



DOCUMENT DE LIAISON ENTRE
LE CENTRE DE FORMATION D'APPRENTIS
ET LES ENTREPRISES

CAHIER DES CHARGES DE LA FORMATION

Brevet de Technicien Supérieur
Négociation Relation Client

Juin 2005

Le Recteur de l'Académie


Gérald CHAIX

Le Président de la
Chambre Régionale de
Commerce et d'Industrie d'Alsace


Jean Pierre LAVIELLE

SOMMAIRE

Descriptif du métier Vendeur – Négociateur commercial	
Les fonctions essentielles	1
Description de l'emploi et aptitudes requises	2
Le règlement d'examen	3
Fiche de renseignement Entreprise – Apprenti(e) – C.F.A	4
Pré requis et outils	5
Le document de liaison	
Observations générales – Mode d'emploi	6
Mise en œuvre	7
A propos de	
La formation	8
Le contexte professionnel	8
La formation	
Analyser son environnement de travail	9 - 10
Mener une démarche commerciale cohérente	11 - 12
Acquérir des compétences managériales	13 - 14
Observations du maître d'apprentissage, du C.F.A., de l'apprenti(e)	15 - 16
Notes personnelles	17
Élaboration du document de liaison – liste des participants	18

Conforme au nouveau référentiel du BTS Négociation Relation Client, ce document de liaison se veut d'abord un instrument de travail vivant et efficace pour les maîtres d'apprentissage, les formateurs et les apprentis.

Fruit d'une collaboration étroite entre les représentants des entreprises d'accueil d'apprentis et les formateurs des centres de formation, ce document a été achevé en **janvier 2005**.

VENDEUR – NEGOCIATEUR COMMERCIAL

L'activité du titulaire du brevet de technicien supérieur Négociation et Relation Client s'inscrit dans un contexte de mutation des métiers commerciaux sous les effets conjugués de l'élévation du degré d'exigence du consommateur, de l'ouverture des marchés et des évolutions technologiques.

Ce technicien supérieur est un vendeur - négociateur commercial qui **gère la relation client dans sa globalité**, de la prospection jusqu'à la fidélisation, et contribue ainsi à la croissance profitable du chiffre d'affaires compatible avec une optique de développement durable.

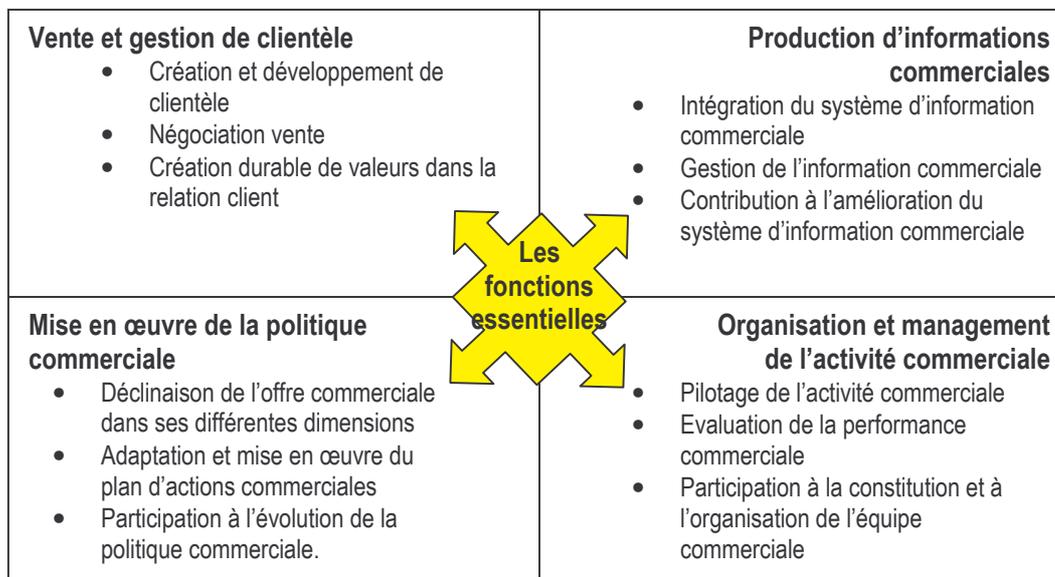
Il inscrit son activité dans une **logique de réseau** en privilégiant le **travail coopératif**.

