SCHOOL FOR MATE



LIVRET PÉDAGOGIQUE

TP Négociateur technico-commercial

RNCP39063 · Titre professionnel · Niveau 5

Ce parcours certifiant de 550 heures prépare au Titre professionnel Négociateur technico-commercial (RNCP39063, niveau 5) en couvrant intégralement ses deux blocs de compétences, de la stratégie de prospection jusqu'à la fidélisation des entreprises clientes. Construit autour d'un fil rouge en entreprise industrielle, il alterne vidéos, cours enrichis, études de cas et mises en situation calquées sur les épreuves officielles.

VOLUME HORAIRE	COURS	BLOCS
550 h	25	2

01 · PRÉSENTATION

La formation en bref

Intitulé	TP Négociateur technico-commercial
Code	RNCP39063
Type	Titre professionnel
Niveau	Niveau 5
Certificateur	MINISTERE DU TRAVAIL DU PLEIN EMPLOI ET DE L' INSERTION
Durée	550 h, 25 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	10/06/2029

Le métier et les compétences visées

Le négociateur technico-commercial développe et fidélise un portefeuille d'entreprises clientes en leur proposant des solutions techniques adaptées à leurs besoins. Il assure une veille continue sur les marchés, la concurrence, la réglementation et les processus d'investissement des entreprises. Il construit des personas, prospecte un secteur défini par les canaux appropriés et pilote son activité à l'aide d'indicateurs de performance. Il conçoit des propositions techniques et commerciales réalisables, rentables et compatibles avec les enjeux de transition écologique, en tenant compte d'éventuelles situations de handicap. En posture d'expert-conseil, il négocie, conclut, assure le suivi de la mise en œuvre et rend compte à sa hiérarchie, tout en représentant l'image de son entreprise.

Public visé

- Commerciaux, assistants commerciaux ou technico-commerciaux souhaitant valider leurs compétences par un titre professionnel de niveau 5
- Techniciens et professionnels de terrain (industrie, BTP, maintenance, informatique) désirant évoluer vers la fonction commerciale B2B
- Demandeurs d'emploi en reconversion vers les métiers de la vente aux entreprises
- Alternants en contrat d'apprentissage ou de professionnalisation dans un poste commercial B2B
- Salariés en mobilité interne vers un poste de chargé d'affaires ou de commercial grands comptes

Prérequis

- Le référentiel ne fixe pas de prérequis réglementaire : un niveau de fin d'études secondaires (niveau 4) ou une expérience professionnelle équivalente est recommandé
- Maîtrise des outils bureautiques courants (traitement de texte, tableur, logiciel de présentation) et aisance avec la navigation web
- Aisance relationnelle, goût pour la communication orale et intérêt pour les produits ou services techniques
- Bases d'anglais permettant de progresser vers un usage professionnel (le référentiel mentionne un niveau B2 selon le contexte de l'entreprise)

Objectifs pédagogiques

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

- Organiser une veille commerciale, concurrentielle, technologique et réglementaire et en exploiter les résultats
- Analyser un marché et le positionnement d'une offre à l'aide d'outils de diagnostic (SWOT, PESTEL, analyse concurrentielle)
- Segmenter un secteur, construire des personas et concevoir un plan d'actions commerciales chiffré
- Prospecter un secteur par les canaux adaptés, notamment par téléphone, et obtenir un rendez-vous avec le bon décideur
- Renseigner et analyser un tableau de bord commercial, identifier les écarts et proposer des actions correctives à la hiérarchie

- Concevoir une proposition technique et commerciale réalisable, rentable et compatible avec les enjeux de transition écologique
- Construire un argumentaire, anticiper les objections et négocier une solution jusqu'à la conclusion
- Adapter sa présentation et ses moyens de communication aux situations de handicap éventuelles des interlocuteurs
- Réaliser le bilan de son activité, rendre compte par écrit et à l'oral, et ajuster ses actions commerciales
- Optimiser la gestion de la relation client pour fidéliser les entreprises et actualiser les personas

02 · FIL ROUGE PÉDAGOGIQUE

Thermavia Solutions

CF

Camille Ferrand

Négociatrice technico-commerciale nouvellement recrutée sur le secteur Rhône et Loire

Conception, fabrication et installation de systèmes de traitement d'air et de récupération d'énergie pour sites industriels et tertiaires

Thermavia Solutions est une PME lyonnaise de 140 salariés qui conçoit des centrales de traitement d'air, des récupérateurs de chaleur et des contrats de maintenance pour des usines agroalimentaires, des plateformes logistiques et des bâtiments tertiaires. Face à de nouveaux concurrents et à l'évolution des obligations de réduction des consommations énergétiques des bâtiments, la direction commerciale veut conquérir un nouveau segment : les sites industriels de taille moyenne. Camille Ferrand, ancienne technicienne de maintenance, rejoint l'équipe de Julien Marchetti, directeur commercial. Elle hérite d'un secteur géographique peu exploité, d'un portefeuille de clients historiques à relancer et d'objectifs ambitieux. Elle doit structurer sa veille, bâtir sa stratégie de prospection, concevoir des offres sur mesure, négocier avec des acheteurs exigeants et fidéliser ses premiers clients, tout en rendant compte régulièrement de ses résultats.

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

La progression

1. Bloc 1, étape 1 : Camille découvre Thermavia Solutions, met en place sa veille et réalise le diagnostic du marché des sites industriels de son secteur.
2. Bloc 1, étape 2 : elle segmente son secteur, crée les personas des responsables maintenance et directeurs de site, puis construit son plan d'actions commerciales validé par Julien Marchetti.
3. Bloc 1, étape 3 : elle prospecte par téléphone et sur les réseaux professionnels, suit son tableau de bord trimestriel et présente ses actions correctives en réunion commerciale.
4. Bloc 2, étape 1 : face à la Fromagerie des Monts du Lyonnais, prospect stratégique, elle analyse le besoin technique et conçoit une proposition intégrant performance énergétique et accessibilité.
5. Bloc 2, étape 2 : elle négocie avec le directeur de site et l'acheteuse du groupe, lève les objections et conclut la vente.
6. Bloc 2, étape 3 : elle suit l'installation, mesure la satisfaction, actualise ses personas et présente son bilan annuel ainsi qu'un plan de fidélisation des comptes clés.

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
RNCP39063BC01 · Élaborer une stratégie de prospection et la mettre en œuvre		**264 h**
1	Le métier de négociateur technico-commercial et l'environnement B2B	22 h
2	Organiser et outiller sa veille commerciale	22 h
3	Analyser le marché, la concurrence et le positionnement de l'offre	22 h
4	Comprendre les processus d'achat et le cadre réglementaire des clients	22 h
5	Segmenter le marché et construire les personas	22 h
6	Concevoir le plan d'actions commerciales	22 h
7	Organiser son activité et son secteur	22 h
8	Prospecter par les canaux numériques et le réseau	22 h
9	Prospecter par téléphone et obtenir le rendez-vous	22 h
10	Construire et renseigner un tableau de bord commercial	22 h
11	Analyser ses performances et élaborer des actions correctives	22 h
12	Présenter ses analyses et ses actions à la hiérarchie	22 h
RNCP39063BC02 · Négocier une solution technique et commerciale et consolider l'expérience client		**286 h**
13	Représenter l'entreprise et valoriser son image	22 h
14	Communication professionnelle et relationnelle en contexte B2B	22 h
15	Découvrir et analyser le besoin technique du prospect	22 h
16	Concevoir une solution technique adaptée et responsable	22 h
17	Chiffrer la proposition et garantir sa rentabilité	22 h
18	Rédiger la proposition technique et commerciale	22 h
19	Construire l'argumentaire et anticiper les objections	22 h
20	Conduire l'entretien de négociation en posture d'expert-conseil	22 h
21	Négocier les conditions et conclure la vente	22 h
22	Réaliser le bilan, ajuster son activité et rendre compte	22 h
23	Suivre la mise en œuvre de la solution et mesurer la satisfaction	22 h
24	Optimiser la gestion de la relation client	22 h
25	Préparation intégrée aux épreuves du bloc 2	22 h
Total du parcours		**550 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 : 165 h
- Cours texte et infographies : 173 h
- Études de cas et mises en situation : 135 h
- QCM et évaluations : 77 h

04 · PROGRAMME DÉTAILLÉ

Contenu des cours

RNCP39063BC01 · 264 h

Élaborer une stratégie de prospection et la mettre en œuvre

Cours 1 · Le métier de négociateur technico-commercial et l'environnement B2B

22 h

OBJECTIFS

- Situer les missions, responsabilités et interlocuteurs du négociateur technico-commercial
- Comprendre les spécificités de la vente de solutions techniques aux entreprises

ÉVALUATION FORMATIVE

QCM de positionnement et cartographie commentée des interlocuteurs internes et externes

CONTENUS

- Missions et activités du négociateur technico-commercial selon le référentiel
- Spécificités de la vente B2B : cycle long, centre d'achat, enjeux techniques
- Politique commerciale et stratégie d'entreprise : cadre d'action du commercial
- Collaboration avec les services internes (bureau d'études, ADV, SAV, marketing)
- Conditions d'exercice : mobilité, télétravail, gestion des priorités et du travail sur écran
- Présentation du parcours, des épreuves du titre et du fil rouge

Fil rouge · Lors de sa première semaine chez Thermavia Solutions, Camille réalise une cartographie des services internes et des interlocuteurs avec lesquels elle travaillera, à partir d'entretiens avec ses collègues.

Cours 2 · Organiser et outiller sa veille commerciale

22 h

OBJECTIFS

- Définir un dispositif de veille commerciale, concurrentielle, technologique et réglementaire
- Collecter, trier et diffuser l'information utile à l'action commerciale

ÉVALUATION FORMATIVE

Production d'un plan de veille et d'une note de synthèse corrigés selon une grille critériée

CONTENUS

- Les types de veille : commerciale, concurrentielle, technologique, réglementaire, sociétale
- Identifier les sources fiables : presse spécialisée, salons, bases de données, réseaux professionnels
- Outils de veille : alertes, agrégateurs, tableaux de suivi, CRM
- Fiabilité des sources et protection des données (RGPD)
- Synthétiser et diffuser une note de veille à l'équipe et à la hiérarchie
- Veille en anglais : exploiter des sources internationales

Fil rouge · Camille construit le plan de veille de son secteur et rédige pour Julien Marchetti sa première note de veille sur les nouveaux équipements de récupération de chaleur proposés par les concurrents.

Cours 3 · Analyser le marché, la concurrence et le positionnement de l'offre

22 h

OBJECTIFS

- Réaliser un diagnostic de marché à l'aide des outils SWOT et PESTEL
- Positionner les produits et services de l'entreprise par rapport à la concurrence

ÉVALUATION FORMATIVE

Étude de cas : analyse d'une matrice SWOT fournie et présentation orale enregistrée des suggestions, sur le modèle de l'entretien technique

CONTENUS

- Structure d'un marché B2B : acteurs, tendances, évolutions de l'offre
- Analyse PESTEL appliquée à un secteur technique
- Construire et interpréter une matrice SWOT
- Benchmark concurrentiel : grille de comparaison des offres
- Cartographie de positionnement et avantages concurrentiels
- Transformer un diagnostic en recommandations commerciales

Fil rouge · À partir des données de veille, Camille élabore la matrice SWOT de Thermavia Solutions sur le segment des sites industriels de taille moyenne et formule trois recommandations.

Cours 4 · Comprendre les processus d'achat et le cadre réglementaire des clients

22 h

OBJECTIFS

- Analyser les processus d'investissement et de décision des entreprises prospects
- Intégrer les évolutions réglementaires dans l'approche commerciale

ÉVALUATION FORMATIVE

Quiz et cartographie d'un centre d'achat à partir d'une étude de cas

CONTENUS

- Le centre d'achat : prescripteurs, utilisateurs, acheteurs, décideurs
- Processus d'investissement : budget, appel d'offres, validation interne
- Achats responsables et critères environnementaux des acheteurs
- Veille réglementaire : obligations énergétiques, normes sectorielles, accessibilité
- Bases du droit commercial utiles au commercial : contrat, conditions générales de vente
- Repérer les opportunités créées par les changements réglementaires

Fil rouge · Camille reconstitue le processus de décision d'un client historique qui a investi dans une centrale de traitement d'air et identifie les obligations réglementaires qui pourraient pousser ses prospects à investir.

Cours 5 · Segmenter le marché et construire les personas

22 h

OBJECTIFS

- Segmenter un secteur et cibler les entreprises prioritaires
- Construire les personas de chaque segment à partir des données recueillies

ÉVALUATION FORMATIVE

Production de deux personas et d'un fichier de prospection qualifié, évalués par grille

CONTENUS

- Critères de segmentation B2B : taille, activité, localisation, potentiel
- Recueillir les données sur les attentes et besoins des entreprises
- Méthode de construction d'un persona B2B
- Profil idéal de client et scoring des comptes
- Constituer et qualifier un fichier de prospection
- Personnaliser l'approche de prospection selon le persona

Fil rouge · Camille segmente son secteur en trois cibles et crée les personas du responsable maintenance d'une usine agroalimentaire et du directeur d'une plateforme logistique.

