

PROGRAMME FORMATION

Titre Professionnel NÉGOCIATEUR TECHNICO-COMMERCIAL – RNCP39063**

Version V1 – Mise à jour du 2025-12-22

B&CO FORMATION

118 AVENUE JEAN JAURÈS, 75019 PARIS

Mail : direction@bandco-formation.fr

N° de Déclaration d'Activité : 11757373175 (ce numéro ne vaut pas agrément d'état)

Certification Qualiopi – Actions de formation & CFA valable jusqu'au 16/02/2026

Lien de la certification: <https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/39063/>

Certificateur : Ministère du Travail, du Plein Emploi et de l'Insertion

Certification valable jusqu'au 10/06/2029

1. OBJECTIFS DE LA FORMATION

À l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

Bloc 1 – Élaborer une stratégie de prospection et la mettre en œuvre

- Assurer une veille commerciale pertinente et continue.
- Concevoir et organiser un plan d'actions commerciales.
- Prospecter un secteur défini en utilisant les outils CRM, IA et marketing omnicanal.
- Analyser ses performances, déterminer les écarts et mettre en œuvre des actions correctives.

Bloc 2 – Négocier une solution technique et commerciale et consolider l'expérience client

(Conformément au REAC – TP NTC, France Compétences

Référentiel_Activités_Compé...)

- Représenter l'entreprise et valoriser son image.
 - Concevoir une proposition technique et commerciale personnalisée.
 - Négocier une solution technique et commerciale en présentiel ou à distance.
 - Réaliser le bilan de son activité et rendre compte.
 - Optimiser la gestion de la relation client.
-

2. PUBLIC VISÉ (Item Qualiopi n°2)

Toute personne souhaitant exercer un métier commercial en B2B :

- commerciaux débutants ou intermédiaires,
 - demandeurs d'emploi,
 - salariés en reconversion ou en montée en compétences.
-

3. PRÉREQUIS

Aucun niveau spécifique requis

- **Savoir lire, écrire et parler français**
-

4. MODALITÉS D'ACCÈS

Envoi de l'évaluation des besoins (via mail ou site internet).

1. **Analyse par le centre** et validation de l'adéquation stagiaire / formation.
 2. Envoi :
 - du **programme de formation**,
 - du **dossier d'inscription**,
 - de la **convention** (ou Cerfa pour apprentissage le cas échéant),
 - de la **convocation**.
 3. **Contact possible via le site internet et par mail.**
 4. **Délai d'accès : 14 jours** après validation de l'ensemble des documents.
-

5. DURÉE DE LA FORMATION

420 heures

- 100% distanciel (foad)
Rythme (1 semaine à l'école / 3 semaines en entreprise)
 - Période adaptable selon profil
-

6. TARIF

8 000 € TTC

7. MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Approche pédagogique active :

- Apports théoriques issus du REAC/RC.
- Exercices basés sur des situations professionnelles réelles.
- Jeux de rôle (prospection, négociation).
- Mise en situation d'utilisation de CRM, IA, emailing, suivi KPI.
- Études de cas pratiques.
- Ateliers d'analyse de performances commerciales.
- Accompagnement individuel pour l'élaboration du **Dossier Professionnel (DP)**.

Moyens matériels :

- Salle équipée : tables, chaises, tableau, télé.
- Plateforme e-learning avec contenus, vidéos et exercices.
- Support PDF, accès CRM et outils numériques adaptés.

8. MODALITÉS D'ÉVALUATION

Assistance technique et pédagogique

Une assistance technique et pédagogique appropriée est mise en place afin d'accompagner le bénéficiaire tout au long du déroulement de son parcours de formation.

Chaque apprenant bénéficie d'un **accès personnalisé à la plateforme « Mon Compte**

Learning », permettant un accès illimité aux cours, à la vidéothèque pédagogique, aux ressources numériques, ainsi qu'aux webinaires, sensibilisations et formations à distance.

La plateforme intègre un outil de visioconférence **BigBlueButton**, permettant la réalisation de **cours individuels et/ou de sessions collectives**, animés par un formateur.

Un **coaching personnalisé et individuel**, sur mesure, est proposé à chaque alternant, pour une durée minimale d'**une heure**, ajustable en fonction des besoins et de la disponibilité de l'agenda pédagogique, avec possibilité d'heures complémentaires à la demande.

Les échanges et prises de contact sont facilités via **courriel, téléphone, forum et chat**, accessibles directement depuis l'espace personnel de l'apprenant.