La **maîtrise des nouvelles technologies** de l'information et de la communication spécifiques à son métier conditionne sa performance et sa productivité commerciale.

Le titulaire de ce diplôme est la première interface entre l'entreprise et son marché. À ce titre, il participe à l'intelligence commerciale de l'organisation et contribue à l'efficacité de la politique commerciale.

En fonction de son expérience et de ses qualités, il peut devenir responsable d'une équipe commerciale, de taille variable selon l'organisation qui l'emploie.

Quatre fonctions essentielles caractérisent son activité :



Description de l'emploi et aptitudes requises

Les emplois relèvent de la fonction commerciale - vente. Par delà une certaine diversité terminologique d'appellation de ces emplois, il est possible d'identifier trois grands axes d'activité du titulaire du brevet de technicien supérieur Négociation et Relation Client : le soutien à l'activité commerciale, la relation client et le management des équipes commerciales.

À titre indicatif, les appellations les plus fréquentes sont les suivantes :

- **Domaine du soutien à l'activité commerciale** : prospecteur, téléprospecteur, promoteur des ventes, animateur des ventes, animateur réseau
- **Domaine de la relation client** : vendeur, représentant, commercial, négociateur, délégué commercial, conseiller commercial, attaché commercial, conseiller de clientèle, chargé de clientèle, chargé d'affaires, télévendeur, responsable comptes - clés, responsable de secteur, ingénieur commercial, agent commercial, négociant - distributeur, courtier.
- **Domaine du management des équipes commerciales** : chef des ventes, responsable des ventes, superviseur, responsable d'équipes de prospection, responsable de secteur, assistant manager.

L'activité du titulaire du brevet de technicien supérieur Négociation et Relation Client s'exerce en direction de la clientèle potentielle ou actuelle de l'entreprise. Elle varie en fonction des structures, des activités et des statuts de l'organisation qui l'emploie. Elle est également fonction du statut juridique accordé au titulaire.

Les aptitudes requises pour l'exercice de ces métiers peuvent se regrouper de la façon suivante :

- **Autonomie et responsabilité**
Le titulaire du brevet de technicien supérieur Négociation et Relation Client assume pleinement la responsabilité et le suivi de ses actions et de ses clients.
Il prend des décisions en tenant compte des usages du marché, de la politique de l'entreprise et des offres et pratiques de la concurrence. Son autonomie est variable dans l'exécution des tâches.
Il organise son travail et éventuellement celui de son équipe, assure le suivi des résultats et des objectifs, gère son temps et son budget.
Par ailleurs, il applique les règles de droit et de déontologie spécifiques à son secteur d'activité.
- **Maîtrise des technologies**
Grâce à sa maîtrise des technologies de l'information et de la communication constamment mobilisées dans son activité, il assure le tri et la remontée des informations pertinentes non seulement en direction de sa hiérarchie mais également vers les autres membres de son réseau.
Ces nouvelles technologies modifient également les conditions habituelles d'exercice de son activité, dans une logique de recherche de productivité commerciale accrue.
- **Aptitudes personnelles**
Curieux, persévérant, motivé, mobile et disponible, il fait preuve d'un esprit d'équipe. Il inscrit sa démarche dans la logique de l'action collective.
Il gère le stress inhérent à sa charge de travail, à ses déplacements, à l'atteinte de ses objectifs commerciaux et à son mode de rémunération.
Doté d'un esprit d'analyse et d'une hauteur de vue, il fait preuve d'initiative et de créativité dans les limites de l'autonomie dont il dispose.

REGLEMENT D'EXAMEN

Brevet de technicien supérieur NÉGOCIATION ET RELATION CLIENT		Voie scolaire, apprentissage , formation professionnelle continue, enseignement à distance, candidats justifiant 3 ans d'expérience professionnelle		
Épreuves	Unités	Coef .	Forme ponctuelle	Durée
E1 Français	U1	3	Écrite	4 h
E2 Communication en langue vivante étrangère	U2	3	Orale	30+ 30mn ⁽¹⁾
E3 Économie droit	U3	3	Écrite	4 h
E4 Communication commerciale	U4	4	Orale	40+ 40mn ⁽²⁾
E5 Management et gestion d'activités commerciales	U5	4	Écrite	5 h
E6 Conduite et présentation de projets commerciaux	U6	4	Pratique	1 h
Communication en langue vivante étrangère B ⁽³⁾	UF1	2	orale	20 mn

(1) 30 minutes de préparation

(2) 40 minutes de préparation

(3) La langue vivante étrangère choisie au titre de l'épreuve facultative est obligatoirement différente de celles choisies au titre de l'épreuve obligatoire

A propos de l'épreuve de Conduite et Présentation de Projets Commerciaux

Le candidat subit l'épreuve dans l'établissement où il a reçu la formation, avec les matériels et les logiciels dont il a appris l'utilisation.

