

FORMATION BUSINESS DEVELOPER

en partenariat avec



RNCP41672

CERTIFIANTE

ÉLIGIBLE AU CPF



Formation Business Developer

Obtenez le bloc de compétences n 2 « Déployer la stratégie commerciale de l'entreprise dans un contexte omnicanal » du titre de niveau 6 « Chargé de développement commercial » enregistré au RNCP, sous le numéro RNCP41672, par décision de France Compétences du 27/11/2025.

RNCP41672

CERTIFIANTE

2 MOIS



DURÉE

Durée estimée de la formation : 2 mois
- 60h



EXAMENS

Deux mises en situation professionnelle



CERTIFICATION

Obtenez le bloc de compétences n 2 de la certification « Chargé de développement commercial » (RNCP41672).



PRÉREQUIS

Accessible à tous sans prérequis



ÉVALUATION

Tests en contrôle continu sur la plateforme en ligne durant la formation.



DÉBOUCHÉS

Business Developer
Chargé(e) d'affaires
Manager Commercial

OBJECTIFS DE LA FORMATION

Déployer la stratégie commerciale sur tous les canaux : conquérir de nouveaux clients grâce à une prospection omnicanale outillée, convaincre et négocier des offres sur mesure, fidéliser par l'expérience client et piloter la performance avec les bons indicateurs.

PROGRAMME DE FORMATION

Déployer la stratégie commerciale de l'entreprise dans un contexte omnicanal

60 heures

Développer une stratégie de prospection omnicanale – Exposé de la problématique

- ✓ Stratégies omnicanal & luxe : comment Louboutin relève le défi de la connaissance client/data ?
- ✓ L'omnicanal comme accélérateur de business : l'histoire de Nespresso

Créer les personas des publics cibles de l'activité commerciale

- ✓ Support de cours : Créer les personas des publics cibles de l'activité commerciale
- ✓ Qu'est-ce que le persona d'un public cible ?
- ✓ Éléments clés : les enjeux des personas pour l'activité commerciale
- ✓ La collecte de données des publics cibles
- ✓ La collecte des données des publics cibles via les réseaux sociaux
- ✓ La collecte des données des publics cibles via les CRM
- ✓ La collecte des données des publics cibles sur les sites web e-commerce
- ✓ Comprendre son client
- ✓ Des personas pour des cibles aux activités différentes
- ✓ Création du portrait-type d'un client
- ✓ Cas pratique : les leviers de croissance grâce aux personas : cas de l'alimentation bio

Connaître les stratégies de conquête client online et/ou offline

- ✓ Support de cours : Connaître les stratégies de conquête client online et/ou offline
- ✓ Présentation du contexte : le Growth Marketing
- ✓ Une approche client vue le growth marketing : le funnel AARRR
- ✓ Focus sur le pirate funnel : la Recommandation
- ✓ Acquisition client : inbound VS outbound marketing
- ✓ Éléments clés : les enjeux de l'acquisition offline
- ✓ 1 levier d'acquisition offline : la publicité media
- ✓ 2 levier d'acquisition offline : la prospection physique
- ✓ 3 levier d'acquisition offline : les événements professionnels
- ✓ 4 levier d'acquisition offline : la prospection téléphonique
- ✓ Éléments clés : les enjeux de l'acquisition online

PROGRAMME DE FORMATION

- ✓ 1 levier d'acquisition online : le site web
- ✓ 2 levier d'acquisition online : la publicité digitale
- ✓ 3 levier d'acquisition online : l'email marketing
- ✓ 4 levier d'acquisition online : les réseaux sociaux
- ✓ Cas pratique : Établir la stratégie de conquête hybride client

Définir les stratégies de conquête client à mettre en place

- ✓ Support de cours : Définir les stratégies de conquête client à mettre en place
- ✓ Rappel sur les diagnostics interne et externe de l'entreprise
- ✓ Éléments clés : Estimer les impacts des forces externes sur l'interface avec les clients

Mettre en place une stratégie de prospection omnicanale

- ✓ Support de cours : Mettre en place une stratégie de prospection omnicanale
- ✓ Présentation du contexte : la stratégie de prospection omnicanale
- ✓ Qu'est-ce que la prospection omnicanale ?
- ✓ Capturer le client sur son canal privilégié
- ✓ Les bonnes pratiques de la prospection
- ✓ Utiliser le format de prospection grâce au persona cible
- ✓ L'approche growth marketing : coordonner les équipes marketing et commerciales
- ✓ Élaborer un plan d'action commercial et marketing
- ✓ Activer des leviers de croissance avec les boucles de viralité
- ✓ Étude de cas : Développer une stratégie de prospection omnicanale

Prospection omnicanale (personas, growth, leviers online/offline)

- ✓ Le scoring de leads : principes et outils
- ✓ Cas pratique : automatiser une campagne de prospection omnicanale
- ✓ Mesurer et optimiser le ROI d'une campagne de prospection (coût par lead, taux de conversion, allocation des ressources)

Rédiger une proposition commerciale complète et convaincante

- ✓ Support de cours : rédiger une proposition commerciale complète et convaincante
- ✓ Éléments clés : les arguments de vente pour convaincre
- ✓ Rendre sa proposition commerciale percutante grâce au copywriting
- ✓ Les frameworks AIDA et PAS en copywriting

PROGRAMME DE FORMATION

- ✓ Susciter l'émotion du client grâce au storytelling
- ✓ Comment vendre plus cher son produit ou ses services ?