Les activités pédagogiques réalisées à distance représentent une **durée moyenne de 460 heures par an et par apprenant**.

Modalités d'évaluation et de validation de la formation

Les évaluations jalonnant et concluant la formation permettent de mesurer la progression et l'acquisition des compétences tout au long du parcours. Elles comprennent notamment : **quiz, QCM, devoirs, cas pratiques, études de cas, contrôles continus, corrections, relevés de notes, examens blancs**, ainsi que la **préparation à la certification**.

Un **test de positionnement** est réalisé avant l'entrée en formation (QCM et test oral établi à partir d'une grille d'évaluation).

Les évaluations se poursuivent tout au long de la formation à travers les **évaluations de blocs de compétences (ECF 1 et ECF 2)**, les **dossiers professionnels et de production**, ainsi que les évaluations menées par le **maître d'apprentissage** sur les compétences développées en entreprise.

Un **livret de progression pédagogique et d'évaluation**, un **livret d'apprentissage et d'accueil**, ainsi qu'un **suivi tutoral en ligne** sont mis à disposition.

L'apprenant bénéficie d'un **accompagnement continu** assuré par les référents pédagogiques et formateurs, via des échanges téléphoniques, mails et visioconférences, tout au long de la formation.

À l'issue du parcours, une **attestation de fin de formation** et un **certificat de réalisation** sont délivrés.

La formation est conclue par un **examen final**, au cours duquel les candidats sont évalués par un **jury de professionnels**, chargé de statuer sur l'attribution du **titre professionnel** sur la base des éléments suivants :

- une **mise en situation professionnelle écrite** (épreuve de synthèse),

- un **entretien technique** s'appuyant sur un guide de questionnement et les situations observées en entreprise,
- un **entretien final avec le jury**, fondé sur les résultats des évaluations réalisées en cours de formation ainsi que sur le **dossier professionnel**, retraçant l'ensemble des compétences acquises.

En cas de validation partielle d'un seul **CCP**, le candidat peut repasser le CCP manquant pendant la période de validité du titre.

En cas d'échec total, une **nouvelle tentative est autorisée**, avec l'accord du jury, dans l'année suivant la première session d'examen.

9. MODALITÉS DE CERTIFICATION

La certification s'obtient :

A. Par ECF

- Mise en situation professionnelle
- Entretien technique
- Questionnement à partir du dossier professionnel
- Entretien final avec jury

B. Inscription à l'examen :

- Inscription sur **CERES** réalisée par le centre d'examen habilité
- Envoi de la convocation officielle
- Passage dans un centre agréé du **Ministère du Travail**
(Certificateur officiel : Ministère du Travail, du Plein Emploi et de l'Insertion)

Modalités d'évaluations à la Certifications:

Modalités d'évaluation :

Mise en situation professionnelle : 6 h 30 min

La mise en situation professionnelle comporte une partie écrite et une partie orale.

Avant le début de l'épreuve, le responsable de session propose deux contextes d'entreprise aux candidats. Chaque candidat en choisit un.

Tous les candidats passent la partie écrite en même temps, en présence d'un surveillant. Ils impriment leurs travaux et les rendent au surveillant.

Avant de recevoir les candidats individuellement pour la partie orale, le jury prend connaissance de leurs travaux écrits. Il n'annote pas les travaux.

Partie 1 : mise en situation écrite (durée : 4 h)

La mise en situation professionnelle se présente sous forme d'étude de cas, située dans le contexte d'une entreprise fictive.

Le candidat renseigne un tableau de bord à partir de données fournies, analyse les résultats et conçoit une présentation de 10 à 12 slides de type diaporama avec les actions qu'il envisage de mener.

Le candidat analyse le contexte d'entreprise et du premier contact prospect et rédige une proposition technique et commerciale.

Partie 2 : mise en situation orale (durée : 2 h 30 min)

Le candidat dispose de ses travaux réalisés lors de la mise en situation écrite.

Pendant 30 minutes, il se prépare à la mise en situation orale.

Pendant 15 minutes, le candidat présente le compte rendu de son analyse du tableau de bord. En s'appuyant sur le diaporama, il présente les actions qu'il compte mener.

Pendant 15 minutes, le jury échange avec le candidat sur ses travaux.

Le jury dispose d'un guide d'entretien.

Pendant 15 minutes, le candidat prospecte par téléphone. Il doit obtenir l'identité du responsable à contacter afin de prendre rendez-vous avec lui par téléphone. Il prend rendez-vous avec le responsable. Les membres du jury assurent le rôle des interlocuteurs.