L'épreuve débute par une présentation de 10 minutes maximum, à l'aide du dossier, des missions préparatoires et du (des) projet(s) réalisé(s) pendant la période de formation. Durant cet exposé, le candidat ne peut être interrompu.

Ensuite, la commission peut être conduite à demander des éclaircissements ou des approfondissements sur tout ou partie des points précédemment exposés.

Dans une seconde phase (20 minutes maximum), le candidat présente, au choix de la commission d'interrogation, une ou des étapes du (des) projet(s) réalisé(s). Pour étayer son propos, il peut s'appuyer sur tout document à sa convenance.

Pour sa présentation, **il utilise impérativement les outils informatiques et de communication** mis en oeuvre dans le cadre du projet et mis à sa disposition.

L'entretien avec la commission d'interrogation (30 minutes maximum), exclusivement centré sur les projets réalisés par le candidat et sur les technologies commerciales afférentes, permet enfin de préciser et/ou d'approfondir certains aspects de l'exposé et notamment de vérifier, si nécessaire, le degré de maîtrise des TIC. Il peut éventuellement être étendu à d'autres projets.

L'ENTREPRISE

Dénomination :
Secteur d'activité :
Adresse :
Tél. : Fax :
e-mail :
Chef d'entreprise :
Statut :
Maître d'apprentissage :
Fonction :

L'APPRENTI(E)

Nom : Prénom :
Adresse :
Tél. : e-mail :

LE CENTRE DE FORMATION D'APPRENTIS

Désignation :
Adresse :
Tél. : Fax :
e-mail :
Directeur :
Responsable pédagogique :
Chargé des relations assurant le suivi
- année scolaire : ____/____ :
- année scolaire : ____/____ :
Professeur assurant le suivi des activités professionnelles
- année scolaire : ____/____ :
- année scolaire : ____/____ :

LE CONTRAT

Date de début : Date de fin :

Contact Strasbourg	Contact Colmar	Contact Mulhouse
Monsieur Philippe ANDERHALT Inspecteur de l'apprentissage CCI DU BAS-RHIN POLE FORMATION/POINT A 234, avenue de Colmar – BP 267 67021 STRASBOURG CEDEX 1 Tél. : 03.88.43.08.63 Fax : 03.88.43.08.55 e-mail : p.anderhalt@strasbourg.cci.fr	Monsieur Yves BAVAU Inspecteur de l'apprentissage CCI de Colmar et du Centre Alsace Service Assistance Formation Apprentissage Emploi 1 place de la Gare – BP 7 68001 COLMAR CEDEX Tél. : 03.89.20.20.81 Fax : 03.89.20.21.30 e-mail : y.bavau@colmar.cci.fr	Monsieur Jean Marc SCHUMACHER Inspecteur de l'apprentissage CCI Sud Alsace Mulhouse POINT A 8 rue du 17 Novembre – BP 1088 68051 MULHOUSE CEDEX Tél. : 03.89.66.71.23 Fax : 03.89.66.78.00 e-mail : jm.schumacher@mulhouse.cci.fr

Pré requis et outils

L'évolution des métiers de la vente impose à l'apprenti préparant le BTS NRC de dépasser la simple fonction de prospecteur/négociateur sur un secteur géographique pour épouser celle de véritable responsable de portefeuille clients.

L'accent est dès lors mis sur la connaissance approfondie et systématisée du client, une évaluation de la rentabilité et du risque qui lui est attaché et l'allocation des ressources commerciales sur des plans d'action réfléchis, avec en trame de fond, une utilisation rationnelle des nouvelles technologies de l'information et de la communication.