Construire un argumentaire adapté aux cibles

- ✓ Structurer un argumentaire commercial adapté à sa cible (méthode CAB/CAP)
- ✓ Co-construire l'argumentaire avec le service marketing et l'aligner sur les politiques de l'entreprise (RSE, prix, marque)
- ✓ Anticiper et traiter les objections
- ✓ Cas pratique : rédiger un argumentaire commercial pour une cible BtoB

Leviers offline/online de démarchage

- ✓ Construire un script d'appel de prospection
- ✓ Rédiger une séquence d'emails de prospection (cold emailing)
- ✓ Cas pratique : simuler une séance de phoning et de prise de rendez-vous
- ✓ Qualifier un prospect et détecter les opportunités de conversion (méthodes BANT, CHAMP)
- ✓ Garantir la cohérence des offres et des messages sur tous les canaux de démarchage

Concevoir une proposition commerciale personnalisée

- ✓ Support de cours : concevoir une proposition commerciale personnalisée
- ✓ Les objectifs de la proposition commerciale
- ✓ Les éléments clés d'une proposition commerciale complète
- ✓ Les différents types de propositions commerciales
- ✓ Identifier les besoins du client pour personnaliser sa proposition commerciale
- ✓ Se différencier de la concurrence avec une proposition commerciale personnalisée
- ✓ Les différents styles de rédaction
- ✓ Structurer sa proposition commerciale pour la rendre claire et facile à lire
- ✓ Les éléments visuels dans la proposition commerciale
- ✓ Les différents formats de la proposition commerciale à remettre au client
- ✓ Template de cahier des charges pour la proposition commerciale
- ✓ Les 3 étapes du suivi de la proposition commerciale
- ✓ Étude de cas : concevoir une proposition commerciale personnalisée
- ✓ Correction de l'étude de cas : concevoir une proposition commerciale personnalisée
- ✓ Cas pratique : proposition commerciale de LuxeDesign : éléments visuels pour l'excellence en design de luxe

PROGRAMME DE FORMATION

- ✓ Template de proposition commerciale
- ✓ Cas pratique : concevoir une proposition commerciale d'excellence

Connaître et savoir appliquer les mentions obligatoires ou interdites selon l'activité et le contexte

- ✓ Support de cours : connaître et savoir appliquer les mentions obligatoires ou interdites selon l'activité et le contexte
- ✓ Définition des concepts clés
- ✓ Éléments clés : 1 mention obligatoire dans le Code du commerce et de la consommation : les produits et services
- ✓ Éléments clés : 2 mention obligatoire dans le Code du commerce et de la consommation : les prix
- ✓ Éléments clés : 3 mention obligatoire dans le Code du commerce et de la consommation : la publicité
- ✓ Éléments clés : 4 mention obligatoire dans le Code du commerce et de la consommation : les contrats
- ✓ Les risques pour les entreprises et les consommateurs en cas de non-respect des mentions obligatoires
- ✓ Éléments clés : 1 mention interdite dans le Code du commerce et de la consommation : les produits et services
- ✓ Éléments clés : 2 mention interdite dans le Code du commerce et de la consommation : les prix
- ✓ Éléments clés : 3 mention interdite dans le Code du commerce et de la consommation : la publicité
- ✓ Éléments clés : 4 mention interdite dans le Code du commerce et de la consommation : les contrats
- ✓ Les risques pour les entreprises et les consommateurs en cas de non-respect des mentions interdites
- ✓ Cas pratique : appliquer les mentions interdites selon l'activité et le contexte
- ✓ Cas pratique : appliquer les mentions obligatoires selon l'activité et le contexte

Répondre à un appel d'offres

- ✓ Comprendre un appel d'offres public ou privé (DCE, cahier des charges, critères d'attribution)
- ✓ Construire une réponse à appel d'offres (go/no go, mémoire technique, offre financière)
- ✓ Cas pratique : répondre à un appel d'offres commercial

Connaître les types et les styles de négociation

- ✓ Support de cours : Connaître les types et les styles de négociation
- ✓ La négociation commerciale
- ✓ La négociation de partenariat et diplomatique

PROGRAMME DE FORMATION

- ✓ Les styles de négociation
- ✓ Déterminez votre style de négociation
- ✓ Cas pratique : Développer une stratégie commerciale basée sur la connaissance des types et des styles de négociation

Mener une négociation de la préparation à la conclusion

- ✓ Support de cours : Mener une négociation de la préparation à la conclusion
- ✓ La négociation en 3 phases
- ✓ Les enjeux d'une bonne préparation de la négociation
- ✓ Les objectifs SMART
- ✓ Préparer une négociation
- ✓ Préparation, 1 étape : identifier les besoins et intérêts des parties
- ✓ Préparation, 2 étape : identifier les objectifs réalisables
- ✓ Préparation, 3 étape : élaborer une stratégie de négociation
- ✓ Préparation, 4 étape : préparer les arguments et contre-arguments
- ✓ Conduire une négociation commerciale avec un client
- ✓ Conduire une négociation commerciale avec un partenaire
- ✓ Utiliser un modèle pour aller au-delà du non
- ✓ Savoir désamorcer les conflits
- ✓ L'importance de conclure l'accord
- ✓ Les différentes techniques pour conclure un accord
- ✓ Cas pratique : Développer les compétences de l'équipe commerciale
- ✓ Cas pratique : Préparer une négociation client

