'entretien de vente en face à face :

- Utiliser les techniques de communication : d'écoute active, de reformulation et de questionnement pour obtenir toutes les informations nécessaires à une compréhension optimale du besoin et des motivations d'achat du prospect.

### L'entretien de vente au téléphone :

- Utiliser les techniques de vente similaire à l'entretien en face à face en veillant à être attentif à la maîtrise de sa communication à distance (voix, choix des mots, attitude) pour compenser le manque de contact direct.

### La négociation client :

- Négocier les marges commerciales de son offre en tenant compte de la réglementation du marché européen pour aboutir à un accord financier permettant la satisfaction des deux parties dans un principe de « gagnant-gagnant ».

Le référentiel de compétences de ce **CERTIFICAT FEDE** a été construit avec des experts sur le sujet et confronté aux acteurs des entreprises ayant une séniorité sur le sujet.

À l'inscription, le programme détaillé et ses objectifs est remis avec toutes les informations concernant la procédure de certification.

Avant de valider son inscription, chaque participant bénéficie d'un entretien oral de positionnement pour vérifier l'adéquation de ses attentes et de son projet professionnel avec le contenu de la certification.

Des évaluations en cours et en fin de formation vérifient l'acquisition des compétences par le participant. L'interactivité de la formation entre les apprenants, les formateurs et l'entreprise permet de la faire évoluer et de l'ajuster à la réalité du monde professionnel.

Pour plus de renseignements : [mailbox@fede.education](mailto:mailbox@fede.education)

**CENTRE EUROPEEN DES EXAMENS – FEDERATION EUROPEENNE DES ECOLES FRANCE**

9 quai Tilsitt – CS 60216 – 69288 Lyon Cedex 02 – France - [morgane@fede.education](mailto:morgane@fede.education)  
Association Loi 1901 – Siret : 814 257 960 00025

Déclaration d'activité enregistrée sous le numéro 84691479169. Cet enregistrement ne vaut pas agrément de l'Etat.