Aussi, l'apprenti devra, en pré requis à sa formation disposer des bases fondamentales de l'utilisation de l'outil informatique, niveau de connaissances et de compétences qui ne pourra être inférieur au **niveau 2 du B2I** (Brevet Informatique et Internet) atteint en fin de classe de Seconde dans l'Enseignement Général et Technologique.

Pour mémoire, les compétences de niveau 2 du B2I sont :

- maîtriser les premières bases de la technologie informatique ;
- adopter une attitude citoyenne face aux informations véhiculées par les outils informatiques, lors de manipulations de données utiles aux activités d'apprentissage et à la suite de débats (...)
- organiser son espace de travail en gérant fichiers et dossiers de manière appropriée à ses besoins ;
- chercher, se documenter au moyen d'un produit multimédia (cédérom, DVD-rom, site internet)
- s'informer et se documenter en utilisant un navigateur et en usant d'un moteur de recherche ;
- communiquer au moyen d'une messagerie électronique et notamment échanger des fichiers, dans le cadre d'une correspondance authentique.
- produire, créer, modifier et exploiter un document à l'aide d'un logiciel de traitement de texte ;
- organiser des traitements numériques à l'aide d'un tableur ;
- organiser des documents complexes comportant des tableaux, des formules et des liens avec d'autres documents ;
- percevoir les limites relatives à l'utilisation d'informations nominatives ainsi que celles que fixe le respect de la propriété intellectuelle.

Sources : <http://www.educnet.education.fr/formation/B2i.htm>

Pendant la formation, le CFA dispensera la formation sur l'environnement technologique du commercial et sur les technologies commerciales opérationnelles, et en particulier sur les logiciels de Présentation Assistée par Ordinateur, de Système Gestionnaire de Bases de Données Relationnelles, de Gestion et Suivi de Projet et de Gestion de Relation Clientèle (CRM).

La relative complexité de cet enseignement et la fréquence des cours imposent une pratique assidue et quasi-permanente de ces logiciels, aussi, est-il vivement conseillé aux apprentis de disposer d'un poste informatique non seulement sur le lieu de travail mais également à leur domicile. L'entreprise favorisera l'accès à l'outil informatique sur le lieu de travail.

Les métiers de la vente nécessitent également de fréquents déplacements, par conséquent, l'apprenti devra idéalement être titulaire du permis de conduire B – et le cas échéant, mettre tout en œuvre pour, dans les meilleurs délais, pouvoir assurer pleinement ses missions.

LE DOCUMENT DE LIAISON

Observations Générales

Outil de base de la formation professionnelle par apprentissage, le document de liaison répartit et articule les responsabilités de formation entre l'entreprise et le CFA.

Fruit d'un travail d'équipe de professionnels, de conseillers de l'enseignement technologique, de responsables pédagogiques et d'enseignants au niveau académique, le présent document est élaboré à partir de l'observation du vécu du métier en entreprise. Les tâches recensées sont les supports des compétences et des savoirs technologiques associés, mentionnés dans le référentiel du BTS Négociation Relation Client.

- Les contenus de formation se répartissent sur 4 semestres. Le document s'articule autour de 3 domaines d'activités.
- Il s'agit d'un outil évolutif. Des modifications ou réajustements pourront se faire après bilan de l'utilisation de ce document.
- La concertation entre le CFA et l'entreprise est nécessaire pour améliorer la qualité et l'efficacité de la formation et établir une bonne communication entre les partenaires qui encadrent les apprentis.

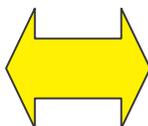
L'essentiel de la formation professionnelle des apprentis a lieu en entreprise, le CFA intervient en complément de celle-ci.

Le document de liaison est un véritable cahier des charges de la formation et en aucun cas un document d'évaluation.

Mode d'Emploi

Ce document de liaison est avant tout un précieux guide pour le maître d'apprentissage et l'apprenti. Outil de communication et de concertation, il permet le dialogue entre les acteurs :

maître d'apprentissage ou tuteur
apprenti
maître d'apprentissage ou tuteur
inspecteur de l'apprentissage



apprenti
enseignants du CFA
enseignants du CFA
apprenti / maître d'apprentissage

Le "positionnement-bilan" du parcours de formation de fin de semestre peut être établi de multiples façons :

- par le maître d'apprentissage et les tuteurs
- à l'occasion d'un échange maître – apprenti
- par l'apprenti qui peut également s'auto-positionner tant en entreprise qu'au CFA.

