

PROGRAMME DE FORMATION

RESPONSABLE TECHNICO-COMMERIAL France & INTERNATIONAL
Titre de niveau II (nomenclature 1969)

Code NSF 312p Gestion des échanges commerciaux

Autorité responsables de la certification : CENTRE DE TECHNIQUES INTERNATIONALES (CTI)

Public visé :

Conforme à l'arrêté du 17 juillet 2015 publié au Journal Officiel du 25 juillet 2015 portant enregistrement au répertoire national des certifications professionnelles. Enregistrement pour cinq ans, au niveau II, sous l'intitulé Responsable technico-commercial France et international, avec effet au 25 juillet 2015, jusqu'au 25 juillet 2020.

Prérequis :

Conforme à l'arrêté du 17 juillet 2015 publié au Journal Officiel du 25 juillet 2015 portant enregistrement au répertoire national des certifications professionnelles. Enregistrement pour cinq ans, au niveau II, sous l'intitulé Responsable technico-commercial France et international, avec effet au 25 juillet 2015, jusqu'au 25 juillet 2020.

Objectifs de formation :

- Bloc de compétence n°1 : Veille technologique commerciale et concurrentielle (assurer une veille sur les produits – normes, brevet, innovation - et une veille réglementaire et concurrentielle sur les projets – appels d'offres -, clients, les concurrents, élaborer de nouveaux produits et rédiger les fiches techniques, assurer le lien entre techniciens – usine, bureau d'études, service après-vente – en France et à l'international)
- Bloc de compétence n°2 : Développement de l'action commerciale (après avoir défini un plan d'action commercial sur la France et/ou sur l'international, démarcher la clientèle, la conseiller techniquement et lui proposer les produits adaptés, répondre aux appels d'offres nationaux et internationaux et élaborer l'offre commerciale technique, participer à la mise en place de projet complexes chez les clients – avant-vente, cahier des charges, solutions clients)
- Bloc de compétence n°3 : Négociation commerciale et technique (négocier avec la client en intégrant les éléments juridiques, financiers et logistiques, respecter les prix plancher fixés et avant toute négociation ou réponse aux appels d'offres, veiller à la solvabilité de l'entreprise acheteuse, analyser les besoins futurs des acheteurs afin d'en faire le reporting au marketing de l'entreprise, rapporter des informations du terrain – place de la concurrence et de son offre technique, présentation de la conjoncture économique, politique, technique)
- Bloc de compétence n°4 : Suivi de l'action commerciale et reporting - gestion des risques et des coûts (élaborer les outils de reporting – tableaux de bord sur les résultats de l'activité commerciale, performance des équipes commerciales – effectuer un rapport d'activité avec le tableau des prévisions et des réalisations, présenter un bilan des actions menées et des résultats financiers lors des réunions commerciales, superviser l'installation des produits vendus et assurer une assistance technique, suivre la réalisation des contrats et intervenir en cas de problèmes sur la réalisation contractuelle, en veillant à la marge, être en relation avec les services logistiques et ADV, encadrer la mise en place de la maintenance du produit chez le client et superviser l'entretien du matériel et les réparations, négocier et/ou contrôler les installateurs locaux avec lesquels l'entreprise a des accords de partenariat)

Contenus de formation :

Marketing France et international – stratégie de veille	70 h
<ul style="list-style-type: none"> - Analyse et sélection des marchés – Marketing mix : produit, prix, publicité, distribution - Analyse SWOT (forces, faiblesses, opportunités, menaces). Les modèles PESTEL / PORTER - Stratégie de distribution, communication, organisation, suivi et contrôle - Veille commerciale, concurrentielle et technologique - Le plan marketing national et international : stratégie marketing ; intelligence économique et systèmes d'information ; définition du marketing mix : les 4 P's ; spécificités B2B et B2C - Rôle et mise en œuvre du lobbying. 	
Développement de l'action commerciale – appels d'offres- offres – contrats commerciaux	108 h 30
<ul style="list-style-type: none"> - Le plan d'action commerciale : stratégie commerciale et stratégie d'entreprise - Définition des objectifs commerciaux - Rechercher et sélectionner les appels d'offres et y répondre -Analyse des besoins du client - mise en place de solutions techniques, financières - L'offre commerciale : rubriques spécifiques (produits, prix, conditions de livraison, de paiement...) - Élaboration d'un cahier des charges – Analyse des réponses aux appels d'offres : Go No Go ; Bid No Bid - Calcul des prix de vente – Incoterms ICC 2010 - Les documents commerciaux : facture pro-forma, commande, contrat de vente... - De l'offre au contrat de vente France et international -Construire, négocier, gérer un réseau commercial : les contrats d'agent, de distribution, de franchise, les licences de marque et de brevet... -Protection de la propriété intellectuelle. 	
Négociation commerciale France et internationale	52 h 30
<ul style="list-style-type: none"> - Offres commerciales - Contrats de vente - Les argumentaires commerciaux - Les différents types de négociation - Négociation internationale et pratiques interculturelles 	
Suivi et reporting de l'action commerciale - management des équipes commerciales	94 h 30
<ul style="list-style-type: none"> - Suivi de la réalisation des contrats avec les différents services (production ; logistique...) - Pilotage des projets : la méthode de gestion de projet – Suivi du planning technico-financier - Animation de la relation client – Assistance technique au client. - Logistique internationale – Douane – transports internationaux, transit, assurances – gestion des litiges logistiques - Les moyens de paiements : virement, chèque, effets de commerce... Les techniques de paiements sécurisés : crédit documentaire, lettre de crédit stand-by, remise documentaire - Les garanties bancaires : soumission, restitution d'acompte, bonne fin, retenue de garantie, de maintenance - Mise en place et animation des équipes commerciales – fixation des objectifs quantitatifs et qualitatifs - Supervision de l'administration des ventes nationale / internationale : tableaux de bord, les outils de gestion de la performance du service commercial - les indicateurs de qualité « service client » - Consolidation, analyse des retours d'informations par pays, clients - Audit des coûts, budget, rentabilité - Entraînement aux techniques de vente. 	
Anglais professionnel / anglais commercial	52 h 30
<ul style="list-style-type: none"> - Offres commerciales – contrats de vente - Négociation commerciale – jeux de rôle - Préparation au TOIEC (Test of English for International Communication) 	
Intégration/Révisions/Autonomie/Accompagnement/Dossiers/Examens	133 h
TOTAL	511 h

Moyens et méthodes pédagogiques :

Les formateurs alterneront :

- Méthode affirmative visant la transmission du savoir aux stagiaires de manière soit expositive (cours magistral, conférence) soit démonstratives, associant explication et démonstration (atelier où est expliquée et montrée un outil)
- Méthode interrogative visant à s'appuyer sur les réponses des stagiaires à leur questionnement structuré pour leur faire découvrir et trouver par induction ou déduction, les connaissances à acquérir (étude de cas)
- Méthode expérientielle visant à confronter les stagiaires à la réalité de ses représentations ou des difficultés rencontrées pour l'amener à rechercher par lui-même la solution

Un questionnaire de satisfaction sera régulièrement remis aux stagiaires.

Évaluation des acquis de la formation :

Les stagiaires sont évalués à l'issue de chacun des blocs. Consolidées lors d'un comité d'évaluation réunissant l'équipe des formateurs. Les évaluations font l'objet d'une synthèse formalisée à l'attention du stagiaire sur laquelle figure les avis des formateurs concernant la progression de ses acquis.

Les stagiaires font l'objet d'un accompagnement assuré par l'équipe des superviseurs à travers des entretiens d'aide à la gestion de carrière (dans un volume horaire maximum de 21h). Leurs synthèses communiquées à l'équipe du service de la relation avec les entreprises permet d'informer le tuteur du stagiaire sur l'avancement des acquis.

Les stagiaires sont soumis à un ensemble d'épreuves en fin de formation permettant d'attribuer ou non le titre :

- ✓ 4 études de cas professionnelles dont 3 écrites d'une durée de 3 heures chacune et une orale de 30 minutes
- ✓ 1 soutenance orale devant un jury professionnel (2 responsables d'entreprises dont le président et 1 responsable du CTI) sur la base d'un rapport de stage. Organisée en fin de formation, cette soutenance s'appuie sur une période de formation en entreprise d'une durée minimum de 3 mois durant laquelle le candidat a accompli des missions en relation avec les métiers ciblés par la formation.
- ✓ 1 épreuve d'anglais professionnel comprenant un examen et la rédaction d'une offre commerciale intégrée dans l'étude de cas « Appels d'offres – contrats – négociation »

Les candidats, pour être titulaires du titre Responsable technico-commercial France & international devront, au besoin à l'issue de la session de rattrapage, obtenir une note supérieure ou égale à 10/20 à chacune des 4 études de cas professionnelles, au rapport de stage et à la soutenance. Le score minimal obtenu à l'examen d'anglais doit être de 410 points sur 990.

Les candidats pourront, en l'absence d'une décision favorable du jury dans les 3 années qui suivent, se représenter aux études de cas et la soutenance et présenter un rapport de stage.

Les candidats ayant obtenu une note supérieure ou égale à 10/20 à chacune des 4 études de cas professionnelle, mais qui n'a pas obtenu une note supérieure ou égale à 10/20 à la soutenance orale ou au rapport de stage pourra dans les 5 années qui suivent se représenter à une nouvelle soutenance avec un nouveau rapport de stage.

Seul le jury final composé de professionnels et de responsables du CTI décidera de l'attribution du titre certifié « Responsable technico-commercial France et international ».

Étude de cas « Marketing / Veille à l'international » - écrit - 3 heures

Au-delà du contrôle du niveau de compétences et de connaissance dans le domaine d'activité : Marketing France et international, l'objectif vise à certifier l'aptitude du candidat à identifier de manière pertinente des sources, à analyser et à consolider des informations et pour finir les traduire en plan d'action.

Étude de cas « Appels d'offres – Contrats internationaux – Reporting commercial » - écrit – 3 heures

Au-delà du contrôle du niveau de compétences et de connaissance dans le domaine d'activité : Offres – Contrats commerciaux et négociation, cette épreuve vise à certifier l'aptitude du candidat à élaborer une offre commerciale France / internationale en mesurant les risques, la structurer, la rédiger en intégrant notamment les aspects techniques, commerciaux, financiers, logistiques et juridiques.

Étude de cas « Négociation commerciale » - orale – 30 minutes

Au-delà du contrôle du niveau de compétences et de connaissance dans le domaine d'activité : Négociation, l'objectif visé est d'apprécier l'aptitude du candidat à conduire une négociation commerciale.

L'épreuve prend appui sur une fiche descriptive de situations de négociation commerciale qui comprend les rubriques suivantes :

- Caractéristiques de l'entreprise
- Information sur les acteurs impliqués dans la situation décrite
- Informations techniques, financières, avantage concurrentiel

L'évaluation portera notamment sur la personnalisation de l'argumentation, la conviction et la négociation menée en intégrant les risques potentiels pour l'entreprise.

Étude de cas « Management des équipes commerciales » - écrit – 3 heures

Au-delà du contrôle du niveau de compétences et de connaissance dans le domaine d'activité : Management des équipes commerciales, cette épreuve vise à certifier l'aptitude du candidat à exploiter les informations mises à sa disposition, sélectionner les indicateurs les plus pertinents, analyser les chiffres présentés, présenter des tableaux de bord clairs et lisibles et proposer des actions correctives.

Soutenance orale – orale – 45 minutes

La période de formation en entreprise permet une mise en situation réelle. Le jury appréciera l'investissement personnel du candidat dans les expériences exposées notamment en tenant compte de l'évaluation écrite du tuteur du stagiaire en entreprise (évaluation sur le comportement général du stagiaire en situation professionnelle (critères d'évaluation : capacité d'intégration dans l'équipe, ponctualité, motivation et intérêt pour les missions confiées, prise d'initiative, curiosité...) et le comportement professionnel du stagiaire (critères d'évaluation : capacité à travailler efficacement dans une fonction commerciale, à travailler en équipe, respect des délais et des contraintes, degré d'autonomie...)). La rédaction du rapport de stage et la soutenance feront apparaître les missions réalisées en entreprise ; il ne s'agit pas d'en rester à un rapport descriptif mais de montrer des qualités d'analyse d'un problème ou d'une situation et de faire éventuellement des propositions.

Le rapport de stage et la soutenance feront l'objet de 2 notes distinctes.

Le rapport de stage doit comporter les parties suivantes :

- Un sommaire
- Une présentation de l'entreprise
- La / les mission(s) effectuée(s)
- Une conclusion
- Des annexes

La présentation de l'entreprise comprendra les informations essentielles sur la concernant (nature de l'activité, taille de l'entreprise, organigramme). Ces informations permettent de comprendre le contexte du stage. Cette partie ne devra pas dépasser 3 pages.

La deuxième partie sera consacrée à la présentation des missions qui auront été confiées au candidat. Elle décrira, puis analysera les situations rencontrées par le candidat qui mettra en perspective les tâches accomplies, et les difficultés rencontrées. L'objet de cette partie du rapport est de faire apparaître où, quand et comment, en quoi, le candidat a participé à la vie de l'entreprise.

La conclusion reprendra (sans redite) les principaux apports de la période de formation en entreprise et esquissera un bilan de cette dernière. Le candidat aura l'occasion d'émettre des suggestions et même de porter une appréciation sur sa période de formation en entreprise.

La soutenance de 30 minutes, doit permettre au candidat de dégager les éléments essentiels de son expérience, les faits marquants, les difficultés, les apports, en d'autres termes de faire un bilan de ce temps consacré à sa formation en entreprise. Il ne manquera pas d'apporter de nouveaux éléments par rapport ceux déjà évoqués dans le rapport. 15 minutes maximum seront consacrées obligatoirement à une présentation visuelle dynamique.

Remarque :

Il est porté à l'attention des candidats qu'une évaluation est réalisée à l'issue de chaque bloc et que les notes obtenues compteront pour 30 % de la note finale pour chacune des 4 études de cas.

Qualité des formateurs :

Les titres et l'expérience des formateurs sont en lien avec les contenus de formation.