Pendant 60 minutes, le candidat présente sa proposition technique et commerciale lors d'un entretien en face à face. Il négocie la solution pour amener le prospect à signer le bon de commande ou, à minima, à fixer un rendez-vous ultérieur de conclusion.

Pendant 15 minutes, le jury échange avec le candidat sur sa négociation. Le jury dispose d'un guide de questionnement.

Entretien technique : 50 min

L'entretien technique a lieu après la mise en situation professionnelle

Il comporte trois parties :

Pendant 20 minutes de préparation, le candidat prend connaissance d'une matrice SWOT, donnée par le jury.

Pendant 15 minutes, le candidat présente les éléments qu'il a repérés et les suggestions qu'il propose.

Pendant 15 minutes, le jury échange avec le candidat sur l'ensemble de ses travaux. Le jury dispose d'un guide d'entretien.

Questionnement à partir de production(s) : 01 h 00 min

Le questionnement à partir de productions se déroule à l'issue de l'entretien technique.
En amont de l'épreuve, le candidat réalise un document et un support de présentation de type diaporama relatif aux compétences :

- Assurer une veille commerciale
- Concevoir et organiser un plan d'actions commerciales
- Optimiser la gestion de la relation client

Le jury prend connaissance du document avant le questionnement.

Pendant 30 minutes, le candidat présente le diaporama.

Pendant 30 minutes, le jury questionne le candidat à partir de sa présentation. Le jury dispose d'un guide d'entretien.

Entretien final : 10 min

Y compris le temps d'échange avec le candidat sur le dossier professionnel.

Le jury questionne le candidat sur les principales actions mentionnées dans le DP.

Durée totale de l'épreuve pour le candidat : 08 h 30 min

Voies d'accès prévues par France Compétences :

- Formation continue
- Apprentissage
- VAE (Validation des Acquis de l'Expérience)
- Contrat de professionnalisation
- Formation hors parcours certifiant + passage examen

Taux de réussite national (France Compétences)

→ d'après les données officielles RNCP (Négociateur Technico-Commercial)

48 % de réussite nationale (moyenne constatée sur les résultats publiés).

Taux du centre :

1 stagiaires formés – 1 présenté – 1 reçu

10. ACCESSIBILITÉ & HANDICAP

Le centre accueille les PMR / PSH.

Un aménagement est possible selon la situation.

Référent handicap :

Nayla LACHELAH

- Tél : 07 56 85 42 99
 - Mail : direction@bandco-formation.fr
-

11. DÉBOUCHÉS PROFESSIONNELS (France Compétences)

Extraits du RNCP39063 :

- Technico-commercial
 - Chargé d'affaires
 - Responsable grand compte
 - Chargé de développement commercial
 - Commercial B2B
 - Key account manager
 - Business developer
 - Sales account executive
-

12. BLOCS DE COMPÉTENCES (Référentiel France Compétences)

BLOC 1 – Élaborer une stratégie de prospection et la mettre en œuvre

Contenus inspirés du REAC :

- Méthodologie de veille commerciale
- Outils IA, CRM, e-CRM
- Construction de personas
- Techniques de prospection inbound & outbound
- Organisation d'un plan d'actions commerciales
- Analyse de performance & KPI
- Techniques de prise de rendez-vous
- Réglementation prospection / RGPD
- Eco-responsabilité & sobriété numérique
- Gestion du portefeuille client

BLOC 2 – Négocier une solution technique et commerciale et consolider l'expérience client

Contenus inspirés du REAC :

- Méthodologie de qualification client
- Conception d'une proposition technique & commerciale
- Argumentation commerciale avancée
- Négociation (présentiel / distanciel)

- Support de présentation (pitch, supports digitaux, data IA)
 - Traitement des objections
 - Suivi de la relation client & fidélisation
 - Analyse d'activité commerciale
 - E-réputation & image professionnelle
 - Connaissance des normes et réglementation commerciale
-

13. INDICATEURS DE PERFORMANCE (données actuelles du centre)

- **Taux de satisfaction : 0**
- **Nombre de bénéficiaires : 1**
- **Taux de réussite du centre : 100**
- **Taux national : 72**
- **Taux de retour enquêtes : 100**
- **Taux d'abandon : 0**
- **Taux d'interruption de parcours : 0**
- **Taux d'insertion professionnelle : Non applicable (effectif insuffisant)**
- **Taux de rupture en alternance : 0**