LE DOCUMENT DE LIAISON

Mise en œuvre

Le document de liaison est présenté et explicité aux Maîtres d'apprentissage :

- par l'inspecteur de l'apprentissage lors de la déclaration en vue de l'accueil d'apprentis
- lors de la formation pédagogique du maître d'apprentissage
- par le CFA au début de la formation de l'apprenti et lors de la visite en entreprise
- par l'inspecteur de l'apprentissage lors de sa visite en entreprise

Le document de liaison permet d'organiser la progression des enseignements professionnels tout au long de la formation.

Il est l'outil de référence qui permet :

- Au maître d'apprentissage :
 - ✓ de choisir et confier à l'apprenti des tâches appropriées en fonction des capacités à atteindre
 - ✓ de mieux connaître le contenu et la progression de la formation professionnelle
 - ✓ de positionner l'apprenti tout au long de sa formation
- A l'équipe pédagogique du CFA :
 - ✓ d'organiser sa progression en tenant compte du vécu en entreprise
 - ✓ d'élaborer des outils d'accompagnement (grille d'évaluation, fiches bilans,...)
- A l'apprenti :
 - ✓ d'avoir un aperçu global de sa formation professionnelle
 - ✓ de comprendre la complémentarité du CFA et de l'entreprise
 - ✓ de jouer un rôle actif dans sa formation et d'être plus responsable
 - ✓ d'évaluer ses progrès

En complément du document de liaison, des outils pédagogiques peuvent être réalisés par les enseignants du CFA, notamment :

- des fiches navettes CFA / Entreprises servant à guider la recherche de l'apprenti et permettant à l'enseignant de CFA de suivre et d'exploiter le vécu de l'apprenti en entreprise
- des grilles d'évaluation ou fiches bilans permettant
 - ✓ aux deux partenaires de la formation de positionner l'apprenti de façon régulière et concertée en fonction des objectifs à atteindre
 - ✓ à l'apprenti d'être informé de l'avancement de sa formation

Ce document est un outil de concertation dynamique servant de référence constante aux formateurs de l'entreprise et du CFA pour assurer à l'apprenti une formation complète, méthodique et de qualité.

A PROPOS DE

La formation

L'essentiel de la formation des apprentis est assuré en entreprise. Le CFA intervient en complément de l'action du maître d'apprentissage.

C'est par l'exercice des activités menées et du ou des projet(s) conduit(s) en entreprise que l'apprenti va acquérir les compétences nécessaires.

Les enseignements théoriques dispensés au CFA permettent de mieux comprendre et réaliser le travail en entreprise.

Le contexte professionnel

Il se caractérise par :

- un client difficile à conquérir et à fidéliser car exigeant, informé, sélectif, versatile face à des modes d'achat diversifiés et à des sollicitations multiples ;
- une concurrence intensifiée, notamment sous l'effet d'une déréglementation continue des marchés nationaux de plus en plus ouverts et sur lesquels aucune position n'est définitivement acquise ;
- des entreprises contraintes au changement, dont la survie est liée à leur capacité et leur rapidité d'adaptation dans un contexte de développement de valeurs nouvelles telles que le développement durable, l'éthique, le respect de l'environnement et la citoyenneté
- des cycles de vie de produits et / ou de services de plus en plus courts ;
- des produits (ou services) de plus en plus ciblés et différenciés pour tenir compte du besoin d'individualisation des consommateurs ;
- une informatique " télécommunicante " généralisée qui repose sur un usage croissant des bases de données clients / prospects, des réseaux intranets / extranets, des centres de contact clientèle, de l'e-commerce...;
- une présence plus soutenue d'équipes commerciales dont le nomadisme s'accroît, grâce au développement d'outils portables.

L'implication forte de l'apprenti dans son contexte professionnel est un facteur déterminant de réussite professionnelle et d'obtention du diplôme.