Maîtriser la technique de négociation gagnant-gagnant

- ✓ Support de cours : Maîtriser la technique de négociation gagnant-gagnant
- ✓ Sortir de la négociation marchandage
- ✓ Rechercher l'intérêt commun avec l'équilibre de Nash
- ✓ La tactique de l'engagement en négociation
- ✓ L'argumentaire structuré ADP pour trouver un terrain d'entente
- ✓ La méthode Harvard, alias la négociation raisonnée
- ✓ Appliquer la négociation gagnant-gagnant sur le terrain
- ✓ Cas pratique : proposer des solutions technologiques personnalisées

PROGRAMME DE FORMATION

Maîtriser les différentes techniques de négociation

- ✓ Support de cours : Maîtriser les différentes techniques de négociation
- ✓ La technique BATNA : sortir gagnant de la négociation
- ✓ Identifier les intérêts cachés en négociation
- ✓ Négocier à l'aide de l'analyse des expressions faciales et des silences
- ✓ La méthode des "5 pourquoi" pour améliorer la prise de décision
- ✓ Utiliser les principes de persuasion de Cialdini dans la négociation
- ✓ 7 biais cognitifs à exploiter en négociation
- ✓ 10 compétences de négociation essentielles pour les commerciaux
- ✓ Cas pratique : Conduire une négociation

Intégrer l'éthique et la RSE dans la négociation commerciale

- ✓ Support de cours : Intégrer l'éthique et la RSE dans la négociation commerciale
- ✓ Qu'est-ce que l'éthique dans la négociation commerciale ?
- ✓ Définition de la RSE
- ✓ Les enjeux éthiques de la relation commerciale (support de cours et Genially)
- ✓ Les enjeux de la RSE dans les négociations B2C et B2B
- ✓ Les avantages compétitifs liés à l'intégration de l'éthique et la RSE
- ✓ Les risques liés à l'absence d'éthique et de RSE dans la négociation commerciale
- ✓ Les audits RSE et les certifications
- ✓ Les méthodes pour intégrer la RSE dans les clauses contractuelles
- ✓ Les méthodes de négociations éthiques
- ✓ Les limites de l'application de l'éthique et la RSE
- ✓ Étude de cas : Intégrer de l'éthique et de la RSE dans la négociation commerciale

Négocier dans le respect du droit et des politiques de l'entreprise

- ✓ Le cadre juridique de la négociation commerciale (droit commercial, concurrence, consommation, RGPD)
- ✓ Négocier dans le cadre de la politique de prix de l'entreprise (marges de manœuvre, remises, contreparties)

PROGRAMME DE FORMATION

Rédiger les contrats commerciaux de partenariats

- ✓ Support de cours : rédiger les contrats commerciaux de partenariats
- ✓ Qu'est-ce qu'un contrat de partenariat commercial ?
- ✓ Les intérêts du partenariat commercial, avantages et risques
- ✓ Les différents types de partenariats commerciaux
- ✓ Les clauses du contrat de partenariat commercial
- ✓ Éléments clés : Modèle de contrat de partenariat commercial
- ✓ Cas pratique : rédiger les contrats commerciaux de partenariats

Contrats de vente B2B / B2C / e-commerce

- ✓ La structure d'un contrat de vente B2B et B2C
- ✓ Les spécificités contractuelles de la vente e-commerce (CGV, rétractation, livraison)
- ✓ Traduire les éléments négociés en clauses précises (prix, délais, pénalités, contreparties)
- ✓ Collaborer avec les services juridiques internes et externes
- ✓ Cas pratique : sécuriser un contrat de vente e-commerce

Comprendre les motivations et les comportements des clients

- ✓ Support de cours : Comprendre les motivations et les comportements des clients
- ✓ Attentes et besoins des clients
- ✓ Analyser les données sur les clients
- ✓ Utiliser la méthode BFD pour trouver les moteurs des clients
- ✓ Utiliser la carte d'empathie
- ✓ Comprendre les clients pour prendre des décisions commerciales
- ✓ Cas pratique : Comprendre les motivations et les comportements des clients

Comprendre le parcours multicanal des clients

- ✓ Support de cours : Comprendre le parcours multicanal des clients
- ✓ Le parcours multicanal
- ✓ Parcours d'achat, parcours client, expérience client
- ✓ Optimiser le parcours d'achat
- ✓ Définir l'étendue du parcours client
- ✓ Définir les séquences du parcours client

PROGRAMME DE FORMATION

- ✓ Différences entre multicanal, crosscanal et omnicanal
- ✓ Définir son parcours client multicanal
- ✓ Les enjeux du parcours multicanal
- ✓ Cas pratique : Comprendre le parcours multicanal des clients chez H&M

Identifier les points de contact avec l'entreprise ou la marque

- ✓ Support de cours : Identifier les points de contact avec l'entreprise ou la marque
- ✓ L'état des lieux des différents points de contact
- ✓ Les 5 étapes du parcours client
- ✓ Identifier les différents canaux de contact
- ✓ Comprendre les comportements des clients lorsqu'ils interagissent avec la marque
- ✓ Le rôle des points de contact dans la vente
- ✓ Identifier les points de contact critiques
- ✓ Évaluer la qualité de l'expérience client
- ✓ Cas pratique : Identifier les points de contact avec l'entreprise Sephora