Cours 6 · Concevoir le plan d'actions commerciales

22 h

OBJECTIFS

- Traduire les objectifs commerciaux en plan d'actions chiffré et planifié
- Contribuer à l'élaboration du plan commercial de l'entreprise

ÉVALUATION FORMATIVE

Rédaction d'un plan d'actions commerciales chiffré, corrigé selon une grille d'évaluation

CONTENUS

- Du plan commercial au plan d'actions commerciales (PAC)
- Fixer des objectifs SMART : chiffre d'affaires, marge, nombre de rendez-vous
- Choisir les actions : prospection, salons, webinaires, relances, opérations ciblées
- Budgéter et planifier les actions
- Définir les indicateurs de suivi de chaque action
- Présenter et faire valider son PAC par la hiérarchie

Fil rouge · Camille construit le plan d'actions commerciales semestriel de son secteur pour conquérir les sites industriels de taille moyenne et le soumet à Julien Marchetti.

Cours 7 · Organiser son activité et son secteur

22 h

OBJECTIFS

- Planifier son activité et optimiser l'organisation de son secteur
- Utiliser un CRM pour piloter sa prospection

ÉVALUATION FORMATIVE

Exercice pratique de planification et de mise à jour d'un pipeline dans un CRM de démonstration

CONTENUS

- Gestion du temps et des priorités du commercial terrain
- Organisation des tournées et optimisation des déplacements
- Paramétrage et usage quotidien d'un CRM
- Gestion du pipeline et des étapes du cycle de vente
- Travail hybride : sédentaire, terrain et télétravail
- Prévenir la surcharge et gérer les interruptions

Fil rouge · Camille organise son agenda mensuel en combinant journées de prospection téléphonique, tournées sur la vallée du Gier et rendez-vous chez des clients historiques.

Cours 8 · Prospecter par les canaux numériques et le réseau

22 h

OBJECTIFS

- Choisir le canal de prospection adapté à chaque persona
- Rédiger des messages de prospection qui suscitent l'intérêt

ÉVALUATION FORMATIVE

Rédaction d'une séquence de prospection multicanale et autoévaluation à partir d'une grille

CONTENUS

- Stratégie de prospection multicanale
- Social selling et présence sur les réseaux professionnels
- Rédiger un courriel de prospection et des séquences de relance
- Prospection événementielle : salons, webinaires, rencontres professionnelles
- Recommandation et prescription : activer son réseau
- Messages de prospection en anglais

Fil rouge · Camille conçoit une séquence de prospection numérique destinée aux directeurs de site agroalimentaire et prépare sa présence sur un salon régional de la maintenance industrielle.

Cours 9 · Prospecter par téléphone et obtenir le rendez-vous

22 h

OBJECTIFS

- Identifier le bon interlocuteur et franchir les barrages
- Obtenir un rendez-vous qualifié avec le décideur

ÉVALUATION FORMATIVE

Jeux de rôle téléphoniques enregistrés de 15 minutes, débriefés par grille d'observation

CONTENUS

- Préparer son appel : objectifs, fiche prospect, guide d'entretien
- Franchir le barrage du standard et identifier le responsable
- Phrase d'accroche et adaptation du langage à l'interlocuteur
- Traiter les objections de prospection téléphonique
- Conclure sur un rendez-vous et confirmer par écrit
- Entraînement aux appels selon les attendus de l'épreuve

Fil rouge · Camille appelle une usine de transformation laitière : elle doit obtenir le nom du responsable maintenance auprès du standard, puis décrocher un rendez-vous avec lui.

Cours 10 · Construire et renseigner un tableau de bord commercial

22 h

OBJECTIFS

- Sélectionner les indicateurs clés de performance pertinents
- Renseigner un tableau de bord à partir de données brutes

ÉVALUATION FORMATIVE

Exercice chronométré de renseignement de tableau de bord avec corrigé détaillé

CONTENUS

- Indicateurs d'activité, de résultat et de rentabilité
- Calculs commerciaux : taux de transformation, marge, panier moyen, évolution
- Construire un tableau de bord sur tableur
- Visualiser les données : graphiques et alertes
- Fiabilité des données issues du CRM
- Entraînement au renseignement d'un tableau de bord en temps limité

Fil rouge · À la fin de son premier trimestre, Camille extrait les données du CRM et renseigne le tableau de bord de son secteur demandé par Julien Marchetti.

Cours 11 · Analyser ses performances et élaborer des actions correctives

22 h

OBJECTIFS

- Identifier et expliquer les écarts entre objectifs et réalisé
- Proposer et mettre en œuvre des actions correctives

ÉVALUATION FORMATIVE

Étude de cas : analyse des écarts d'un tableau de bord et rédaction d'un plan d'actions correctives

CONTENUS

- Méthodes d'analyse des écarts
- Rechercher les causes : activité, ciblage, offre, concurrence
- Repérer les opportunités de développement
- Construire un plan d'ajustement réaliste
- Suivre l'efficacité des actions correctives
- Rédiger le compte rendu d'analyse

Fil rouge · Camille constate un taux de transformation inférieur à l'objectif sur les plateformes logistiques : elle en analyse les causes et propose un plan d'ajustement.

Cours 12 · Présenter ses analyses et ses actions à la hiérarchie

22 h

OBJECTIFS

- Concevoir un diaporama professionnel de 10 à 12 slides présentant analyses et actions
- Présenter et défendre ses propositions devant un jury ou une hiérarchie

ÉVALUATION FORMATIVE

Épreuve blanche du bloc 1 : écrit de 1 h 30 (tableau de bord et diaporama), oral de présentation et entretien, avec retour individualisé

CONTENUS

- Structurer une présentation commerciale à destination de la hiérarchie
- Conception de slides claires : données, graphiques, messages clés
- Présentation orale : posture, gestion du temps, aisance
- Répondre aux questions et argumenter ses choix
- Préparer le document et le diaporama sur la veille et le plan d'actions commerciales
- Épreuve blanche complète du bloc 1

Fil rouge · Camille présente en réunion commerciale le bilan de son trimestre, ses résultats de veille et son plan d'actions ajusté, puis répond aux questions de Julien Marchetti.

RNCP39063BC02 · 286 h

Négocier une solution technique et commerciale et consolider l'expérience client

Cours 13 · Représenter l'entreprise et valoriser son image

22 h

OBJECTIFS

- Adopter une posture professionnelle conforme à la politique commerciale et à la stratégie de l'entreprise
- Contribuer à la bonne réputation de l'entreprise sur tous les points de contact

ÉVALUATION FORMATIVE

Pitch de présentation de l'entreprise filmé et évalué par grille d'observation

CONTENUS

- Image de marque et identité de l'entreprise
- Posture et codes professionnels du représentant commercial
- Éthique commerciale et respect de la politique commerciale
- Image numérique : profil professionnel et prises de parole en ligne
- Cohérence de la relation client entre les services internes
- Représenter l'entreprise lors d'événements professionnels

Fil rouge · Camille représente Thermavia Solutions lors d'une rencontre d'industriels organisée par une chambre de commerce et doit présenter l'entreprise en deux minutes.

Cours 14 · Communication professionnelle et relationnelle en contexte B2B

22 h

OBJECTIFS

- Maîtriser les techniques de communication interpersonnelle en négociation
- Adapter sa communication aux interlocuteurs, y compris en anglais et en situation de handicap

ÉVALUATION FORMATIVE

Jeux de rôle de communication et QCM sur l'accessibilité des échanges

CONTENUS

- Écoute active, questionnement et reformulation
- Communication verbale, non verbale et à distance
- Adapter son discours aux profils d'interlocuteurs
- Communication accessible : adapter supports et échanges aux situations de handicap
- Écrits professionnels : courriels, comptes rendus, confirmations
- Anglais commercial : présentation, échanges et rendez-vous

Fil rouge · Camille prépare un rendez-vous en visioconférence avec un interlocuteur malentendant et adapte ses supports et sa façon de communiquer.

Cours 15 · Découvrir et analyser le besoin technique du prospect

22 h

OBJECTIFS

- Conduire un entretien de découverte approfondi
- Formaliser les besoins techniques et les enjeux du prospect

ÉVALUATION FORMATIVE

Étude de cas : analyse d'un compte rendu de premier contact et rédaction d'une synthèse des besoins

CONTENUS

- Préparation du premier rendez-vous à partir des données de prospection
- Méthodes de questionnement (SONCAS, questions ouvertes et fermées)
- Recueil des données techniques : visite de site, cahier des charges
- Identifier besoins explicites, implicites et futurs
- Enjeux de transition écologique du prospect
- Rédiger la synthèse de découverte

Fil rouge · Camille visite la Fromagerie des Monts du Lyonnais avec un technicien du bureau d'études et recueille les données techniques sur les installations de traitement d'air existantes.

Cours 16 · Concevoir une solution technique adaptée et responsable

22 h

OBJECTIFS

- Construire une solution technique réalisable répondant aux besoins identifiés
- Intégrer les enjeux de transition écologique et les situations de handicap éventuelles

ÉVALUATION FORMATIVE

Exercice de conception de solution et justification écrite des choix techniques

CONTENUS

- Traduire un besoin en solution technique
- Vérifier la faisabilité avec les services internes
- Analyse des offres concurrentes et différenciation
- Performance énergétique, cycle de vie et impact environnemental de la solution
- Prendre en compte le handicap et solliciter des professionnels qualifiés si nécessaire
- Options, variantes et évolutivité de la solution

Fil rouge · Camille élabore avec le bureau d'études deux variantes de solution pour la fromagerie, dont l'une intègre un récupérateur de chaleur réduisant la consommation énergétique du site.

Cours 17 · Chiffrer la proposition et garantir sa rentabilité

22 h

OBJECTIFS

- Calculer prix, marges et conditions commerciales d'une proposition
- Démontrer la valeur économique de la solution pour le client

ÉVALUATION FORMATIVE

Exercices de calculs commerciaux et étude de cas de chiffrage corrigée

CONTENUS

- Coûts, prix de revient, marge et coefficient
- Politique tarifaire et marges de manœuvre
- Coût global de possession et retour sur investissement pour le client
- Modes de financement et conditions de paiement
- Aides et dispositifs liés à la transition énergétique : principes de veille
- Contrôle de rentabilité avant émission de l'offre

Fil rouge · Camille chiffre les deux variantes proposées à la fromagerie et calcule pour chacune la marge de Thermavia Solutions et le retour sur investissement du client.

Cours 18 · Rédiger la proposition technique et commerciale

22 h

OBJECTIFS

- Rédiger une proposition technique et commerciale personnalisée et structurée
- Produire une proposition complète en temps limité

ÉVALUATION FORMATIVE

Rédaction chronométrée d'une proposition technique et commerciale sur étude de cas, corrigée par grille

CONTENUS

- Structure d'une proposition technique et commerciale
- Rappel du contexte et reformulation des besoins
- Présentation de la solution, des bénéfices et des garanties
- Conditions commerciales, planning et modalités de mise en œuvre
- Clarté, mise en forme et visuels
- Entraînement à la rédaction en 3 heures sur étude de cas

Fil rouge · Camille rédige la proposition technique et commerciale destinée à la Fromagerie des Monts du Lyonnais et la fait relire par Julien Marchetti.

Cours 19 · Construire l'argumentaire et anticiper les objections

22 h

OBJECTIFS

- Construire un argumentaire cohérent avec la proposition
- Anticiper et préparer le traitement des objections

ÉVALUATION FORMATIVE

Production d'un argumentaire et d'une grille de traitement des objections, puis entraînement en binôme

CONTENUS

- Méthode CAB (caractéristiques, avantages, bénéfices)
- Argumenter selon les motivations de chaque interlocuteur
- Preuves : références, démonstrations, données techniques
- Typologie des objections techniques, financières et relationnelles
- Techniques de traitement des objections
- Préparer la présentation et les supports de rendez-vous

Fil rouge · Camille prépare son argumentaire pour le directeur de site et anticipe les objections probables de l'acheteuse du groupe sur le prix et les délais.

Cours 20 · Conduire l'entretien de négociation en posture d'expert-conseil

22 h

OBJECTIFS

- Présenter et personnaliser la solution lors d'un rendez-vous en face à face
- Adopter une posture d'expert-conseil et sensibiliser à la dimension écologique

ÉVALUATION FORMATIVE

Jeu de rôle de présentation de proposition filmé, débriefé par grille d'observation

CONTENUS

- Étapes de l'entretien de négociation
- Posture d'expert-conseil et crédibilité technique
- Présenter la proposition avec des supports adaptés
- Adapter sa présentation aux situations de handicap
- Intégrer la dimension écologique dans les échanges
- Démontrer l'adéquation de la solution aux besoins actuels et futurs

Fil rouge · Camille présente sa proposition au directeur de site de la fromagerie, illustre les gains énergétiques par des visuels et répond à ses questions techniques.

Cours 21 · Négocier les conditions et conclure la vente

22 h

OBJECTIFS

- Négocier les conditions en préservant la rentabilité
- Conclure par la signature du bon de commande ou un rendez-vous de conclusion

ÉVALUATION FORMATIVE

Simulation de négociation de 60 minutes suivie d'un échange de 15 minutes sur la négociation

CONTENUS

- Stratégies et tactiques de négociation
- Gestion des concessions et contreparties
- Négocier avec un acheteur professionnel
- Signaux d'achat et techniques de conclusion
- Obtenir un engagement ferme ou un rendez-vous de conclusion
- Entraînement à l'entretien de 60 minutes selon les attendus de l'épreuve

Fil rouge · L'acheteuse du groupe demande une remise importante : Camille négocie en échange d'un contrat de maintenance pluriannuel et obtient la signature du bon de commande.

Cours 22 · Réaliser le bilan, ajuster son activité et rendre compte

22 h

OBJECTIFS

- Réaliser le bilan de son activité commerciale
- Rendre compte à la hiérarchie par rapports, présentations et comptes rendus

ÉVALUATION FORMATIVE

Rédaction d'un compte rendu et d'un rapport d'activité, et exercice d'analyse SWOT chronométré

CONTENUS

- Bilan qualitatif et quantitatif de l'activité
- Analyser ses affaires gagnées et perdues
- Ajuster ses priorités et son activité commerciale
- Rédiger un compte rendu de visite et un rapport d'activité
- Remonter les informations terrain aux services internes
- Analyse d'une matrice SWOT en préparation de l'entretien technique

Fil rouge · Camille réalise le bilan de son affaire avec la fromagerie et de deux affaires perdues, puis rédige son rapport d'activité mensuel pour Julien Marchetti.

Cours 23 · Suivre la mise en œuvre de la solution et mesurer la satisfaction

22 h

OBJECTIFS

- Assurer le suivi de la mise en œuvre de la solution chez le client
- Mesurer la satisfaction et traiter les insatisfactions

ÉVALUATION FORMATIVE

Étude de cas de gestion de réclamation et conception d'un questionnaire de satisfaction

CONTENUS

- Suivi de commande, de livraison et d'installation
- Coordination avec l'ADV, la logistique et le SAV
- Outils de mesure de la satisfaction client
- Gestion des réclamations et des situations délicates
- Communication régulière et transparente avec le client
- Identifier les opportunités d'amélioration de l'offre

Fil rouge · Lors de l'installation à la fromagerie, un retard de livraison survient : Camille coordonne les services internes, informe le client et organise une réunion de satisfaction après la mise en service.

Cours 24 · Optimiser la gestion de la relation client

22 h

OBJECTIFS

- Mettre en place des actions de fidélisation et de développement des comptes
- Actualiser les personas à partir de l'expérience client

ÉVALUATION FORMATIVE

Production d'un plan de fidélisation et d'un persona actualisé, évalués par grille

CONTENUS

- Expérience client et parcours client B2B
- Segmentation et priorisation du portefeuille clients
- Plan de compte et développement des comptes clés
- Actions de fidélisation : suivi, services, ventes additionnelles
- Exploitation du CRM pour la relation client
- Actualisation des personas à partir des retours clients

Fil rouge · Camille bâtit un plan de fidélisation pour ses cinq comptes clés, dont la fromagerie, et met à jour le persona du responsable maintenance à partir de ses retours terrain.

Cours 25 · Préparation intégrée aux épreuves du bloc 2

22 h

OBJECTIFS

- Mobiliser l'ensemble des compétences du bloc 2 en conditions d'examen
- Finaliser le document et le diaporama sur l'optimisation de la relation client

ÉVALUATION FORMATIVE

Épreuve blanche complète du bloc 2 avec retour individualisé et plan de remédiation

CONTENUS

- Rappel des modalités officielles des épreuves du bloc 2
- Méthodologie d'analyse d'un contexte d'entreprise et d'un premier contact
- Épreuve blanche écrite : proposition technique et commerciale en 3 heures
- Épreuve blanche orale : négociation de 60 minutes et échange avec le jury
- Entraînement à l'entretien technique sur matrice SWOT
- Finalisation et présentation du dossier relation client

Fil rouge · Un an après son arrivée, Camille présente à la direction commerciale son bilan, sa démarche de fidélisation et sa stratégie pour le segment des sites industriels.

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 commerciale	RNCP39063BC01	2, 3, 4, 12
Concevoir et organiser un plan d'actions commerciales	RNCP39063BC01	1, 5, 6, 7, 12
Prospecter un secteur défini	RNCP39063BC01	5, 7, 8, 9
Analyser ses performances, élaborer et mettre en œuvre des actions correctives	RNCP39063BC01	10, 11, 12
Représenter l'entreprise et valoriser son image	RNCP39063BC02	13, 14, 20
Concevoir une proposition technique et commerciale	RNCP39063BC02	15, 16, 17, 18, 19, 25
Négocier une solution technique et commerciale	RNCP39063BC02	14, 19, 20, 21, 25
Réaliser le bilan, ajuster son activité commerciale et rendre compte	RNCP39063BC02	22, 25
Optimiser la gestion de la relation client	RNCP39063BC02	23, 24, 25

Évaluations formatives

Chaque sous-chapitre se conclut par un QCM d'ancrage et chaque cours par une évaluation formative adaptée à la compétence travaillée : études de cas, productions écrites (note de veille, plan d'actions commerciales, proposition technique et commerciale), exercices chronométrés sur tableau de bord, jeux de rôle téléphoniques et de négociation, présentations orales enregistrées. Les productions sont corrigées à l'aide de grilles critériées alignées sur les attendus du référentiel. Les résultats permettent au formateur de l'organisme de formation de suivre la progression, d'identifier les besoins de remédiation et d'individualiser l'accompagnement. Deux épreuves blanches complètes (cours 12 et 25) placent l'apprenant en conditions proches de la certification.