LA FORMATION

Progression en Entreprise

ACTIVITES				
Rendre l'apprenti capable ...				
...d'analyser son environnement de travail	EN ENTREPRISE			
	(a)	SEMESTRE (b)		
	1	2	3	4
<p>SE SITUER DANS LE SYSTEME D'INFORMATION DE L'ENTREPRISE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Situer les différents acteurs du réseau relationnel, leurs rôles respectifs et repérer sa place dans cette architecture (organigrammes) • Appréhender le contexte réglementaire, juridique, commercial, économique et social de l'entreprise • Connaître et respecter les procédures d'accès et de contrôle du système d'information commerciale • Maîtriser l'information et les technologies de la communication en relation avec les besoins professionnels 	①			
<ul style="list-style-type: none"> • Appréhender le contexte réglementaire, juridique, commercial, économique et social de l'entreprise • Connaître et respecter les procédures d'accès et de contrôle du système d'information commerciale • Maîtriser l'information et les technologies de la communication en relation avec les besoins professionnels 	②			
<ul style="list-style-type: none"> • Connaître et respecter les procédures d'accès et de contrôle du système d'information commerciale • Maîtriser l'information et les technologies de la communication en relation avec les besoins professionnels 	②			
<ul style="list-style-type: none"> • Maîtriser l'information et les technologies de la communication en relation avec les besoins professionnels 	④			
<p>PRODUIRE DE L'INFORMATION</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identifier les sources internes et externes d'informations répertoriées • Identifier son besoin d'information en fonction des objectifs d'une mission spécifique ou de son activité en général 	①			
<ul style="list-style-type: none"> • Identifier son besoin d'information en fonction des objectifs d'une mission spécifique ou de son activité en général 	③			
<p>APPREHENDER LE CADRE ORGANISATIONNEL DE SON TRAVAIL</p> <p>- l'organisation commerciale</p> <ul style="list-style-type: none"> • Repérer la place de l'entreprise dans son environnement commercial • S'approprier les enjeux de la politique commerciale • Identifier l'ensemble des acteurs de la relation commerciale • Repérer la logique du système d'objectifs commerciaux <p>- l'équipe de vente</p> <ul style="list-style-type: none"> • Situer les statuts, rôle et missions de chacun • Identifier les méthodes de vente et les procédures utilisées • Repérer les potentiels individuels et collectifs (forces et faiblesses) 	①			
<p>PRENDRE EN COMPTE LA DIMENSION SOCIOLOGIQUE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identifier les groupes d'appartenance et leurs caractéristiques • Apprécier la diversité culturelle et socioéconomique 	③			

- (a) L'apprenti a été formé en entreprise, il doit être capable d'effectuer un travail en toute autonomie à la fin du semestre indiqué
- (b) - quand l'apprenti a été initié au travail et le réalise accompagné, mettre un rond "O" dans la colonne "semestre" correspondante
- quand l'apprenti est capable d'effectuer le travail en autonomie, mettre une croix "X" dans la colonne "semestre" correspondante

Et au C.F.A.

AXE : ANALYSE DE L'ENVIRONNEMENT DE TRAVAIL – SOUTIEN DE L'ACTIVITE COMMERCIALE

SAVOIRS ASSOCIES C.F.A.					
OUTILS – SAVOIRS ASSOCIES	(c)	SEMESTRE (d)			
		1	2	3	4
Le contexte de l'action du commercial La veille commerciale	①				
L'analyse de la clientèle Les outils de la connaissance	①				
L'adaptation des solutions commerciales aux cibles prospects/clients Détermination et gestion de l'offre produits/services	②				
Les orientations managériales Définition des procédures managériales	②				
Introduction à la communication	①				
La communication dans la relation managériale Communication et management de projet Le diagnostic de la relation managériale Les spécificités de la communication managériale	① ③ ④				
Environnement technologique du commercial Les ressources au service du commercial L'organisation technologique du système d'informations commerciales	① ②				
Technologies commerciales opérationnelles Recherche des informations commerciales Utilisation de bases de données clients/prospects Organisation de la prospection Travail collaboratif	① ② ② ③				

(c) L'utilisation des outils et les connaissances seront abordés au cours du semestre indiqué
 (d) Lorsque les savoirs technologiques et connaissances ont été abordés au C.F.A., mettre une croix "X" dans la colonne correspondante