Optimiser le parcours omnicanal : cohérence, personnalisation, accessibilité

- ✓ Construire une expérience client omnicanale cohérente entre points de vente physiques et digitaux
- ✓ Rendre le parcours client accessible aux personnes en situation de handicap (accessibilité numérique et physique)
- ✓ Personnaliser et enrichir le parcours client (données, recommandations, contenus)
- ✓ Mesurer la performance des points de contact et repérer les obstacles (NPS, CSAT, CES, taux d'abandon)
- ✓ Cas pratique : auditer l'accessibilité et la cohérence d'un parcours client omnicanal

Événements commerciaux à destination des clients/prospects

- ✓ Organiser un événement commercial à destination de prospects et clients (salon, atelier, démonstration)
- ✓ Animer un temps de networking ou une démonstration produit
- ✓ Concevoir les supports de l'événement et adapter le discours au public
- ✓ Exploiter l'événement : suivi des leads, fidélisation et mesure des résultats
- ✓ Cas pratique : concevoir un événement commercial pour générer des leads

PROGRAMME DE FORMATION

Favoriser le traitement efficace des litiges client

- ✓ Support de cours : le traitement des litiges clients
- ✓ La gestion d'un litige client
- ✓ Adopter des règles de comportement
- ✓ Les types de litige client
- ✓ Les conséquences des litiges client
- ✓ Créer des processus de traitement des litiges
- ✓ Gestion des litiges : rendre la créance certaine
- ✓ Identifier le niveau de complexité d'une réclamation ou d'un litige
- ✓ Négocier en situation de litige ou de réclamation avec la méthode DESC
- ✓ Les bonnes pratiques pour limiter les litiges
- ✓ Cas pratique : La gestion des litiges chez Pétille

Préserver la satisfaction client dans le cas d'un litige

- ✓ Support de cours : Préserver la satisfaction client dans le cas d'un litige
- ✓ L'impact des contentieux sur les performances de l'entreprise
- ✓ La charte éthique au cœur des relations commerciales entre professionnels
- ✓ Le cadre réglementaire des litiges : le Code de la consommation
- ✓ La médiation pour préserver une relation amiable et durable
- ✓ Droits des affaires : la médiation, un outil rationnel de résolution des conflits plébiscité par les entreprises/BFM Business
- ✓ La conciliation pour trancher un différend à l'amiable
- ✓ Répondre à des réclamations clients
- ✓ Étude de cas : Analyser la satisfaction client
- ✓ Cas pratique : la satisfaction lors des litiges chez Pétille
- ✓ Traiter un litige avec un partenaire commercial (fournisseur, distributeur, prestataire)

Connaître et appliquer les règles relatives au RGPD dans le domaine commercial

- ✓ Support de cours : Connaître et appliquer les règles relatives au RGPD dans le domaine commercial
- ✓ Qu'est-ce que le RGPD ?
- ✓ La notion de donnée personnelle et son traitement
- ✓ Les enjeux du RGPD dans le domaine commercial
- ✓ Les implications du RGPD pour les entreprises
- ✓ À retenir ! Commerce et publicité

PROGRAMME DE FORMATION

- ✓ Les sanctions en cas de non-conformité des entreprises
- ✓ Cas pratique : conformité de l'entreprise EcoTech au RGPD

Collecte et traitement des données commerciales

- ✓ Support de cours : collecte et traitement des données commerciales
- ✓ Comprendre les sources de données
- ✓ Outils et techniques 1 Groupe : Collecte des données
- ✓ Connaître les avantages et les limites de chaque source de données
- ✓ Définir un processus simple et fiable de collecte des données
- ✓ Utiliser les outils numériques de l'entreprise pour collecter les données
- ✓ Connaître les différentes techniques de traitement des données
- ✓ Utiliser les logiciels appropriés pour traiter les données
- ✓ Collecter et traiter des données pour alimenter le tableau de bord
- ✓ Centraliser et fiabiliser les données commerciales (référentiel client unique, qualité, mise à jour)
- ✓ Cas pratique : optimiser et sécuriser des données commerciales

Mettre en place les outils d'analyse du portefeuille client

- ✓ Support de cours : Mettre en place les outils d'analyse du portefeuille client
- ✓ Définition et rôle d'un CRM
- ✓ Les fonctionnalités clés d'un CRM
- ✓ Piloter la force de vente avec le CRM Salesforce
- ✓ Gérer le pipeline de vente avec le CRM Hubspot
- ✓ Automatiser la force de vente avec la solution open source Zoho
- ✓ Cas pratique : le logiciel CRM chez SneakerKING

S'approprier le CRM pour améliorer le process commercial

- ✓ Éléments clés : Optimiser le processus commercial
- ✓ Comment rendre le processus commercial plus efficace ?
- ✓ Trouver les informations à l'aide d'un CRM
- ✓ Créer un ordinogramme dans Excel
- ✓ Étude de cas : cartographie du process commercial de pipeline de ventes de la société Harvez
- ✓ Cas pratique : Analyse comparative des stratégies CRM de 3 entreprises

PROGRAMME DE FORMATION

Mettre en place les indicateurs de la performance commerciale

- ✓ Support de cours : mettre en place les indicateurs de la performance commerciale
- ✓ Les enjeux de la performance commerciale
- ✓ Objectifs et attentes de la direction
- ✓ Les indicateurs de performance
- ✓ Sélectionner les KPI pertinents
- ✓ Bien utiliser les KPI
- ✓ Améliorer la performance commerciale
- ✓ Cas pratique : proposer des solutions afin d'atteindre les objectifs et de maximiser les performances

