

SCHOOL FOR MATE

LIVRET PÉDAGOGIQUE

TP Conseiller commercial

RNCP37717 · Titre professionnel · Niveau 4

Ce parcours de 440 heures prépare au Titre professionnel Conseiller commercial (RNCP37717, niveau 4) en couvrant intégralement ses deux blocs de compétences : prospecter un secteur de vente, puis accompagner le client et lui proposer des produits et des services. Construit autour d'un fil rouge en entreprise et de mises en situation calquées sur les épreuves officielles, il rend l'apprenant opérationnel en prospection multicanale, en entretien de vente et en fidélisation.

VOLUME HORAIRE	COURS	BLOCS
440 h	20	2

01 · PRÉSENTATION

La formation en bref

Intitulé	TP Conseiller commercial
Code	RNCP37717
Type	Titre professionnel
Niveau	Niveau 4
Certificateur	MINISTERE DU TRAVAIL DU PLEIN EMPLOI ET DE L' INSERTION
Durée	440 h, 20 cours
Modalité	Formation à distance (e-learning), tutorat assuré par l'organisme de formation
Formats	SCORM 1.2 / 2004, xAPI, sources éditables
Mise à jour	Novembre 2026
Fin d'enregistrement de la certification	31/07/2028

Le métier et les compétences visées

Le conseiller commercial vend les produits, prestations de services ou solutions de son entreprise auprès de particuliers et de professionnels. À partir du plan d'actions commerciales, il organise sa prospection, en face à face ou via les outils numériques, afin de développer son portefeuille client et le chiffre d'affaires. Il assure une veille sur le marché, la concurrence, la réglementation et les avis clients, valorise l'image de l'entreprise, notamment sur les réseaux sociaux, et conduit des entretiens de vente en posture d'expert-conseil. Il suit ses ventes, traite les réclamations, fidélise ses clients et analyse ses résultats pour en rendre compte à son manageur, en intégrant l'éco-responsabilité et la prise en compte des situations de handicap.

Public visé

- Demandeurs d'emploi souhaitant se reconvertir vers les métiers de la vente et de la relation commerciale
- Salariés en poste commercial ou d'accueil client souhaitant valider leurs compétences par un titre professionnel
- Alternants (contrat d'apprentissage ou de professionnalisation) préparant un premier diplôme de niveau 4 dans le commerce
- Vendeurs en magasin ou téléconseillers souhaitant évoluer vers la vente terrain et la prospection
- Candidats à la validation des acquis de l'expérience (VAE) souhaitant consolider leurs compétences avant l'épreuve

Prérequis

- Maîtrise du français écrit et oral permettant de rédiger un écrit professionnel et de conduire un échange avec un client
- Utilisation courante d'un ordinateur, d'une messagerie électronique et d'un navigateur internet
- Intérêt pour la relation client et aptitude à communiquer avec des interlocuteurs variés
- Aucun diplôme exigé par le référentiel ; un positionnement à l'entrée est recommandé par l'organisme de formation

Objectifs pédagogiques

À l'issue du parcours, l'apprenant est capable de :

- Mettre en place et exploiter un système de veille professionnelle et commerciale (marché, concurrence, réglementation, avis clients)
- Décliner le plan d'actions commerciales de l'entreprise en un plan de prospection organisé, en optimisant ses déplacements et en intégrant l'éco-responsabilité
- Conduire une démarche de prospection multicanale (téléphone, face à face, salon, digital) jusqu'à la prise de rendez-vous
- Analyser un tableau de bord commercial, identifier les écarts avec les objectifs et rédiger une note de synthèse assortie d'actions correctives
- Valoriser l'image de l'entreprise sur tous les canaux, créer un profil professionnel et mettre en œuvre les techniques du social selling
- Conduire un entretien de vente complet : préparation, découverte des besoins, argumentation personnalisée, traitement des objections, négociation et conclusion
- Adapter sa démarche commerciale aux situations de handicap du client ou de son entourage
- Assurer le suivi des ventes, traiter une réclamation ou un litige et jouer un rôle d'interface avec les services internes
- Fidéliser son portefeuille client en proposant des offres personnalisées fondées sur l'historique d'achat et l'expérience client

02 · FIL ROUGE PÉDAGOGIQUE

Verdane Confort

IM

Inès Morvan

Conseillère commerciale terrain, récemment recrutée sur le secteur Loire-Atlantique et Vendée

Solutions de rénovation énergétique (pompes à chaleur, panneaux photovoltaïques, isolation, contrats d'entretien) pour particuliers et petits professionnels

Verdane Confort est une PME de 45 salariés basée près de Nantes, qui conçoit et installe des équipements de rénovation énergétique pour les particuliers, les artisans et les petits commerces. Face à un marché en forte évolution réglementaire et à une concurrence accrue, la direction commerciale a fixé un plan d'actions ambitieux : conquérir un nouveau secteur rural et développer les contrats d'entretien. Inès Morvan, issue de la vente en magasin, rejoint l'équipe sous la responsabilité de Karim Belhadj, responsable commercial. Elle dispose d'un véhicule de service, d'un CRM, d'un catalogue d'une dizaine de solutions et d'un portefeuille de clients historiques peu sollicités. Elle doit construire sa veille, organiser ses tournées, prospecter, représenter l'entreprise sur les salons et sur les réseaux sociaux, conduire ses entretiens de vente et fidéliser ses clients, tout en rendant compte régulièrement de ses résultats.

Chaque cours se termine par une mise en situation dans cette entreprise : l'apprenant accompagne Inès dans des situations professionnelles réalistes, de plus en plus complexes, jusqu'à la préparation des épreuves.

La progression

1. Étape 1 (cours 1 à 5) : Inès découvre Verdane Confort, met en place sa veille, s'approprie le catalogue et le plan d'actions commerciales, puis organise son secteur et ses tournées.
2. Étape 2 (cours 6 à 10) : Inès prospecte son nouveau secteur par téléphone, sur un salon de l'habitat et en ligne, puis présente à Karim Belhadj l'analyse de son premier trimestre et ses actions correctives.
3. Étape 3 (cours 11 à 14) : Inès devient la voix de Verdane Confort sur le terrain et sur les réseaux sociaux, crée son profil professionnel et prépare ses supports de présentation.
4. Étape 4 (cours 15 à 20) : Inès conduit ses entretiens de vente chez des particuliers et des professionnels, gère une réclamation sur une installation, puis construit un plan de fidélisation de son portefeuille.

03 · ARCHITECTURE

Organisation du parcours

Le parcours est construit sur les blocs de compétences du référentiel officiel : chaque bloc regroupe les cours qui préparent à son évaluation.

N°	Bloc et cours	Durée
RNCP37717BC01 · Prospecter un secteur de vente		**220 h**
1	Le métier de conseiller commercial et son environnement	22 h
2	Construire et exploiter sa veille professionnelle et commerciale	22 h
3	Maîtriser son offre : produits, services et fiches techniques	22 h
4	Comprendre et décliner le plan d'actions commerciales	22 h
5	Organiser son activité, son secteur et ses déplacements	22 h
6	Préparer la prospection : fichier, ciblage et outils	22 h
7	Prospecter par téléphone et prendre rendez-vous	22 h
8	Prospecter en face à face et tenir un stand	22 h
9	Prospection digitale et multicanale	22 h
10	Analyser ses performances commerciales et en rendre compte	22 h
RNCP37717BC02 · Accompagner le client et lui proposer des produits et des services		**220 h**
11	Représenter l'entreprise et valoriser son image	22 h
12	Créer son profil professionnel et assurer sa présence sur les réseaux sociaux	22 h
13	Social selling : concevoir du contenu et animer une communauté	22 h
14	Concevoir des supports de présentation commerciale	22 h
15	Préparer l'entretien de vente	22 h
16	Découvrir et analyser les besoins du client	22 h
17	Argumenter en expert-conseil et traiter les objections	22 h
18	Négocier et conclure la vente	22 h
19	Assurer le suivi des ventes et traiter les réclamations	22 h
20	Fidéliser et consolider l'expérience client	22 h
Total du parcours		**440 h**

Répartition des modalités pédagogiques

Chaque sous-chapitre s'ouvre sur une vidéo de 3 à 5 minutes. La vidéo représente 30 % du volume horaire, complétée par du cours texte enrichi, des infographies, des études de cas, des mises en situation et des QCM.