LA FORMATION

Progression en Entreprise

ACTIVITES				
Rendre l'apprenti capable ...				
...de mener une démarche commerciale cohérente	EN ENTREPRISE			
	(a)	SEMESTRE (b)		
	1	2	3	4
<p>PRODUIRE DE L'INFORMATION</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mettre en forme l'information en vue de son utilisation • Etablir le budget prévisionnel de l'action • Planifier l'action dans le temps 	② ③ ②			
<p>ORGANISER SON ACTIVITE COMMERCIALE ET CELLE DE L'EQUIPE</p> <p>Participer à l'organisation des moyens en fonction des contraintes</p> <ul style="list-style-type: none"> • Repérer les contraintes et apprécier leur impact • Déterminer les moyens humains, financiers, organisationnels et techniques nécessaires à l'action • Définir des objectifs réalistes et cohérents, les hiérarchiser • Décliner les objectifs par action, par période, par vendeur, par secteur, par client, etc. <p>Participer à la construction d'une organisation individuelle et/ou collective cohérente</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mettre en œuvre les méthodes, procédures et outils • Définir les rôles et missions, répartir les tâches • Planifier et programmer l'action • Coordonner l'action individuelle et collective 	② ②			
<p>MENER UNE NEGOCIATION COMMERCIALE</p> <p>Identifier les conditions optimales de la relation et ses enjeux</p> <ul style="list-style-type: none"> • Déterminer la marge de manœuvre <p>Préparer la négociation commerciale</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se fixer des objectifs dans la situation de négociation • Adopter une stratégie de communication • Adapter la communication et se doter des outils de communication et/ou de négociation adéquats <p>Mener la négociation commerciale</p> <ul style="list-style-type: none"> • Créer le contact et gérer l'interaction • Utiliser des techniques et des outils de communication et/ou de négociation..... • Finaliser l'échange 	③ ② ②			

- (a) L'apprenti a été formé en entreprise, il doit être capable d'effectuer un travail en toute autonomie à la fin du semestre indiqué
 (b) - quand l'apprenti a été initié au travail et le réalise accompagné, mettre un rond "O" dans la colonne "semestre" correspondante
 - quand l'apprenti est capable d'effectuer le travail en autonomie, mettre une croix "X" dans la colonne "semestre" correspondante

Et au C.F.A.

AXE : NEGOCIATION ET DEMARCHE
COMMERCIALE – LA RELATION CLIENT

SAVOIRS ASSOCIES C.F.A.					
OUTILS – SAVOIRS ASSOCIES		SEMESTRE (d)			
		1	2	3	4
L'analyse de la clientèle La connaissance du client	①				
L'adaptation des solutions commerciales aux cibles prospects/clients La communication médias Les opérations de communication hors médias	③				
La gestion des marges de manœuvre dans la négociation Le prix, les règlements et le financement, les marges	②				
La gestion de l'action commerciale La planification et le suivi de l'action	①				
Le cadre managérial L'équipe : élément de la structure commerciale	①				
Les orientations managériales Constitution de l'équipe commerciale	②				
Management opérationnel Organisation de l'activité du vendeur et de l'équipe commerciale Mise en œuvre des plans d'action commerciale Animation d'équipe	②				
La communication dans la relation professionnelle Les acteurs de la communication Les relations entre les acteurs L'impact de l'environnement social L'efficacité relationnelle	①				
Les fondamentaux de la négociation commerciale Diagnostic de la situation de négociation Stratégies et techniques de négociation Outils	②				
La négociation entreprise / particuliers	②				
La négociation entreprise/ entreprise	③				
La négociation entreprise / distributeurs	③				

(c) L'utilisation des outils et les connaissances seront abordés au cours du semestre indiqué
(d) Lorsque les savoirs technologiques et connaissances ont été abordés au C.F.A., mettre une croix "X" dans la colonne correspondante

LA FORMATION

Progression en Entreprise

ACTIVITES				
Rendre l'apprenti capable ...				
...d'acquérir des compétences managériales	EN ENTREPRISE			
	(a)	SEMESTRE (b)		
	1	2	3	4
<p>PRODUIRE EN PERMANENCE DE L'INFORMATION</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contrôler la validité et la pertinence de l'information et l'actualiser • Mutualiser, partager l'information de manière pertinente • Mettre en forme l'information en fonction du destinataire • Enrichir le Système d'Information Commerciale 	④			
<p>CONTROLLER EN PERMANENCE LA PERFORMANCE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Construire et/ou utiliser un système d'indicateurs de suivi et d'évaluation • Gérer les aléas, prendre les mesures correctrices • