**CQP Conseiller(ère) commercial(e) en formation**

**Référentiel d’activités**

**et de compétences**

**Description de la qualification**

Le/ la titulaire du CQP Conseiller(ère) commercial(e) en formation possède une maitrise technique et actualisée en ingénierie de formation (les prestations de formation de son organisme de formation, les différents outils et méthodes pédagogiques, la réglementation et le financement des formations) doublée d’une compétence commerciale.

Il/elle réalise la prospection de clients dans l’objectif de la vente de l’offre de formation de son organisme de formation (prestations de formation et services).

Il/elle a pour mission de promouvoir, placer sur le marché l’offre de formation et contribuer au développement de l’organisme de formation et à sa pérennisation ainsi que de conseiller, gérer et de fidéliser un portefeuille de clients et de prospects.

Il/elle assure le reporting de son activité et de la satisfaction des clients et contribue au développement de l’organisme de formation par l’apport d’informations venant du terrain.

Il / elle exerce son activité en autonomie, dans le respect de la politique commerciale de l’organisme de formation et de son champ de responsabilité fixé par son organisme de formation et sous la responsabilité de sa hiérarchie (par exemple : responsable ou directeur commercial ou responsable de l’organisme de formation). En fonction de la structure de l’organisme de formation, il / elle est en relation avec :

* les entreprises clientes de son organisme de formation (par exemple avec les opérationnels, les services RH, les services en charge de la formation, le service achats) ou entreprises partenaires de son organisme de formation,
* les apprenants ou demandeurs de la formation
* les organismes financeurs, prescripteurs et institutionnels (Collectivités Territoriales, Pôle Emploi , OPCA …)
* les différents services de son organisme de formation (équipe commerciale, équipe pédagogique et formateurs, marketing, comptabilité)

Les **principales situations professionnelles rencontrées** sont les suivantes :

* Organisation de son activité commerciale : prospection, rendez-vous avec les clients …
* Proposition d’offres de formations et de services adaptées aux besoins identifiés des clients
* Négociation et conclusion de contrats de prestations de formation et/ou de référencement
* Propositions de modifications des offres de formation et des outils et documents de communication de l’organisme de formation
* Suivi et reporting de son activité commerciale
* Gestion et fidélisation d’un portefeuille client
* Remontée d’informations techniques, réglementaires et commerciales sur les formations

**Exemples d’appellations du métier**

Commercial(e) en formation, Chef(fe) de projet commercial, Commercial(e), Développeur(se) commercial(e), chargé(e) de développement, Conseiller en formation

**Référentiel d’activités**

Les professionnels en exercice mettent en œuvre tout ou partie de ces activités, en fonction de l’organisation et de la structure de l’organisme de formation.

1. **Organisation de son activité commerciale**
* Formalisation et mise en œuvre de son plan d’action correspondant aux objectifs du plan d’action commerciale fixé par son organisme de formation
* Organisation de ses activités commerciales (prise de rendez-vous, envoi de mailing, prospection, déplacements, participation à des salons, gestion administrative)
1. **Recherche et remontée d’informations commerciales, techniques, réglementaires sur les prestations de formation**
* Recueil des informations nécessaires à l’élaboration du plan d’action commerciale de l’entreprise : recueil d’informations sur les activités des entreprises, les caractéristiques économiques et les pratiques de formation sur son secteur…,
* Recherches et remontée d’informations sur le marché, les entreprises cibles, la concurrence (entreprises, formations réalisées …)
* Recherches d’informations sur les formations, leurs évolutions, la digitalisation et les différents outils et méthodes pédagogiques et sur la réglementation et le financement de la formation
1. **Prospection**
* Mise en œuvre de la stratégie opérationnelle de l’organisme de formation :
* Identification de nouveaux clients, des nouveaux marchés et qualification des prospects
* Proposition et mise en œuvre opérationnelle des plans de prospection
* Prise de rendez-vous avec des prospects
* Suivi du prospect
* ….
1. **Proposition de prestations de formations et de services adaptées aux besoins des clients**
* Identification des besoins et des attentes du client après entretien, étude de cahiers des charges et d’appel d’offres …
* Recherche d’informations réglementaires, logistiques, financières et commerciales auprès des différents services de l’organisme de formation
* Identification des ressources internes et externes potentielles (par exemple : partenariat, sous-traitance …)
* Identification des potentialités concernant les prestations de formations et les services pertinents de son organisme de formation
* Formalisation d’une proposition (ingénierie financière, pédagogique) suite à des entretiens, à un appel d’offres ou un cahier des charges en collaboration avec différents services de l’organisme de formation en particulier l’équipe pédagogique
* Identification et recherche des moyens nécessaires à la réalisation de la prestation
1. **Négociation et conclusion de conventions de formation**
* Préparation de l’entretien
* Présentation des propositions de prestations de formations et de services au client
* Argumentation des propositions et réponse aux objections
* Négociation selon la politique commerciale et financière de l’organisme de formation
* Conclusion des entretiens et de la vente
1. **Gestion et accompagnement des clients**
* Identification des différents décideurs internes
* Développement d’une relation personnalisée et prospective avec les clients
* Information et conseil aux clients sur l’offre de formation et de services de l’organisme de formation et son évolution
* Information et conseil aux clients sur la réglementation de la formation et les possibilités d'organisation et de financements des formations
* Recherche et mise en œuvre de modalités de collaboration ou de partenariat avec les clients
* Suivi des prestations de formation réalisées et mesure de la satisfaction des clients
* Mise en œuvre et/ou suivi des actions correctives en cas d’insatisfaction du client en collaboration avec l’équipe pédagogique
1. **Suivi et reporting de son activité commerciale**
* Actualisation du fichier de clients et de prospects
* Renseignement de tableaux de suivi de son activité et de sa performance commerciale, saisie et analyse des données
* Proposition d’actions correctives concernant son activité commerciale à sa hiérarchie
* Transmission des résultats de ses activités commerciales sous forme de bilan d’activités, de compte-rendu, d’alerte …
1. **Proposition d’amélioration des objectifs et outils permettant le développement de la politique commerciale de l’organisme de formation**
* Proposition de modifications de ses objectifs commerciaux
* Proposition d’évolution ou d’ajustement de l’offre de formation et de services de l’organisme de formation à partir des informations recueillies sur le terrain
* Propositions d’amélioration des outils et documents de communication de l’organisme de formation en lien avec son activité : site internet, documents de présentation des formations …

**CQP Conseiller(ère) commercial(e) en formation**

**Référentiel de compétences**

Les éléments de compétence en bleu et soulignés sont les éléments permettant de valider le certificat de Compétences Services - Relation Client

**Compétence 1 – Mettre en œuvre un plan d’actions commerciales et une prospection adaptée**

**Préparation des actions commerciales**

* 1. Recueillir et exploiter des informations pertinentes sur les entreprises de son secteur, leurs évolutions, leur organisation, leur potentiel et les concurrents à partir de différentes sources (réseaux sociaux, sites des entreprises…)
	2. Mettre en œuvre la politique commerciale de l’organisme de formation déclinée en objectifs commerciaux sur son secteur
	3. Proposer des adaptations, ajustements, ou modifications de l’offre de formation, des outils et/ou documents de présentation de l’offre de formation de l’organisme de formation, afin de répondre aux besoins de son secteur
	4. Identifier les moyens nécessaires à la mise en œuvre de ses activités commerciales avec sa hiérarchie
	5. Formaliser son action commerciale et s’organiser afin de réaliser l’ensemble de ses activités en fonction des besoins et des priorités de l’organisme de formation et de ses interlocuteurs

**Prospection**

* 1. Prospecter et obtenir des rendez-vous afin de développer son portefeuille clients et prospects
	2. Réaliser la mise à jour du fichier des clients et des prospects en utilisant l’outil de gestion de la relation clients de l’organisme de formation
	3. Renseigner les tableaux de suivi de l’activité et de la performance commerciale
	4. Suivre les résultats de ses actions commerciales et des activités de prospection, identifier les écarts et mettre en œuvre des actions d’amélioration
	5. Formaliser les résultats de son activité commerciale sous forme de bilan ou rapport d’activités, de compte-rendu…

**Compétence 2 – Analyser les besoins en prestations de formation des clients**

* 1. Etablir un contact efficace et adapté aux différents interlocuteurs (par exemple : entreprises clientes, apprenants, organismes financeurs, prescripteurs et institutionnels …)
	2. Créer des conditions favorables à l’échange avec le client
	3. Adopter, en toutes circonstances, une attitude professionnelle et une présentation en cohérence avec l’image de l’organisme de formation
	4. Identifier et analyser les besoins du client par un questionnement adapté, une écoute active et une reformulation pertinente
	5. Analyser les besoins du client à partir d’un cahier des charges ou d’un appel d’offres en prenant en compte les spécificités explicitées
	6. Identifier et expliquer les prestations de formation et les services pertinents