- Vidéos : 132 h
- Cours texte et infographies : 138 h 30
- Études de cas et mises en situation : 108 h
- QCM et évaluations : 61 h 30

04 · PROGRAMME DÉTAILLÉ

Contenu des cours

RNCP37717BC01 · 220 h

Prospecter un secteur de vente

Cours 1 · Le métier de conseiller commercial et son environnement

22 h

OBJECTIFS

- Situer le rôle, les missions et les interlocuteurs du conseiller commercial dans l'entreprise
- Identifier le cadre de la politique commerciale, des procédures internes et des limites de sa responsabilité

ÉVALUATION FORMATIVE

QCM de connaissances et carte mentale de l'organisation commerciale à compléter

CONTENUS

- Missions, activités et niveaux d'autonomie du conseiller commercial
- Environnement de l'entreprise : organisation, services, relation avec le manageur et le marketing
- Vente B2B et B2C : spécificités des cibles particuliers et professionnels
- Politique commerciale, conditions générales de vente et procédures internes
- Conditions d'exercice : déplacements, travail sur écran, prévention des risques et sécurité routière
- Éco-responsabilité et sobriété numérique dans l'activité commerciale
- Présentation des épreuves du titre professionnel et du parcours

Fil rouge · Pour son premier jour chez Verdane Confort, Inès rencontre Karim Belhadj et les services techniques ; elle cartographie ses interlocuteurs internes et les règles commerciales qu'elle devra respecter.

Cours 2 · Construire et exploiter sa veille professionnelle et commerciale

22 h

OBJECTIFS

- Mettre en place un dispositif de veille structuré sur le marché, la concurrence, la réglementation et les avis clients
- Analyser et diffuser les informations collectées pour adapter sa stratégie de vente

ÉVALUATION FORMATIVE

Étude de cas : production d'une grille d'analyse concurrentielle et d'une note de veille

CONTENUS

- Les axes de veille : marché, concurrence, comportements d'achat, réglementation, technologie
- Sources d'information fiables et outils de collecte (alertes, flux, presse spécialisée, salons)
- Exploitation des avis clients et de l'e-réputation
- Analyse concurrentielle : grille de comparaison et positionnement
- Organisation et sobriété numérique de la veille
- Synthèse et partage des informations avec l'équipe et le marketing

Fil rouge · Inès met en place sa veille sur les aides à la rénovation énergétique et sur deux concurrents locaux, puis présente une fiche de synthèse lors de la réunion d'équipe du lundi.

Cours 3 · Maîtriser son offre : produits, services et fiches techniques

22 h

OBJECTIFS

- Actualiser ses connaissances sur les produits et services de l'entreprise
- Concevoir des fiches techniques de produits ou de services exploitables en entretien

ÉVALUATION FORMATIVE

Production de fiches techniques corrigées selon une grille critériée

CONTENUS

- Analyse d'une gamme : caractéristiques, avantages, bénéfices clients
- Positionnement prix et comparaison avec l'offre concurrente
- Services associés : installation, garantie, contrat d'entretien, financement
- Structure et rédaction d'une fiche technique produit ou service
- Mise en forme et accessibilité des fiches
- Mise à jour des connaissances produits et formation continue

Fil rouge · Karim confie à Inès la réalisation de cinq fiches techniques sur les solutions phares de Verdane Confort (pompe à chaleur, panneaux photovoltaïques, isolation des combles, contrat d'entretien, offre de financement).

Cours 4 · Comprendre et décliner le plan d'actions commerciales

22 h

OBJECTIFS

- Analyser le plan d'actions commerciales de l'entreprise et ses objectifs
- Traduire les objectifs en actions de prospection planifiées et mesurables

ÉVALUATION FORMATIVE

Exercice pratique : construction d'un plan de prospection à partir d'un PAC fourni

CONTENUS

- Structure d'un plan d'actions commerciales (PAC) : objectifs, cibles, actions, moyens
- Objectifs quantitatifs et qualitatifs : construction d'objectifs SMART
- Segmentation et ciblage du secteur de vente
- Déclinaison du PAC en plan de prospection individuel
- Choix des actions et des canaux selon la cible
- Indicateurs de suivi associés aux actions

Fil rouge · Inès reçoit le PAC annuel de Verdane Confort et doit en tirer son plan de prospection trimestriel pour le secteur rural de Vendée.