Conception d'un tableau de bord de suivi de l'activité commerciale

- ✓ Support de cours : conception d'un tableau de bord de suivi de l'activité commerciale
- ✓ Les usages du tableau de bord du pilotage de la performance commerciale
- ✓ Les étapes de conception d'un tableau de bord
- ✓ Qu'est-ce qu'un tableau de bord ?
- ✓ Identifier les objectifs et les destinataires du tableau de bord
- ✓ Utiliser les critères SMART pour définir les KPI
- ✓ Introduction : la structure du tableau de bord
- ✓ Excel : créer un tableau de bord interactif
- ✓ Concevoir la structure du tableau de bord adapté
- ✓ Présenter les indicateurs de manière claire et synthétique
- ✓ Introduction : les outils numériques pour la conception et la présentation du tableau de bord
- ✓ Tableau de bord : outil de pilotage de votre entreprise
- ✓ Bien utiliser les fonctionnalités d'un tableau de bord
- ✓ Concevoir un tableau de bord personnalisé
- ✓ Cas pratique : Concevoir un tableau de bord de suivi commercial

Analyse prédictive, ERP et choix des outils

- ✓ L'analyse prédictive appliquée au pilotage commercial (prévision des ventes, scoring)
- ✓ Le rôle de l'ERP et son articulation avec le CRM
- ✓ Choisir un outil de pilotage : besoins, fonctionnalités, offres du marché
- ✓ Cas pratique : prévoir les ventes d'un portefeuille client

PROGRAMME DE FORMATION

Analyse des résultats et prise de décisions

- ✓ Support de cours : analyse des résultats et prise de décision
- ✓ L'analyse des écarts
- ✓ Définition de l'analyse des résultats et son importance dans la prise de décision
- ✓ Les différentes étapes de l'analyse des résultats
- ✓ Les différentes sources d'information pour analyser la performance commerciale
- ✓ Le ROI : définition, calcul et méthode
- ✓ Les différents types d'écarts
- ✓ Comprendre les écarts pour identifier les actions correctives
- ✓ Les méthodes et outils pour évaluer l'efficacité des actions correctives
- ✓ Mesurer la contribution des actions et des canaux au chiffre d'affaires (attribution omnicanale, taux de rétention)
- ✓ Intégrer l'environnement externe dans l'analyse des performances (marché, concurrence, saisonnalité)
- ✓ Cas pratique : renforcer l'efficacité et la confiance à l'aide d'une communication stratégique
- ✓ Cas pratique : maximiser le retour sur investissement

Mettre en place des actions correctives et communiquer les résultats

- ✓ Support de cours : mettre en place des actions correctives et communiquer les résultats
- ✓ Identifier les actions correctives
- ✓ Évaluer la faisabilité des actions
- ✓ Identifier les actions les plus impactantes
- ✓ Identifier les risques
- ✓ Évaluer l'impact prévisionnel de chaque action corrective
- ✓ Planifier les étapes de mise en œuvre de chaque action
- ✓ Définir les responsabilités de chaque acteur impliqué
- ✓ Évaluer les coûts et bénéfices de chaque action corrective
- ✓ Mettre en place un suivi régulier
- ✓ Évaluer l'efficacité réelle de chaque action corrective
- ✓ Identifier les nouvelles actions à mettre en place
- ✓ Étude de cas : piloter la performance commerciale
- ✓ Cas pratique : Analyse des écarts financiers et commerciaux de SS Society

PROGRAMME DE FORMATION

Rédiger un reporting commercial en français et en anglais

- ✓ 2 boutons (français et anglais)
- ✓ Rédaction du reporting commercial
- ✓ Structurer un reporting commercial : résultats, écarts, mesures correctives, ajustements
- ✓ Rendre le reporting lisible pour la Direction (visualisation, message clé)
- ✓ La communication des résultats
- ✓ Méthodologies pour bien communiquer
- ✓ Identifier les destinataires de la communication pour les résultats
- ✓ Définir le format et le contenu de la communication
- ✓ Évaluer l'impact de la communication des résultats
- ✓ Interviews d'experts
- ✓ Cas pratique : rédiger le reporting mensuel d'une équipe commerciale

LE PLUS DE LA FORMATION

Le parcours Coaching Carrière

Se former à un métier, c'est bien. Savoir décrocher l'opportunité, c'est encore mieux. En plus de votre formation, vous bénéficiez du parcours Coaching Carrière, un **parcours de 15h dédié à votre employabilité**. Si vous prenez la formule Premium de votre formation, vous bénéficierez de 6 séances individuelles de coaching axé employabilité avec votre mentor. Au programme :

- clarifier votre projet professionnel
- construire un CV et une lettre de motivation qui marquent
- préparer vos entretiens et déployer une vraie stratégie de recherche

Objectif : transformer votre recherche d'emploi ou de stage en résultats concrets.

À l'issue du parcours, vous disposez d'outils concrets et directement exploitables :

- Un **projet professionnel clarifié**
- Un **CV optimisé**, adapté à une offre réelle
- Une **lettre de motivation** personnalisée
- Un **pitch professionnel** prêt à être délivré
- Une **liste d'entreprises cibles** et des alertes emploi paramétrées
- Un **profil LinkedIn optimisé**
- Un **tableau de suivi des candidatures** opérationnel



VOTRE EXPÉRIENCE



Notre plateforme d'apprentissage en ligne a été conçue pour vous offrir une formation fluide et interactive. Avec des supports variés et un accès simplifié, vous progressez à votre rythme et dans les meilleures conditions.

LES SUPPORTS PÉDAGOGIQUES



COURS VIDÉO DE HAUTE QUALITÉ

Plongez dans nos cours vidéo de haute qualité, disponibles 24h/24 pour un apprentissage efficace et une expérience d'apprentissage enrichissante.



EXERCICES ET CAS PRATIQUES

Mettez en pratique ce que vous avez appris avec nos exercices et cas pratiques conçus pour renforcer votre compréhension et affiner vos compétences.



SUPPORTS ÉCRITS TÉLÉCHARGEABLES

Accédez à un condensé des informations des vidéos grâce à nos supports écrits téléchargeables, permettant une révision efficace où que vous soyez.



QUIZ EN FIN DE MODULE

Mesurez votre compréhension avec nos quiz en fin de module, conçus pour vous auto-évaluer et valider efficacement vos acquis.



WEBINAIRES DE FORMATION

Enrichissez votre expérience d'apprentissage avec nos webinaires interactifs ! Profitez de discussions et de conseils enrichissants pour élargir vos connaissances.



SYNTHÈSES ET MISES EN SITUATION

Découvrez la réalité du métier à travers nos saynètes et mises en situation, et plongez dans des expériences concrètes pour affiner vos compétences.

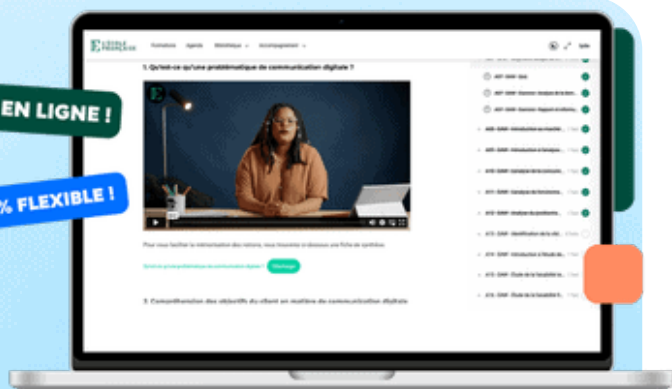
LA PLATEFORME DE FORMATION

- Accessible 24h/24 et 7j/7
- Facile à prendre en main
- Suivi de la progression
- Possibilité de replay
- Prise de rendez-vous intégrée

VOTRE RÉUSSITE COMMENCE ICI !

100% EN LIGNE !

100% FLEXIBLE !



L'ACCOMPAGNEMENT



Découvrez l'accompagnement sur mesure de L'École Française conçu pour garantir votre réussite et faciliter votre parcours de formation.

VOTRE MENTOR DÉDIÉ : UN PROFESSIONNEL DU SECTEUR

- **Conseils pro** : conseils et astuces basés sur une riche expérience dans le domaine.
- **Évolution des compétences** : notions clés et explications détaillées.
- **Boost de motivation** : écoute et encouragement pour surmonter les moments de doute et de challenge.
- **Orientation carrière** : conseils pour aider à définir et à réaliser les objectifs professionnels.
- **Retours continus** : retours réguliers et constructifs pour optimiser l'apprentissage.



SES MISSIONS :

Vous projeter dans la réalité du secteur et partager des conseils clés pour réussir professionnellement.



VOTRE RENDEZ-VOUS EN 1 CLIC

- Depuis l'onglet Agenda
- Sur le créneau qui vous convient
- Avec le mentor de votre choix
- Pour répondre à toutes vos questions
- Et bien plus encore !

VOTRE SÉANCE INDIVIDUELLE VOUS ATTEND

LES EXAMENS



Grâce à notre plateforme d'examen à distance en e-surveillance, vous passez votre évaluation ou partie de votre évaluation en toute sérénité, où que vous soyez. Sécurisée et simple d'utilisation, elle garantit le bon déroulement de votre examen tout en respectant les exigences officielles.

NOTRE ÉCOLE PARTENAIRE

Cette formation est réalisée en partenariat avec **PIGIER**, une école de commerce reconnue pour son expertise depuis plus de 170 ans :

- **25 écoles** implantées dans les principales villes de France
- **Plus de 13 000 étudiants** formés chaque année
- Une expertise en commerce **reconnue et recherchée par les entreprises**

En choisissant PIGIER, vous bénéficiez d'une formation spécialisée qui vous ouvre les portes d'une carrière réussie dans le commerce !



LES EXAMENS DE VOTRE CERTIFICATION

Bloc 2 : Déployer la stratégie commerciale de l'entreprise dans un contexte omnicanal

Deux mises en situation professionnelle :

1 mise en situation donnant lieu à une **soutenance orale** devant un jury :

- ✓ La soutenance devra porter sur un cas réel vécu en entreprise.
- ✓ L'apprenant devra produire un dossier de présentation écrit.
- ✓ La soutenance se termine avec un temps d'échange avec le jury.
- ✓ **Durée** : 35 min de préparation et 10 min de passage

2 mise en situation professionnelle donnant lieu à un **jeu de rôles** avec un jury

- ✓ **Déroulement** : séquence d'un événement commercial
- ✓ **Durée** : 30 min de préparation et 20 min de passage