**Compétence 3 – Elaborer une offre de formation et de services adaptée aux besoins identifiés et aux contraintes des clients en collaboration avec l’équipe pédagogique**

1. Identifier l’ensemble des composantes nécessaires à la rédaction de l’offre de formation et de services (objectifs de l’entreprise, mise en œuvre de la prestation, équipements et outils nécessaires, financements possibles, …)
2. Rechercher et exploiter des informations sur les prestations de formation, la digitalisation des formations, le financement possible, l’organisation, les domaines d’activités et la réglementation spécifique des entreprises clients à l’aide de médias appropriés
3. Identifier les éléments concernant la politique commerciale et financière de son organisme de formation et la réglementation de la formation nécessaires à l’élaboration de l’offre
4. Identifier les ressources humaines internes et externes pouvant réaliser les prestations de formation et des partenariats potentiels
5. Vérifier la faisabilité d’une offre auprès des différents services de l’organisme de formation (équipe pédagogique, équipe commerciale, équipe technique et informatique…)
6. Rédiger une offre de formation et de services pertinente (objectifs de formation, contenu, organisation, modalités pédagogiques, outils ou équipements à mettre en œuvre, lieu de formation, public visé) en valorisant les facteurs de différenciation inhérents à l’entreprise, en collaboration avec l’équipe pédagogique de son organisme de formation

**Compétence 4 – Conseiller les clients sur les offres de son organisme de formation pour conclure la vente**

1. Transmettre les valeurs de la formation professionnelle au service du développement de l’entreprise et de son capital humain
2. Conseiller le client sur l’offre de l’organisme de formation et des modalités adaptées à ses besoins et au développement des compétences de ses collaborateurs
3. Valoriser le professionnalisme de son organisme de formation
4. Argumenter et négocier de façon pertinente l’ensemble des composantes pédagogiques, organisationnelles et techniques de l’offre et répondre avec efficacité aux questions et aux objections du client
5. Conclure la vente
6. Établir une relation commerciale de qualité et durable entre l’organisme de formation et le client

**Compétence 5 – Traiter les réclamations des clients et identifier les points d’amélioration**

* 1. Recevoir et écouter une réclamation
	2. Identifier les raisons d’une insatisfaction, d’une réclamation ou d’un litige et les qualifier
	3. Gérer les besoins de communication de son interlocuteur, les réclamations et les remarques
	4. Analyser les situations difficiles et l’impact pour les différents interlocuteurs et pour l’organisme de formation
	5. Assurer la remontée de l’information auprès des services concernés
	6. Transmettre au client une réponse adaptée à la situation dans le respect des procédures et de l’organisation en vigueur dans l’organisme de formation
	7. Identifier, mettre en œuvre les actions correctives immédiates et suivre les points d’amélioration et actions d’amélioration continue dans son champ d’activité
	8. Conclure efficacement une situation difficile

**Compétence 6 –** **Communiquer avec différents interlocuteurs selon les canaux de communication appropriés en travail collaboratif**

* 1. Transmettre des informations pertinentes sur les clients, les prospects, les nouveaux marchés et leurs besoins à sa hiérarchie et aux autres services de l’organisme de formation pour assurer la relation client selon les règles et procédures en vigueur dans l’organisme de formation
	2. Identifier l’impact de son activité sur les autres services y compris dans le cadre d’un travail en réseau et à distance
	3. Communiquer efficacement avec différents interlocuteurs internes et externes, à l’aide de canaux de communication appropriés (réseaux sociaux, plateformes connectées …)
	4. Utiliser et exploiter l’ensemble des outils informatisés de gestion de la relation client et de communication en vigueur dans l’organisme de formation
	5. Gérer les situations de tension avec différents interlocuteurs dans son champ d’activité

**CQP Conseiller(ère) commercial(e) en formation**

**Référentiel de certification**

Les éléments de compétence en bleu et soulignés sont les éléments permettant de valider le certificat de Compétences Services - Relation Client

**Compétence 1 –** **Mettre en œuvre un plan d’actions commerciales et une prospection adaptée**

**Modalités d’évaluation**

* Observation en situation professionnelle réelle ou simulée d’organisation et de suivi de son activité
* Entretien avec le candidat portant sur la présentation de son plan d’action, l’organisation, la préparation de ses actions commerciales, le suivi de ses résultats, des outils qu’il utilise associé à un recueil de preuves des fichiers et outils qu’il renseigne

|  |  |
| --- | --- |
| Eléments de la compétence | Critères d’évaluation*Qu’est-ce qui permet de dire que la compétence est maîtrisée ? Que veut-on vérifier ?* |
| *Préparation des actions commerciales* |
| 1. Recueillir et exploiter des informations pertinentes sur les entreprises de son secteur, leurs évolutions, leur potentiel et les concurrents à partir de différentes sources (réseaux sociaux, sites des entreprises…)
 | * *Recherche et actualisation des informations sur les entreprises de son secteur, sur leur évolution, leur potentiel et les concurrents à partir de diverses sources d’informations (collecte sur le terrain, clients, internet, réseaux sociaux, bases de données, documents de l’entreprise, offres de la concurrence, …)*
* *Pertinence des sources d’information*
* *Vérification de la fiabilité des informations recueillies*
* *Enregistrement des informations dans l’outil de gestion des clients selon les procédures de l’entreprise*
 |
| 1. Mettre en œuvre la politique commerciale de l’organisme de formation déclinée en objectifs commerciaux sur son secteur
 | * *Identification et prise en compte des objectifs généraux de la politique commerciale de l’entreprise (chiffre d’affaires, volumes, marges,…)*
* *Identification et explication pertinente des actions à mener sur son secteur afin de répondre à la politique commerciale de l’entreprise*
 |
| 1. Proposer des adaptations, ajustements, ou modifications de l’offre de formation, des outils et/ou documents de présentation de l’offre de formation de l’organisme de formation, afin de répondre aux besoins de son secteur
 | * *Cohérence des propositions d’adaptation, ajustement ou modification des outils et documents de l’entreprise avec l’analyse et les besoins de son secteur*
* *Propositions argumentées*
 |
| 1. Identifier les moyens nécessaires à la mise en œuvre de ses activités commerciales avec sa hiérarchie
 | * *Identification et justification des moyens nécessaires à la mise en œuvre de ses activités commerciales (outils, documents, ressources matérielles…)*
 |

|  |  |
| --- | --- |
| 1. Formaliser son action commerciale et s’organiser afin de réaliser l’ensemble de ses activités en fonction des besoins et des priorités de l’organisme de formation et de ses interlocuteurs
 | * *Estimation réaliste du temps imparti à chaque activité compte tenu des règles de l’entreprise*
* *Ordre de réalisation et organisation des activités adaptés à l’objectif (prise de rendez-vous, rencontre avec des clients ou des prospects, suivi des clients, gestion administrative des dossiers des clients, organisation de réunion de professionnels, participation à des salons, gestion de son temps…)*
* *Priorisation des activités en prenant en compte l’optimisation du temps, des moyens et le respect des procédures de l’entreprise*
* *Utilisation d’outils partagés*
 |
| *Prospection* |
| 1. Prospecter et obtenir des rendez-vous afin de développer son portefeuille clients et prospects
 | * *Prise de contact avec des prospects et des clients*
* *Prise de rendez-vous et identification de leurs objectifs*
* *Mise en œuvre d’un système de suivi et de relance*
* *Conformité du taux de transformation de prospects en clients aux objectifs fixés*
 |
| 1. Réaliser la mise à jour du fichier des clients et des prospects en utilisant l’outil de gestion de la relation clients de l’organisme de formation
 | * *Qualification des nouveaux clients selon leur potentiel*
* *Renseignement et mise à jour régulière des données concernant les clients et prospects dans l’outil de gestion de la relation clients de l’entreprise*
* *Exactitude et exhaustivité des données*
* *Formalisation régulière des rapports de visite*
* *Utilisation à bon escient du système de gestion de la relation client/prospect*
 |
| 1. Renseigner les tableaux de suivi de l’activité et de la performance commerciale
 | * *Renseignement régulier des tableaux de bord de suivi de son activité et de la performance commerciale en conformité avec les consignes de l’entreprise*
* *Explication adaptée des indicateurs utilisés et de leur signification*
 |
| 1. Suivre les résultats de ses actions commerciales et des activités de prospection, identifier les écarts et mettre en œuvre des actions d’amélioration
 | * *Suivi régulier des résultats, en conformité avec les consignes de l’entreprise*
* *Explication adaptée des résultats des actions commerciales Identification de tout écart*
* *Proposition et argumentation, à sa hiérarchie, des actions correctives à mettre en œuvre*
* *Mise en œuvre d’actions correctives conforme aux directives de l’organisme de formation*
 |
| 1. Formaliser les résultats de son activité commerciale sous forme de bilan ou rapport d’activités, de compte-rendu…
 | * *Présentation des résultats liés à son activité sous forme de bilan, compte-rendu, rapport d’activité…*
* *Rédaction des documents précise et claire*
* *Documents exploitables*
 |

**Compétence 2 – Analyser les besoins en prestations de formation des clients**

**Modalités d’évaluation**

* Entretien avec le candidat portant sur les activités en lien avec l’analyse des besoins des clients (analyse de cahiers des charges, d’appel d’offres, analyse des besoins des clients en rendez-vous) associé à un recueil de preuves (compte-rendu de rendez-vous qu’il a rédigé, appels d’offres ou cahiers des charges qu’il a analysés)

|  |  |
| --- | --- |
| Eléments de la compétence | Critères d’évaluation*Qu’est-ce qui permet de dire que la compétence est maîtrisée ? Que veut-on vérifier ?* |
| 1. Etablir un contact efficace et adapté à différents interlocuteurs
 | * *Mise en œuvre des techniques de prise de contact afin de répondre aux objectifs fixés (entrée en contact courtoise et efficace, respect de la distance professionnelle nécessaire)*
* *Instauration d’une relation de qualité et personnalisée avec le client*
 |
| 1. Créer des conditions favorables à l’échange avec le client
 | * *Préparation de l’entretien (recueil d’information préalable sur les caractéristiques et l’historique du client)*
* *Ecoute et concentration tout au long de l’échange*
* *Intérêt, curiosité et disponibilité à l’égard du client, tout au long de l’échange, marques visibles d’attention*
* *Expression claire pour le client (vocabulaire adapté, pas de termes techniques incompréhensibles, phrases courtes, construites, clarté et rythme de l’élocution)*
 |
| 1. Adopter, en toutes circonstances, une attitude professionnelle et une présentation en cohérence avec l’image de l’organisme de formation
 | * *Expression assurée face à son interlocuteur : débit, articulation, volume de la voix, vocabulaire adapté, expression du visage*
* *Courtoisie, et discrétion professionnelle de manière constante*
* *Présentation vestimentaire appropriée et posture adaptée tout au long de la prestation*
* *Respect d’une attitude et d’une distance professionnelles appropriées*
* *Contrôle de soi en toutes circonstances*
* *Identification des impacts de son attitude sur l’image de l’entreprise (par exemple : respect des horaires, tenue de travail)*
 |
| 1. Identifier et analyser les besoins du client par un questionnement adapté, une écoute active et une reformulation pertinente
 | * *Pertinence des questions posées et des techniques de reformulation : questions claires, courtes, précises, complètes*
* *Recherche et prise en compte des attentes non exprimées par le client (analyse du ton, de la nature des informations communiquées en priorité et des questions posées, …)*
* *Prise en compte de toutes les informations, observations et remarques apportées par le client*
* *Identification et analyse pertinentes des besoins explicites et implicites du client*
 |

|  |  |
| --- | --- |
| 1. Analyser les besoins du client à partir d’un cahier des charges ou d’un appel d’offres en prenant en compte les spécificités explicitées
 | * *Identification et explication des spécificités techniques et des attentes du client présentées dans le cahier des charges ou l’appel d’offres*
* *Pertinence de l’explication et de l’analyse*
 |
| 1. Identifier et expliquer les prestations de formation et les services correspondant aux besoins du client en fonction de l’analyse de ses besoins et de l’offre de formation de l’organisme de formation
 | * *Identification des prestations de formation et des services de l’organisme de formation répondant aux besoins du client sur la base de critères objectifs*
* *Justification du choix des prestations de formation et de services*
* *Prise en compte de la réglementation en vigueur pour le client et pour l’organisme de formation et de la politique commerciale de l’organisme de formation*
 |

**Compétence 3 – Elaborer une offre de formation et de services adaptée aux besoins identifiés et aux contraintes des clients en collaboration avec l’équipe pédagogique**

**Modalités d’évaluation**

* Rédaction d’un document construit sous la forme d’un plan détaillé de 5 à 10 pages sur la démarche qu’il a mise en œuvre pour élaborer une offre de formation adaptée aux besoins identifiés d’un client
* Entretien avec le candidat portant sur ses activités en lien avec l’élaboration d’offres de formation (les informations recherchées, les interlocuteurs sollicités, les offres de formation proposées) associé à un recueil de preuves des offres qu’il a rédigées

|  |  |
| --- | --- |
| Eléments de la compétence | Critères d’évaluation*Qu’est-ce qui permet de dire que la compétence est maîtrisée ? Que veut-on vérifier ?* |
| 1. Identifier l’ensemble des composantes nécessaires à la réalisation de l’offre de formation et de services (objectifs de l’entreprise, mise en œuvre de la prestation, équipements et outils nécessaires, financements possibles, …)
 | * *Identification et explication pertinente de l’ensemble des composantes nécessaires à la réalisation de l’offre de formation et de services :*
* *Objectifs de l’entreprise*
* *Mise en œuvre de la prestation (formation en présentiel, formation digitalisée, offre de formation multimodale, individualisation des parcours, modalités pédagogiques)*
* *Faisabilité technique des formations (outils, équipements, connexion, sécurité informatique, débit nécessaire)*
* *Financements possibles*
 |
| 1. Rechercher et exploiter des informations sur les prestations de formation, la digitalisation des formations, le financement possible, l’organisation, les domaines d’activités et la réglementation spécifique des entreprises clients à l’aide de médias appropriés
 | * *Recherche, explication et analyse pertinentes des informations complémentaires sur les prestations de formation, la digitalisation des formations, le financement possible, l’organisation, les domaines d’activités et la réglementation spécifique des entreprises clients*
* *Choix pertinents des documents et médias à exploiter et des personnes à solliciter*
* *Vérification de la fiabilité des informations recueillies*
 |
| 1. Identifier les éléments concernant la politique commerciale et financière de son organisme de formation et la réglementation de la formation nécessaires à l’élaboration de l’offre
 | * *Identification et vérification des éléments concernant la politique commerciale et financière de son organisme de formation*
* *Explication pertinente des éléments concernant la réglementation de la formation nécessaires à l’élaboration de l’offre*
* *Recherche à l’aide de documents et médias pertinents*
 |
| 1. Identifier les ressources humaines internes et externes pouvant réaliser les prestations de formation et des partenariats potentiels
 | * *Recherche et identification pertinente des formateurs internes ou externes pouvant réaliser les prestations de formation*
* *Identification et explication pertinentes des partenariats potentiels*
 |

|  |  |
| --- | --- |
| 1. Vérifier la faisabilité d’une offre auprès des différents services de l’organisme de formation (équipe pédagogique, équipe commerciale, équipe technique et informatique …)
 | * *Vérification de la faisabilité et des conditions de l’offre auprès des différents services concernés de l’organisme de formation (équipe pédagogique, équipe commerciale,* *équipe technique et informatique, direction…)*
 |
| 1. Rédiger une offre de formation et de services pertinente (objectifs de formation, contenu, organisation, modalités pédagogiques, outils ou équipements à mettre en œuvre, lieu de formation, public visé) en valorisant les facteurs de différenciation inhérents à l’entreprise, en collaboration avec l’équipe pédagogique de son organisme de formation
 | * *Format approprié de l’offre de formation proposée au client (devis, offre commerciale, réponse à un appel d’offres, réponse à un cahier des charges)*
* *Pertinence et conformité de l’offre aux objectifs commerciaux*
* *Présentation exhaustive de l’ensemble des éléments de l’offre (objectifs de formation, contenu, organisation, modalités pédagogiques, outils ou équipements à mettre en œuvre, lieu de formation, public visé, facteurs de différenciation)*
 |