Statistiques:

Année d'obtention de la certification	Nombre de certifiés	Nombre de certifiés à la suite d'un parcours vae	Taux d'insertion global à 6 mois (en %)	Taux d'insertion dans le métier visé à 6 mois (en %)	Taux d'insertion dans le métier visé à 2 ans (en %)
2022	1394	9	84	75	80

Tableaux croisés de certifications:

BLOCS DE COMPETENCES	CONTENUS DE LA FORMATIONS
BLOC 1 — Élaborer une stratégie de prospection et la mettre en œuvre	BLOC 1 — Élaborer une stratégie de prospection et la mettre en œuvre

1. Assurer une veille commerciale :

- Analyse du marché, tendances, concurrence, offres, innovations.
- Suivi des réglementations, appels d'offres, évolutions technologiques.
- Utilisation des outils numériques, CRM, IA, plateformes de veille.

2. Concevoir et organiser un plan d'actions commerciales :

- Définition d'objectifs commerciaux et d'indicateurs (KPI).
- Construction d'un plan d'actions : segmentation, ciblage, priorisation.
- Élaboration d'une stratégie omnicanale (email, téléphone, réseaux, terrain).
- Planification des actions commerciales (roadmap, outils IA, géolocalisation).

3. Prospector un secteur défini :

- Création de personas selon les segments de marché.
- Techniques de prospection : inbound, outbound, téléphone, emailing, RDV, événements, réseaux.
- Qualification des leads, découverte des besoins, argumentaire d'accroche.
- Utilisation des CRM / e-CRM, automatisation marketing, IA.
- Respect du RGPD, règles prospection / démarchage.

4. Analyser ses performances commerciales :

- Suivi des KPI : taux de conversion, nombre de leads, CA, panier moyen, ROI.
- Analyse des écarts objectifs / résultats.
- Proposition d'actions correctives / ajustements du plan d'actions.
- Reporting auprès de la hiérarchie et collaboration interne.
- Mise en place de décisions correctives alignées avec la stratégie d'entreprise.

BLOC 2 — Négocier une solution technique et commerciale et consolider l'expérience client

5. Représenter l'entreprise et valoriser son image :

- Maîtrise de la communication professionnelle (écrite, orale, digitale).
- Présentation de l'entreprise, des produits, des valeurs, des engagements RSE.
- Gestion de l'e-réputation, présence sur réseaux professionnels (LinkedIn).

6. Concevoir une proposition technique et commerciale :

- Analyse du besoin client (technique / fonctionnel).
- Élaboration d'une offre sur mesure (devis, solution technique, configuration).
- Étude de faisabilité, rentabilité, contraintes technico-commerciales.
- Intégration des enjeux de durabilité écologique dans l'offre.

7. Négocier une solution technique et commerciale :

- Conduite d'entretien de vente (présentiel / distanciel).
- Argumentation, gestion des objections, reformulation, closing.
- Techniques de négociation (win-win, concession, alternatives).
- Adaptation de la communication à l'interlocuteur et aux situations de handicap.

8. Réaliser le bilan, ajuster son activité commerciale et rendre compte :

- Retour sur les rendez-vous, analyse de la relation client.
- Mise à jour du CRM, suivi des actions engagées.
- Calcul marge / rentabilité / prévisions commerciales.
- Reporting régulier, réajustement du plan commercial.

9. Optimiser la gestion de la relation client :

- Suivi post-vente, fidélisation, stratégie long terme.
- Résolution des problèmes clients, communication proactive.

- | | |
|--|--|
| | <ul style="list-style-type: none">• Mise en œuvre d'actions de satisfaction / rétention / upsell / cross-sell.• Coordination avec équipes internes (technique, support, SAV). |
|--|--|

14. CONTACT DU CENTRE

B&CO FORMATION

118 AVENUE JEAN JAURÈS, 75019 PARIS

Mail : direction@bandco-formation.fr

Tél. : 07 56 85 42 99

Président : **Nayla LACHELAH**

Responsable Formateurs :

Mail : direction@bandco-formation.fr

Tél. : 07 56 85 42 99

Président : **Nayla LACHELAH**

Responsable pédagogique :

Mail : direction@bandco-formation.fr

Tél. : 07 56 85 42 99

Président : **Nayla LACHELAH**

Référent Handicap:

Mail : direction@bandco-formation.fr

Tél. : 07 56 85 42 99

Président : **Nayla LACHELAH**