LA FLEXIBILITÉ

MATÉRIEL REQUIS

- Ordinateur avec webcam et micro
- Connexion internet stable

E-SURVEILLANCE

- Depuis chez vous
- Accessible 24h/24 et 7j/7

ACCOMPAGNEMENT AUX EXAMENS

- Examen blanc
- Présentation à l'examen officiel
- Rattrapage inclus

NOS OFFRES

	LIGHT	BASE	PREMIUM
CONTENUS PÉDAGOGIQUES			
Cours vidéo animés par des formateurs experts produits dans nos studios	✓	✓	✓
Fiches synthèse et supports PDF téléchargeables	✓	✓	✓
Approche pratique : quiz, exercices et mises en situation	✓	✓	✓
Accès illimité aux contenus à vie*	✓	✓	✓
ACCOMPAGNEMENT EXPERT			
Masterclass interactives animées en direct par un professionnel du secteur	✓	✓	✓
Séances privées de mentorat avec un expert de votre filière	2 séances	6 séances	Illimitées*
Accompagnement personnalisé par nos coachs jusqu'à la certification	✓	✓	✓
COACHING EMPLOYABILITÉ			
Séances privées de 30 minutes avec un expert employabilité	✗	✗	6 séances
Masterclass dédiées : refonte CV, préparation entretien, conférences spécialisées	✓	✓	✓
Accès à un parcours coaching carrière de 15h pour réussir votre recherche d'emploi	✓	✓	✓
DURÉE			
Durée d'accès à l'accompagnement coaching & mentorat	5 mois	7 mois	9 mois
* Sous réserve de terminer votre formation dans les délais impartis			
TARIFS			
	1849 € Soit 205,44€ par mois pendant 9 mois	2149 € Soit 238,78€ par mois pendant 9 mois	2549 € Soit 283,22€ par mois pendant 9 mois

LES AVIS DE NOS APPRENANTS

Christophe A — ★ ★ ★ ★ ★



Très bonne formation, claire et complète. Je recommande sincèrement

Le projet

Après avoir brillamment réussi son oral de management avec L'École Française, Christophe a décroché un poste de Business Developer Commercial au sein d'une entreprise en plein développement. Engagé en CDD pour accompagner la création du poste, il est chargé de déployer la stratégie commerciale et de développer le chiffre d'affaires de la société. Une évolution vers un CDI est déjà envisagée, signe de la confiance que lui accorde son employeur.



— Mélanie B —



Plateforme intuitive, réactivité du service support et de la coach.



— Carine —



L'École Française nous soutient, nous donne des conseils tout le long de notre formation. On n'est pas du tout laissé à nous-mêmes. Beaucoup d'informations sont données pour nous aider à trouver un emploi. Je suis très satisfaite.



— Pinto —



La plateforme est agréable à utiliser et je n'ai pas perdu de temps à chercher les cours ou les documents. Les contenus vont à l'essentiel tout en restant complets, ce qui m'a bien convenu. J'ai aussi trouvé l'accompagnement sérieux, avec des



— Damien —



*La meilleure école pour la formation à distance.
Un merci spécial à ma coach grâce à qui, ma motivation reste intacte.*

LES POINTS CLÉS



ACCOMPAGNEMENT

Coaching personnalisé

Profitez de l'accompagnement 100% sur mesure pour avancer sereinement dans votre formation.

Mentorat illimité

Profitez de séances privées avec un expert du secteur. Corrections d'exercices, révisions, projet professionnel, il vous guide vers la réussite.

Service client prioritaire

Un problème ? Une question ? Un besoin ? Obtenez une réponse dans les plus brefs délais par mail ou par téléphone.



COMPÉTENCES

Cours vidéo accessibles à vie

Accédez en illimité à vos contenus de formation ainsi qu'à l'ensemble de leurs mises à jour.

Préparation aux examens

Annales, examens blancs, conseils, obtenez votre certification dans les meilleures conditions.

Approche pratique

Entraînez-vous grâce aux nombreux exercices, quiz et cas pratiques disponibles.



EXPERTISE

Conférences spécialisées

Accédez à des conférences spécialisées pour approfondir vos connaissances tout au long de votre formation.

Masterclass interactives

Vivez des moments d'échanges avec un professionnel du secteur autour de thématiques clés en lien avec votre formation.



LES FINANCEMENTS

Pour faciliter l'accès à nos formations, plusieurs financements sont à votre disposition. Vous pouvez choisir de financer votre formation par :

- Carte bancaire en mensualités
- Votre entreprise grâce à son Plan de Formation ou son opérateur de compétences
- Les organismes publics comme France Travail
- Votre Compte Personnel de Formation (CPF)



LE SECTEUR

LES ENJEUX ACTUELS

Face à l'évolution constante des marchés et des comportements d'achat, les enjeux du commerce intègrent la maîtrise des tendances actuelles et la capacité à instaurer une relation client de confiance. Ces éléments sont déterminants pour construire une stratégie commerciale efficace et pérenne.

Évolution des attentes clients

L'ère moderne voit les consommateurs devenir de plus en plus exigeants en matière de personnalisation et de réactivité des marques. Ils recherchent des expériences d'achat sur-mesure et des interactions plus humaines, même en ligne.

Opportunité : se différencier en offrant des expériences client exceptionnelles, renforçant ainsi la fidélité et augmentant la valeur à vie du client.

Automatisation et nouvelles technologies

La transformation digitale entraîne une intégration croissante des technologies d'automatisation dans le commerce. Ces outils promettent d'améliorer l'efficacité, de réduire les coûts et d'offrir des expériences client plus fluides.

Opportunité : ces innovations technologiques permettent d'optimiser les processus, mais aussi de devancer la concurrence en offrant des services novateurs.

Durabilité et responsabilité sociale

De plus en plus, les consommateurs tiennent compte des impacts environnementaux et sociaux de leurs achats. La durabilité est devenue un critère de choix majeur et les entreprises sont tenues de faire preuve de responsabilité éthique.