**Compétence 4 – Conseiller les clients sur les offres de son organisme de formation pour conclure la vente**

**Modalités d’évaluation**

* Entretien avec le candidat portant sur les conseils apportés aux clients sur les offres de formation qu’il propose, les objections des clients et les négociations qu’il a pu mener en s’appuyant sur des situations rencontrées et des exemples concrets

|  |  |
| --- | --- |
| Eléments de la compétence | Critères d’évaluation*Qu’est-ce qui permet de dire que la compétence est maîtrisée ? Que veut-on vérifier ?* |
| 1. Transmettre les valeurs de la formation professionnelle au service du développement de l’entreprise et de son capital humain
 | * *Explication argumentée des valeurs de la formation professionnelle  au service de la personne et de l’entreprise*
 |
| 1. Conseiller le client sur l’offre de l’organisme de formation et des modalités adaptées à ses besoins et au développement des compétences de ses collaborateurs
 | * *Présentation des besoins identifiés du client*
* *Présentation et explication détaillées des offres de formation et des services proposées, de leurs spécificités (modalités pédagogiques, outils et équipements nécessaires, financements)*
* *Clarté, précision et pertinence de l’expression et du vocabulaire*
 |
| 1. Valoriser le professionnalisme de son organisme de formation
 | * *Présentation de la valeur ajoutée et des atouts de son organisme de formation*
 |
| 1. Argumenter, défendre et négocier de façon pertinente l’ensemble des composantes pédagogiques, organisationnelles et techniques de l’offre et répondre avec efficacité aux questions et aux objections du client
 | * *Présentation et valorisation de la solution proposée*
* *Mise en avant des informations correspondant aux spécificités du client*
* *Explication argumentée et cohérente des choix et options possibles et des services proposés, le cas échéant des limites et contraintes associées*
* *Examen et prise en compte des signes d’attention verbaux et non verbaux émis par le client*
* *Négociation adaptée des ajustements possibles dans le respect des marges de manœuvres préalablement définies*
 |
| 1. Conclure la vente
 | * *Récapitulatif des décisions prises au cours de l’entretien*
* *Valorisation de la décision prise par le client*
* *Formule personnalisée de prise de congé intégrant un calendrier de démarrage ou de nouveaux contacts*
 |
| 1. Établir une relation commerciale de qualité et durable entre l’organisme de formation et le client
 | * *Entretien et développement d’une relation commerciale de qualité*
* *Apport de conseils au client tout au long de la collaboration*
* *Suivi de la satisfaction du client à l’aide de supports adaptés : questionnaire de satisfaction, de contact téléphonique*
* *Mesure des impacts de la prestation de formation sur les apprenants et l’entreprise*
 |

**Compétence 5 – Traiter les réclamations des clients et identifier les points d’amélioration**

**Modalités d’évaluation**

* Entretien avec le candidat portant sur le traitement des insatisfactions ou réclamations de clients, les différents interlocuteurs qu’il a sollicités, les actions correctives mises en œuvre, associé à un recueil de preuves des propositions d’actions correctives émises par le candidat et de leur suivi

|  |  |
| --- | --- |
| Eléments de la compétence | Critères d’évaluation*Qu’est-ce qui permet de dire que la compétence est maîtrisée ? Que veut-on vérifier ?* |
| 1. Recevoir et écouter une réclamation
 | * *Prise en compte de la réclamation du client*
* *Recherche d’informations complémentaires et éléments factuels permettant l’analyse de la situation auprès du client sans mise en cause de la bonne foi du client*
 |
| 1. Identifier les raisons d’une insatisfaction, d’une réclamation ou d’un litige et les qualifier
 | * *Analyse de la prestation réalisée avec le(s) service(s) adapté(s) : l’équipe pédagogique, l’équipe commerciale, la direction …*
* *Identification des raisons de l’insatisfaction, de la réclamation ou du litige*
* *Identification de la gravité de l’insatisfaction, de la réclamation ou du litige*
 |
| 1. Gérer les besoins de communication de son interlocuteur, les réclamations et les remarques
 | * *Attitude positive et calme vis-à-vis du client en toutes circonstances*
* *Disponibilité accordée au client pour le laisser s’exprimer*
* *Ecoute du client : présence de signes d’écoute, de compréhension, d’attention à l’égard du client*
* *Prise de recul vis-à-vis du client : pas de signe d’agacement, pas d’agressivité, pas d’interprétation ni de jugement (du client, de la situation, …)*
 |
| 1. Analyser les situations difficiles et l’impact pour les différents interlocuteurs et pour l’organisme de formation
 | * *Examen de la cause ou des causes exactes de la situation indépendamment de l’éventuelle tension créée*
* *Repérage de l’impact de la situation sur le client et sur l’organisme de formation*
* *Prise en compte des attentes du client*
 |
| 1. Assurer la remontée de l’information auprès des services pertinents
 | * *Informations des services pertinents pour traiter la réclamation ou le litige*
* *Respect des délais requis et des règles de remontée d’information en vigueur dans l’organisme de formation*
 |
| 1. Transmettre au client une réponse adaptée à la situation dans le respect des procédures et de l’organisation en vigueur dans l’organisme de formation
 | * *Présentation d’une réponse adaptée à la situation au client dans le respect des délais, des procédures et de l’organisation en vigueur dans l’organisme de formation*
 |

|  |  |
| --- | --- |
| 1. Identifier, mettre en œuvre les actions correctives immédiates et suivre les points d’amélioration et actions d’amélioration continue dans son champ d’activité
 | * *Pertinence des améliorations proposées en fonction des situations*
* *Mise en œuvre des actions correctives dans son champ de responsabilité*
* *Suivi des actions correctives ou des points d’amélioration dans le respect des règles en vigueur*
* *Transmission des résultats aux interlocuteurs pertinents*
 |
| 1. Conclure efficacement une situation difficile
 | * *Recherche de l’adhésion du client sur les propositions effectuées pour régler la situation*
* *Remise en confiance du client vis-à-vis de l’organisme de formation (vérification de la satisfaction client quant à la solution apportée, proposition d’une action de suivi, …)*
 |

**Compétence 6 –** **Communiquer avec différents interlocuteurs selon les canaux de communication appropriés en travail collaboratif**

**Modalités d’évaluation**

* Observation en situation professionnelle réelle ou simulée de transmission d’information et d’échanges
* Entretien avec le candidat portant sur les informations qu’il transmet à sa hiérarchie et aux autres services de son organisme de formation, les supports qu’il utilise, les situations de tension qu’il a pu gérer.

|  |  |
| --- | --- |
| Eléments de la compétence | Critères d’évaluation*Qu’est-ce qui permet de dire que la compétence est maîtrisée ? Que veut-on vérifier ?* |
| 1. Transmettre des informations pertinentes sur les clients, les prospects, les nouveaux marchés et leurs besoins à sa hiérarchie et aux autres services de l’organisme de formation pour assurer la relation client selon les règles et procédures en vigueur dans l’organisme de formation
 | * *Identification des informations clés sur les clients, les situations rencontrées*
* *Identification des impacts potentiels de ces informations sur les autres membres de l’équipe, les autres services de l’entreprise, …*
* *Respect des règles et procédures de transmission d’informations*
 |
| 1. Identifier l’impact de son activité sur les autres services y compris dans le cadre d’un travail en réseau et à distance
 | * *Explication pertinente de l’activité des autres services de l’organisme de formation et de l’impact de son activité sur ces services*
* *Identification et explication pertinentes de ses priorités*
 |
| 1. Communiquer efficacement avec différents interlocuteurs internes et externes, à l’aide de canaux de communication appropriés (réseaux sociaux, plateformes connectées …)
 | * *Diffusion régulière des informations auprès d’interlocuteurs internes et externes*
* *Prise en compte des besoins, des demandes et des informations apportés par différents interlocuteurs*
* *Présentation claire et exploitable des informations*
* *Clarté, précision et pertinence de l’expression écrite et/ou orale et du vocabulaire*
* *Utilisation des canaux de communication adaptés (réseaux sociaux, plateformes connectées, communiqués de presse, e-mailing, espace collaboratif…)*
 |
| 1. Utiliser et exploiter l’ensemble des outils informatisés de gestion de la relation client et de communication en vigueur dans l’organisme de formation
 | * *Exploitation des fonctionnalités de l’outil de gestion de la relation client de l’organisme de formation nécessaires à son activité*
* *Utilisation des fonctionnalités courantes liées au traitement des informations dans l’environnement informatique de l’organisme de formation (traitement de texte, tableur, logiciel de présentation ….)*
 |
| 1. Gérer les situations de tension avec différents interlocuteurs dans son champ d’activité
 | * *Identification des situations de tension*
* *Attitude positive et calme en toutes circonstances*
* *Disponibilité pour le traitement de la situation de tension*
* *Traitement de la situation et/ou transmission des informations sur la situation à un tiers le cas échéant*
* *Suivi de l’état d’avancement de la résolution de la situation de tension*
 |