



Titre professionnel
**Négociateur(trice)
Technico-Commercial(e) [NTC]**



CURSUS MARKETING / VENTES

TITRE PROFESSIONNEL - NIVEAU III

Niveau Bac +2

Accessible après niveau Bac ou diplôme de niveau IV

Formation en 6 mois

Code CPF : 2466

Vendeur(euse)
Conseil en Magasin
Commercial(e)

BAC

Assistant(e)
Commercial(e)
Négociateur(trice)
Technico-Commercial(e)
Manager
d'Univers Marchand

BAC+2

TABLE DES MATIÈRES

■ L'ORGANISME	3
Description des locaux	3
Description des équipements professionnels et didactiques	3
■ LE MÉTIER	4
Pré-requis	4
Emplois visés	4
Perspectives d'évolution de carrière	4
Les compétences du (de la) négociateur(trice) technico-commercial(le)	4
Programme et contenus	4
Public visé	4
Moyens pédagogiques	4
Modalités d'évaluation et titre	5
■ CONTENU	5
Prospecter, présenter et négocier une solution technique	5
Gérer, optimiser l'activité commerciale sur un secteur géographique déterminé	5
Stage en entreprise	5

L'ORGANISME

NEXTFORMATION

55 avenue Hoche 75008 Paris / 4 rue Auber 75009 Paris / 9 avenue de Paris 94300 Vincennes

Téléphone : 01 42 03 77 00 / Fax : 01 42 03 77 07

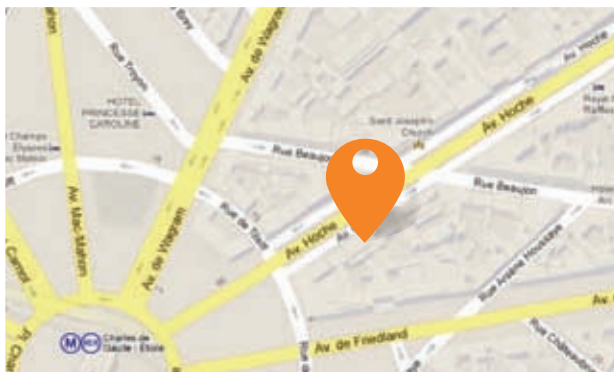
Nom du directeur : **Rémy Moddabber**

Nom du responsable pédagogique : **Pascale Garnotel**

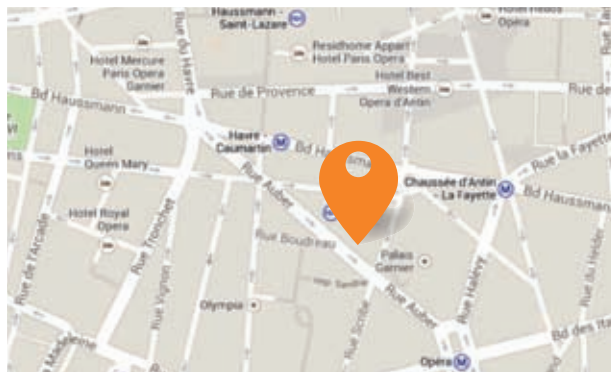
Activité principale : **Formation continue aux TIC**

La formation se déroule :

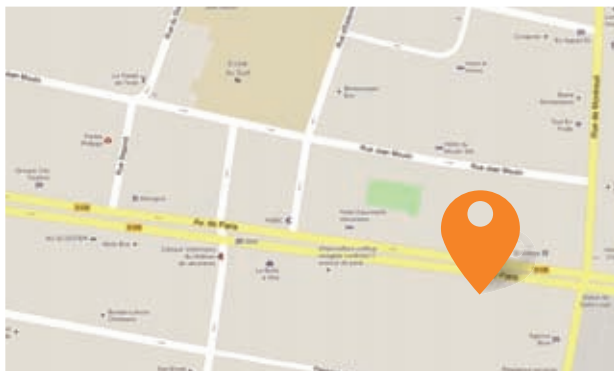
55 avenue Hoche, 75008 Paris



4 rue Auber, 75009 Paris



9 avenue de Paris, 94300 Vincennes



DESCRIPTION DES LOCAUX

Des locaux situés à Paris et à Vincennes sur plus de 2200 m² de plateaux dans des immeubles récents, 31 salles de formation d'une capacité de 3 à 30 personnes, des espaces détente.

DESCRIPTION DES ÉQUIPEMENTS PROFESSIONNELS ET DIDACTIQUES

Notre matériel :

Notre parc informatique permet de répondre aux besoins des apprenants.

Un poste informatique par stagiaire, suite MS Office, Suite SAGE, CRM, Vidéo Projecteur, connexion internet haut débit, documentation spécialisée (revue fiduciaire, Francis Lefebvre, Code du Travail, documents officiels type Cerfa, etc.)

■ LE MÉTIER

Dynamique et doté(e) d'une grande aisance relationnelle et commerciale, le(la) négociateur(trice) technico-commercial(e) exerce son activité en autonomie dans le respect de la politique commerciale de l'entreprise. Il (elle) travaille en très étroite collaboration avec les différents services de l'entreprise ainsi qu'avec des partenaires extérieurs (fournisseurs, sous-traitants, clients...).

L'objectif principal du (de la) négociateur(trice) technico-commercial(e) est le développement et la fidélisation de la clientèle d'un secteur géographique par le biais de propositions commerciales répondant aux attentes de ses clients.

Il (elle) dispose donc d'une double compétence : des compétences commerciales et un savoir-faire technique.

Pré-requis : Connaissances des fonctions de base des outils bureautiques, utilisation courante d'internet.

Emplois visés :

- Technico-commercial(e)
- Chargé(e) d'affaires

■ PERSPECTIVES D'EVOLUTION DE CARRIERE

Après une expérience concluante, le(la) négociateur(trice) technico-commercial(e) évoluera vers des postes d'encadrement ou à plus grande responsabilité tels que : chargé(e) de clientèle, responsable d'achats, acheteur, animateur d'équipe, responsable grands comptes...

■ LES COMPÉTENCES DU (DE LA) NEGOCIATEUR(TRICE) TECHNICO-COMMERCIAL(E)

Le métier de négociateur(trice) technico-commercial(e) s'articule autour de deux activités :

ACTIVITÉ 1 : Prospector, présenter et négocier une solution technique

ACTIVITÉ 2 : Gérer et optimiser l'activité commerciale sur un secteur géographique déterminé

Afin d'être en mesure d'assurer ces deux activités, le(la) négociateur(trice) technico-commercial(e) se doit d'acquérir les compétences suivantes :

- Prospector un secteur géographique défini
- Détecter un besoin, le définir et concevoir une solution technique
- Négocier une proposition commerciale et conduire la vente
- Mettre en œuvre des actions de fidélisation et de développement de la clientèle
- Etudier l'état du marché pour adapter l'offre commerciale
- Organiser un plan d'action commerciale en cohérence avec les besoins du marché
- Faire le bilan de son activité commerciale et rendre compte à sa hiérarchie

■ PROGRAMME ET CONTENUS

La formation d'une durée de 600 heures en centre de formation et 300 heures en stage en entreprise (35 heures par semaine) se décompose en plusieurs modules. Compte tenu de l'évolution du métier et des logiciels, le programme ci-dessous est indicatif et ne saurait être contractuel. Le nombre d'heures exact est référencé sur nos plannings.

■ PUBLIC VISÉ

Tout public en reconversion ou évolution professionnelle.

■ MOYENS PÉDAGOGIQUES

Mises en situation, cas pratiques, supports pédagogiques (plateforme multimédia), travaux en sous-groupes, suivis tutorés, évaluations.

■ MODALITÉS D'ÉVALUATION ET TITRE

Deux évaluations en cours de formation afin de valider l'acquisition des compétences citées au référentiel. En fin de parcours : Session de validation du Titre Professionnel de « négociateur(trice) technico-commercial(e) » composée d'une mise en situation professionnelle et d'un entretien avec un jury.

CONTENU

■ PROSPECTER, PRÉSENTER ET NÉGOCIER UNE SOLUTION TECHNIQUE

Objectifs : Réaliser une prospection efficace et identifier les besoins potentiels. Etre capable d'élaborer et de négocier une proposition commerciale à partir d'un besoin précis déterminé.

- Maîtriser les différents types de prospection
- Identifier des besoins
- Communiquer efficacement et professionnellement à l'oral (l'écoute active, la reformulation...)
- Construire un argumentaire de vente
- Elaborer une proposition commerciale
- Conduire une négociation commerciale
- Mettre en place des actions de fidélisation de la clientèle
- Utiliser un CRM et/ou logiciel de gestion commerciale

■ GÉRER, OPTIMISER L'ACTIVITÉ COMMERCIALE SUR UN SECTEUR GÉOGRAPHIQUE DÉTERMINÉ

Objectifs : Assurer la veille technologique et commerciale en procédant à une analyse du marché. Etre autonome dans le pilotage des activités commerciales quotidiennes, les analyser et y apporter les mesures correctives nécessaires.

- Réaliser des études de marché afin d'adapter son offre
- Elaborer des documents professionnels
- Organiser son planning
- Participer à l'organisation d'un plan d'action commerciale (projets et événements commerciaux)
- Elaborer des tableaux de bord commerciaux et outils de pilotage
- Gérer efficacement les éventuels litiges
- Utiliser un CRM et/ou logiciel de gestion commerciale

■ STAGE EN ENTREPRISE

La formation se termine par une période en entreprise de 2 ou 3 mois. C'est l'occasion de mettre en pratique les compétences acquises, de poursuivre l'apprentissage jusqu'au passage du titre et de découvrir le futur métier dans des conditions réelles d'entreprise.