Opportunité : les marques qui intègrent des pratiques durables et responsables dans leurs stratégies commerciales ont l'occasion de capter un marché croissant de consommateurs conscients et engagés, renforçant ainsi leur image et leur positionnement.

LES GRANDES LIGNES



Responsabilités diverses : étude de marché, gestion de portefeuilles, négociation commerciale, suivi des ventes, stratégies de vente

Cadre professionnel : entreprises de toutes tailles, boutiques, plateformes e-commerce

Compétences requises : connaissance des marchés, techniques de vente, suivi clientèle et fidélisation, analyse de données, capacités relationnelles

Perspectives de carrière : responsable commercial, manager de ventes, directeur des opérations commerciales

LES MÉTIERS

Business Developer

2600-3800€ BRUT/MOIS

Explorer de nouveaux marchés, tisser des partenariats, créer des opportunités : le business developer est l'avant-garde de la croissance. Un chasseur de potentiel qui façonne l'avenir de l'entreprise.

Chargé(e) d'affaires

2500-3500€ BRUT/MOIS

Prospecter, négocier, livrer : le chargé d'affaires développe son portefeuille clients en gérant des projets complexes de bout en bout. Un métier exigeant, qui mêle expertise technique et sens commercial.

Manager Commercial

4000-5800€ BRUT/MOIS

Fixer les objectifs, accompagner les commerciaux et analyser les performances. Le manager commercial traduit la stratégie en actions concrètes sur le terrain et propulse son équipe vers l'excellence.

Modalités

Modalités d'assistance du stagiaire lors de la séquence de formation réalisée à distance

1- Les compétences et les qualifications des personnes chargées d'assister le bénéficiaire de la formation :

Juliette Sannicolo :

Master of science International Human Ressources Management - Rennes School of Business, Directrice Pédagogique & certification de l'École Française, accompagnée de son équipe.

Alexandre Tirman :

Directeur des consultants pédagogiques de L'École Française, assisté d'une équipe de conseillers experts métiers dédiés par parcours de formation.

2- Les modalités techniques selon lesquelles le stagiaire est accompagné ou assisté, les périodes et les lieux mis à sa disposition pour s'entretenir avec les personnes chargées de l'assister ou les moyens dont il dispose pour contacter ces personnes

Pendant toute la durée de la formation, le stagiaire est accompagné dans tous les cas via la messagerie intégrée à la plateforme e-learning de L'École Française.

Il peut également solliciter un accompagnement technique ou pédagogique par e-mail à l'adresse :

support@lecolefrancaise.fr. Le stagiaire peut solliciter un ou plusieurs rendez-vous personnalisés avec un professionnel expert via Calendly intégrée dans la plateforme e-learning.

Les professionnels experts disposent des qualités suivantes : fibre pédagogique, aisance orale, écrite et relationnelle, expertise métier.

3- Les délais dans lesquels les personnes en charge de son suivi sont tenues de l'assister en vue du bon déroulement de l'action, lorsque cette aide n'est pas apportée de manière immédiate.

Dans tous les cas, une assistance sera apportée au stagiaire dans un délai maximal de 7 jours après l'envoi d'un e-mail à l'adresse suivante :

support@lecolefrancaise.fr.



ÉVALUATION DES RÉSULTATS ET MODALITÉS DE SUIVI DE L'ACTION DE FORMATION



Chaque complétion d'un chapitre (ex. : cours vidéo) de la plateforme de formation à distance est enregistrée et conservée dans la base de données MySQL de la plateforme. Un rapport nominatif peut être édité à tout moment pour vérifier l'assiduité et la complétion des chapitres, et suivre l'exécution de l'action.

Au cours de la réalisation de la séquence de l'action de formation à distance, les acquis des stagiaires seront évalués grâce à différents tests en ligne (quiz type QCM, étude de cas, mise en situation, etc.).

Des e-mails de relance pourront également être adressés au stagiaire, lorsque celui-ci n'aura pas exécuté la totalité de l'action de formation.

MODALITÉS DE SANCTION DE L'ACTION DE FORMATION

1) Certificateur et certification

Certificateur : PIGIER

Titre certifié : Bloc n 2 du titre « Chargé de développement commercial » (RNCP41672)

2) Modalités d'inscription aux épreuves du bloc de compétences de la certification professionnelle

Dès que le stagiaire termine sa formation, il pourra passer ses examens écrits du bloc de compétence via la plateforme Macertification.org accessible depuis la plateforme cours. Tous les tarifs d'examens liés au titre sont inclus dans le prix de la formation. Concernant les oraux, le certificateur prendra directement contact avec l'apprenant. Il est à noter que tout apprenant, qui aurait suivi la formation à distance, peut s'inscrire à toutes les épreuves de la certification professionnelle.

3) Modalités d'évaluation lors des épreuves

Vous retrouverez le détail des épreuves ainsi que leur durée dans la section dédiée aux examens.

4- Document délivré après le passage de la certification professionnelle

Le parchemin de réussite à la certification sera envoyé de manière dématérialisée sous 15 jours après le jury annuel. Celui-ci est valable à vie.

ACCESSIBILITÉ HANDICAP

Nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap physique à la condition qu'elles puissent utiliser un ordinateur. Les personnes malentendantes et malvoyantes ne pourront toutefois pas bénéficier de manière autonome de l'ensemble des services proposés :





lecolefrancaise.fr



01 76 41 13 15