Cours 5 · Organiser son activité, son secteur et ses déplacements

22 h

OBJECTIFS

- Organiser son temps et ses priorités commerciales
- Optimiser ses tournées en intégrant les contraintes économiques et environnementales

ÉVALUATION FORMATIVE

Étude de cas : planning hebdomadaire et plan de tournée argumentés

CONTENUS

- Gestion du temps et planification hebdomadaire
- Découpage du secteur géographique et planification des tournées
- Optimisation des déplacements : coûts, temps, impact environnemental
- Utilisation d'un agenda partagé et d'un CRM
- Alternance terrain, télévente et rendez-vous à distance
- Sécurité routière, ergonomie et équilibre de l'activité

Fil rouge · Inès doit organiser une semaine type couvrant quinze communes, en limitant les kilomètres parcourus et en réservant des créneaux de prospection téléphonique.

Cours 6 · Préparer la prospection : fichier, ciblage et outils

22 h

OBJECTIFS

- Constituer et qualifier un fichier de prospects conforme à la réglementation
- Préparer les supports et scripts de prospection adaptés à la cible

ÉVALUATION FORMATIVE

Exercice sur CRM pédagogique et QCM réglementaire

CONTENUS

- Sources de fichiers et qualification des données
- Protection des données personnelles et règles de prospection commerciale
- Utilisation du CRM : saisie, segmentation, historique
- Choix du canal selon le profil du prospect
- Rédaction d'un script et d'un guide d'entretien
- Préparation de la fiche client

Fil rouge · Inès qualifie un fichier de 300 artisans et commerçants transmis par le marketing et élabore son guide d'appel.

Cours 7 · Prospecter par téléphone et prendre rendez-vous

22 h

OBJECTIFS

- Conduire un appel de prospection structuré jusqu'à la prise de rendez-vous
- Traiter les barrages et objections au téléphone

ÉVALUATION FORMATIVE

Jeu de rôle téléphonique enregistré et grille d'auto-évaluation

CONTENUS

- Spécificités de la communication téléphonique : voix, rythme, sourire
- Structure d'un appel sortant : accroche, présentation, motif, rendez-vous
- Passer les barrages et identifier le décideur
- Objections courantes en prise de rendez-vous
- Confirmation du rendez-vous et saisie dans le CRM
- Rappel d'un prospect rencontré sur un salon

Fil rouge · Inès rappelle les visiteurs rencontrés sur le stand Verdane Confort pour fixer des rendez-vous de diagnostic à domicile ou en boutique.

Cours 8 · Prospecter en face à face et tenir un stand

22 h

OBJECTIFS

- Aborder un prospect sur un stand ou en porte-à-porte et susciter son intérêt
- Recueillir les informations nécessaires à un entretien de vente et renseigner la fiche client

ÉVALUATION FORMATIVE

Mise en situation de stand reconstitué de 20 minutes, suivie d'une prise de rendez-vous téléphonique de 5 minutes

CONTENUS

- Préparer et animer un stand lors d'une manifestation commerciale
- Prise de contact et première impression
- Présentation synthétique des produits et services
- Questionnement de découverte et recueil d'informations
- Renseigner la fiche client
- Accueil et adaptation face à une situation de handicap
- Conclure l'échange par une proposition de rendez-vous

Fil rouge · Inès tient le stand de Verdane Confort au salon de l'habitat de La Roche-sur-Yon et doit qualifier un maximum de prospects en remplissant leur fiche client.

Cours 9 · Prospection digitale et multicanale

22 h

OBJECTIFS

- Mettre en œuvre des actions de prospection par e-mail, messagerie et réseaux professionnels
- Articuler les canaux numériques et physiques dans une démarche cohérente

ÉVALUATION FORMATIVE

Production d'une séquence de prospection multicanale évaluée sur grille

CONTENUS

- Panorama des canaux de prospection numérique
- Rédaction d'un e-mail de prospection et d'une séquence de relance
- Prospection sur les réseaux professionnels
- Rendez-vous en visioconférence : préparation et conduite
- Stratégie multicanale et parcours prospect
- Mesure de l'efficacité des actions digitales
- Sobriété numérique dans les campagnes

Fil rouge · Inès lance une séquence de prospection numérique auprès de boulangers et de garagistes de son secteur pour présenter les solutions photovoltaïques professionnelles.

Cours 10 · Analyser ses performances commerciales et en rendre compte

22 h

OBJECTIFS

- Renseigner et analyser un tableau de bord commercial pour identifier les écarts
- Proposer un plan d'actions correctives et rédiger une note de synthèse destinée au manageur

ÉVALUATION FORMATIVE

Cas pratique chronométré : tableau de bord, plan d'actions, entretien avec un manageur simulé et note de synthèse

CONTENUS

- Indicateurs commerciaux : chiffre d'affaires, marge, taux de transformation, panier moyen
- Construction et renseignement d'un tableau de bord
- Calculs commerciaux : écarts, pourcentages, ratios
- Analyse des causes d'écarts
- Élaboration d'un plan d'actions correctives
- Rédaction d'une note de synthèse
- Compte rendu oral au supérieur hiérarchique

Fil rouge · À la fin de son premier trimestre, Inès analyse son tableau de bord, explique à Karim pourquoi ses ventes de contrats d'entretien sont en retrait et lui remet une note de synthèse.

RNCP37717BC02 · 220 h

Accompagner le client et lui proposer des produits et des services

Cours 11 · Représenter l'entreprise et valoriser son image

22 h

OBJECTIFS

- Adopter une posture et une communication conformes aux valeurs de l'entreprise
- Présenter positivement les produits, services et solutions sur tous les canaux

ÉVALUATION FORMATIVE

Étude de cas vidéo et QCM sur la communication de marque

CONTENUS

- Identité, valeurs et image de marque de l'entreprise
- Posture professionnelle, présentation et communication non verbale
- Cohérence du discours sur les canaux physiques et numériques
- Communication éco-responsable et allégations environnementales
- Représenter l'entreprise lors d'événements et de manifestations
- Gérer une situation délicate pour l'image de l'entreprise

Fil rouge · Inès représente Verdane Confort lors d'une réunion d'information organisée en mairie sur la rénovation énergétique, face à des habitants parfois méfiants.

Cours 12 · Créer son profil professionnel et assurer sa présence sur les réseaux sociaux

22 h

OBJECTIFS

- Créer un profil professionnel en accord avec les consignes et les valeurs de l'entreprise
- Assurer une présence régulière et maîtrisée sur les réseaux sociaux

ÉVALUATION FORMATIVE

Production d'un profil professionnel évalué sur grille de conformité

CONTENUS

- Panorama des réseaux sociaux professionnels et grand public
- Charte d'utilisation des réseaux sociaux de l'entreprise
- Construction d'un profil professionnel attractif
- Développement et qualification de son réseau
- E-réputation personnelle et professionnelle
- Droit à l'image, propriété intellectuelle et données personnelles

Fil rouge · En suivant la charte de Verdane Confort, Inès refond son profil professionnel et identifie les communautés locales d'artisans et de propriétaires à rejoindre.

Cours 13 · Social selling : concevoir du contenu et animer une communauté

22 h

OBJECTIFS

- Concevoir et publier du contenu commercial adapté à la cible
- Mettre en œuvre les techniques du social selling dans le cadre de la stratégie de l'entreprise

ÉVALUATION FORMATIVE

Création d'un mini-calendrier éditorial et de trois publications commentées

CONTENUS

- Principes et étapes du social selling
- Ligne éditoriale et calendrier de publication
- Rédaction de publications commerciales et visuels simples
- Animation de communauté : interactions, réponses, modération
- Transformer une interaction en opportunité commerciale
- Mesure de l'audience et de l'engagement
- Accessibilité des contenus publiés

Fil rouge · Inès publie un témoignage client sur une installation de pompe à chaleur et répond aux commentaires, dont un avis négatif qu'elle doit traiter avec tact.

Cours 14 · Concevoir des supports de présentation commerciale

22 h

OBJECTIFS

- Concevoir un diaporama commercial clair, structuré et accessible
- Présenter oralement un support et répondre aux questions d'un auditoire

ÉVALUATION FORMATIVE

Présentation orale filmée d'un diaporama suivie d'un questionnement

CONTENUS

- Choisir le support adapté à l'objectif et à l'auditoire
- Structurer un diaporama : message, plan, séquençage
- Règles de mise en page, lisibilité et accessibilité
- Intégrer données, visuels et preuves
- Techniques de présentation orale et gestion du temps
- Répondre aux questions et aux objections d'un jury ou d'un client

Fil rouge · Inès prépare un diaporama présentant son action de prospection et l'offre de Verdane Confort à destination des petits commerces, qu'elle présente à Karim et à la direction.

Cours 15 · Préparer l'entretien de vente

22 h

OBJECTIFS

- Préparer un entretien de vente en tenant compte du profil et de l'historique du prospect ou client
- Intégrer les conditions générales de vente et le cadre juridique de la vente

ÉVALUATION FORMATIVE

Fiche de préparation d'entretien évaluée et QCM juridique

CONTENUS

- Les étapes de l'entretien de vente
- Exploitation de la fiche client et du CRM
- Fixer ses objectifs d'entretien : principal et de repli
- Conditions générales de vente, devis, droit de rétractation et vente hors établissement
- Anticiper les besoins liés à une situation de handicap
- Préparer ses outils d'aide à la vente

Fil rouge · Inès prépare un rendez-vous chez un couple de retraités, dont l'un est malentendant, intéressé par le remplacement de sa chaudière fioul.

Cours 16 · Découvrir et analyser les besoins du client

22 h

OBJECTIFS

- Identifier le niveau d'information, les besoins, les motivations et les freins du client
- Reformuler les besoins pour valider la compréhension mutuelle

ÉVALUATION FORMATIVE

Jeu de rôle de découverte filmé et débriefing sur grille

CONTENUS

- Prise de contact et instauration de la confiance
- Techniques de questionnement
- Écoute active et reformulation
- Motivations d'achat et profils de clients
- Besoins explicites et implicites, particuliers et professionnels
- Communication adaptée aux situations de handicap
- Compléter la fiche client

Fil rouge · Chez un gérant de supérette, Inès conduit une découverte approfondie pour comprendre ses consommations, ses contraintes budgétaires et ses projets.

Cours 17 · Argumenter en expert-conseil et traiter les objections

22 h

OBJECTIFS

- Construire une argumentation personnalisée à partir des besoins identifiés
- Traiter les objections avec méthode

ÉVALUATION FORMATIVE

Jeu de rôle d'argumentation et banque d'objections à traiter par écrit

CONTENUS

- Posture d'expert-conseil
- Construction d'un argumentaire caractéristiques, avantages, preuves
- Personnalisation selon les motivations du client
- Présentation de la solution et démonstration
- Typologie des objections et techniques de traitement
- Présentation du prix et de la valeur

Fil rouge · Inès présente une solution photovoltaïque au gérant de la supérette, qui juge l'investissement trop élevé et doute du retour sur investissement.

Cours 18 · Négocier et conclure la vente

22 h

OBJECTIFS

- Négocier les conditions de vente dans les limites fixées par l'entreprise
- Repérer les signaux d'achat et conclure la vente

ÉVALUATION FORMATIVE

Entretien de vente complet de 20 minutes en face à face avec fiche client complétée

CONTENUS

- Principes de la négociation commerciale
- Marges de manœuvre, contreparties et respect de la politique commerciale
- Signaux d'achat et techniques de conclusion
- Vente additionnelle et services complémentaires
- Formalisation : devis, bon de commande, contrat
- Prise de congé et consolidation de la relation
- Conduite d'un entretien de vente complet

Fil rouge · Le couple de retraités hésite entre deux offres ; Inès négocie l'inclusion d'un contrat d'entretien sans sortir des remises autorisées par Karim, puis conclut.

Cours 19 · Assurer le suivi des ventes et traiter les réclamations

22 h

OBJECTIFS

- Assurer le suivi administratif et commercial des ventes jusqu'à la satisfaction du client
- Traiter une réclamation ou un litige en jouant un rôle d'interface avec les services compétents

ÉVALUATION FORMATIVE

Mise en situation de traitement de réclamation de 15 minutes avec fiche client complétée

CONTENUS

- Suivi de commande, de livraison et d'installation
- Relances clients et suivi des encaissements
- Accueil et écoute d'une réclamation
- Méthode de traitement d'un litige et recherche de solution satisfaisante
- Rôle d'interface et transmission aux services compétents
- Limites de responsabilité et respect des engagements réciproques
- Traçabilité dans le CRM

Fil rouge · Un client professionnel contacte Inès car l'installation de ses panneaux a pris trois semaines de retard ; elle le reçoit, coordonne avec le service technique et propose une solution.

Cours 20 · Fidéliser et consolider l'expérience client

22 h

OBJECTIFS

- Analyser l'historique d'achat pour anticiper les besoins et proposer des offres personnalisées
- Construire un plan de fidélisation par le canal approprié

ÉVALUATION FORMATIVE

Plan de fidélisation écrit et épreuve blanche couvrant le bloc 2

CONTENUS

- Enjeux de la fidélisation et parcours client
- Analyse du portefeuille et segmentation des clients
- Exploitation de l'historique d'achat et anticipation des besoins
- Offres personnalisées et ventes complémentaires
- Maintien du contact : canaux et fréquence
- Mesure de la satisfaction et gestion des avis clients
- Préparation finale aux épreuves du titre professionnel

Fil rouge · Inès analyse les clients historiques de Verdane Confort équipés depuis plus de cinq ans et construit une campagne de contrats d'entretien et de modernisation personnalisée.

05 · CONFORMITÉ AU RÉFÉRENTIEL

Couverture des compétences

Correspondance entre les compétences du référentiel France Compétences et les cours du parcours.

Compétence	Bloc	Cours
Assurer une veille professionnelle et commerciale	RNCP37717BC01	1, 2, 3
Mettre en œuvre un plan d'actions commerciales et organiser son activité	RNCP37717BC01	1, 4, 5, 6
Mettre en œuvre la démarche de prospection	RNCP37717BC01	6, 7, 8, 9
Analyser ses performances commerciales et en rendre compte	RNCP37717BC01	4, 10
Représenter l'entreprise et contribuer à la valorisation de son image	RNCP37717BC02	11, 12, 13, 14
Conseiller le client en conduisant l'entretien de vente	RNCP37717BC02	15, 16, 17, 18
Assurer le suivi de ses ventes	RNCP37717BC02	18, 19
Fidéliser en consolidant l'expérience client	RNCP37717BC02	19, 20

Évaluations formatives

Chaque cours comporte des évaluations formatives régulières : QCM de fin de sous-chapitre pour vérifier l'acquisition des connaissances, études de cas tirées du fil rouge Verdane Confort, productions écrites (fiches techniques, plans de prospection, notes de synthèse, plans de fidélisation) corrigées à l'aide de grilles critériées, et jeux de rôle (téléphone, stand, entretien de vente, réclamation) pouvant être filmés et débriefés avec le formateur de l'organisme de formation. Ces évaluations permettent à l'apprenant de mesurer sa progression et au formateur d'individualiser l'accompagnement.

Modalités de certification

Bloc	Modalité d'évaluation
RNCP37717BC01	Épreuve d'une durée totale de 3 h. Mise en situation professionnelle (1 h 10) : le candidat choisit l'un des deux contextes d'entreprise proposés, en prend connaissance pendant 45 minutes hors présence du jury, tient pendant 20 minutes un stand lors d'une manifestation commerciale reconstituée face à un membre du jury jouant un prospect (présentation de l'offre, découverte des besoins, renseignement de la fiche client), puis contacte ce prospect par téléphone pendant 5 minutes pour prendre rendez-vous. Entretien technique (50 min) : 5 minutes de questionnement sur la prestation, 15 minutes pour renseigner et analyser un tableau de bord et préparer un plan d'actions, 15 minutes d'échange avec un membre du jury jouant le supérieur hiérarchique, puis 15 minutes de rédaction d'une note de synthèse remise au jury. Questionnement à partir de productions (1 h) : à partir d'un diaporama et de cinq fiches techniques de produits ou de services réalisés en amont, le candidat présente son diaporama pendant 25 minutes, est questionné pendant 25 minutes sur cette présentation puis pendant 10 minutes sur l'une des fiches techniques.
RNCP37717BC02	Épreuve d'une durée totale de 2 h 10. Mise en situation professionnelle (1 h 40) : le candidat choisit l'un des deux contextes d'entreprise proposés et en prend connaissance pendant 45 minutes sous surveillance, hors présence du jury ; il tient ensuite pendant 20 minutes un stand lors d'une manifestation commerciale reconstituée et renseigne la fiche client, conduit pendant 20 minutes un entretien de vente en face à face en complétant la fiche client, puis traite pendant 15 minutes une réclamation lors d'un entretien de suivi clientèle en face à face et remet la fiche client complétée au jury. Entretien technique (10 min) : questionnement sur la prestation et sur la prise en compte d'éventuelles situations de handicap. Questionnement à partir de productions (20 min) : à partir d'un diaporama conçu en amont, le candidat le présente pendant 10 minutes puis est questionné pendant 10 minutes.

Le parcours reproduit la structure des épreuves officielles. Les cours 8 et 7 entraînent à la tenue de stand et à la prise de rendez-vous téléphonique, le cours 10 au renseignement d'un tableau de bord, à l'échange avec un manageur et à la rédaction d'une note de synthèse en temps limité, le cours 3 à la conception des cinq fiches techniques et le cours 14 à la réalisation et à la soutenance d'un diaporama. Pour le bloc 2, les cours 16 à 18 préparent à l'entretien de vente de 20 minutes, le cours 19 au traitement de réclamation de 15 minutes, et la prise en compte des situations de handicap est travaillée dans les cours 8, 15 et 16 en vue de l'entretien technique. Des épreuves blanches chronométrées, fondées sur des contextes d'entreprise variés, clôturent chaque bloc. L'organisme de formation reste seul responsable de l'inscription des candidats et de l'organisation de la session de certification.

06 · MOYENS ET PERSPECTIVES

Moyens pédagogiques et débouchés

Moyens pédagogiques et techniques

- Plateforme e-learning accessible 24 h/24 sur ordinateur, tablette et smartphone, déployable en marque blanche aux couleurs de l'organisme de formation
- Une vidéo de 3 à 5 minutes par sous-chapitre, représentant 30 % du volume horaire de chaque cours
- Cours texte enrichis, infographies et fiches mémo téléchargeables pour 70 % du volume horaire, avec études de cas, mises en situation et QCM
- Fil rouge Verdane Confort décliné dans chaque cours : contextes d'entreprise, fichiers prospects, tableaux de bord et catalogue de solutions exploitables
- Modèles et outils professionnels : fiche client, trame de fiche technique, plan de prospection, tableau de bord, note de synthèse, plan de fidélisation
- Grilles d'évaluation critériées et scénarios de jeux de rôle prêts à l'emploi pour les formateurs de l'organisme de formation
- Épreuves blanches chronométrées calquées sur les modalités de certification de chaque bloc

Débouchés et évolutions

- Conseiller commercial
- Attaché commercial
- Commercial
- Prospecteur commercial
- Délégué commercial

Accessibilité

Contenus sous-titrés en français, contrastes conformes WCAG AA, navigation au clavier sur les écrans interactifs. L'organisme de formation qui diffuse le parcours adapte les modalités d'accompagnement aux personnes en situation de handicap avec son référent handicap.

Livrables fournis à l'organisme de formation

- Package SCORM 1.2 / 2004 et xAPI, compatible avec les principaux LMS
- Sources éditables des cours, scripts vidéo et banques de QCM
- Livret apprenant et grilles d'évaluation
- Licence marque blanche à vie, stagiaires illimités, maintenance 24 mois

School For Mate
On crée vos formations, vous n'avez plus qu'à les diffuser.
contact@schoolformate.com · catalogue-2026-sfm.netlify.app

Référentiel RNCP37717 consulté sur francecompetences.fr (export officiel du 4 novembre 2026). La délivrance de la certification relève exclusivement du certificateur et de l'organisme de formation habilité. Document non contractuel, susceptible d'évoluer avec le référentiel.