Modalités de certification

Bloc	Modalité d'évaluation
RNCP39063BC01	Durée totale : 4 h. Mise en situation professionnelle de 2 h 30 à partir d'un contexte d'entreprise fictive choisi parmi deux : partie écrite surveillée de 1 h 30 (renseignement d'un tableau de bord à partir de données fournies, analyse des résultats et conception d'un diaporama de 10 à 12 slides présentant les actions envisagées), puis partie orale de 1 h (15 min de préparation, 15 min de présentation de l'analyse et des actions, 15 min d'échange avec le jury, 15 min de prospection téléphonique pour identifier le responsable et obtenir un rendez-vous, les membres du jury jouant les interlocuteurs). Entretien technique de 50 min : 20 min de préparation sur une matrice SWOT fournie par le jury, 15 min de présentation des éléments repérés et des suggestions, 15 min d'échange sur l'ensemble des travaux. Questionnement à partir de productions de 40 min : le candidat réalise en amont un document et un diaporama sur les compétences « Assurer une veille commerciale » et « Concevoir et organiser un plan d'actions commerciales », qu'il présente pendant 20 min avant 20 min de questionnement par le jury.
RNCP39063BC02	Durée totale : 6 h 05. Mise en situation professionnelle de 4 h 45 à partir d'un contexte d'entreprise fictive choisi parmi deux : partie écrite surveillée de 3 h (analyse du contexte d'entreprise et du premier contact prospect, rédaction d'une proposition technique et commerciale), puis partie orale de 1 h 45 (30 min de préparation, 60 min de présentation et de négociation de la proposition en face à face pour amener le prospect à signer le bon de commande ou a minima à fixer un rendez-vous ultérieur de conclusion, 15 min d'échange avec le jury sur la négociation). Entretien technique de 50 min : 20 min de préparation sur une matrice SWOT fournie par le jury, 15 min de présentation des éléments repérés et des suggestions, 15 min d'échange sur l'ensemble des travaux. Questionnement à partir de productions de 30 min : le candidat réalise en amont un document et un diaporama sur la compétence « Optimiser la gestion de la relation client », qu'il présente pendant 15 min avant 15 min de questionnement par le jury.

Le parcours reproduit chacune des épreuves officielles. Pour le bloc 1, les cours 9 à 12 entraînent au renseignement d'un tableau de bord en temps limité, à la conception d'un diaporama de 10 à 12 slides et à la prospection téléphonique de 15 minutes. Le cours 3 prépare à l'analyse de matrice SWOT de l'entretien technique, et les cours 2, 6 et 12 guident la réalisation du document et du diaporama sur la veille et le plan d'actions commerciales. Pour le bloc 2, les cours 15 à 21 préparent à la rédaction de la proposition en 3 heures et à la négociation de 60 minutes. Le cours 22 entraîne à l'entretien technique, et les cours 23 à 25 accompagnent la production du dossier relation client. Le fil rouge Thermavia Solutions fournit un contexte réaliste réutilisable

pour les productions. L'organisme de formation reste responsable de l'organisation des sessions de certification auprès du certificateur.

Moyens pédagogiques et débouchés

Moyens pédagogiques et techniques

- Plateforme e-learning en marque blanche accessible 24 h/24 sur ordinateur, tablette et smartphone, avec suivi de progression et traçabilité des connexions
- Vidéos pédagogiques de 3 à 5 minutes pour chaque sous-chapitre, représentant 30 % du volume horaire
- Cours texte enrichis, infographies, fiches méthodes et modèles téléchargeables (plan de veille, persona, plan d'actions commerciales, tableau de bord, proposition technique et commerciale)
- Études de cas et mises en situation fondées sur le fil rouge Thermavia Solutions
- QCM d'ancrage, évaluations formatives avec grilles critériées et deux épreuves blanches complètes
- Fichiers de données sur tableur et environnement CRM de démonstration pour les exercices pratiques
- Scénarios de jeux de rôle (prospection téléphonique, négociation) exploitables en classe virtuelle ou en présentiel par l'organisme de formation

Débouchés et évolutions

- Technico-commercial
- Chargé d'affaires ou responsable d'affaires
- Commercial B2B ou chargé clientèle B2B
- Business developer ou chargé de développement commercial
- Responsable grands comptes ou key account manager
- Sales account executive

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 RNCP39063 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.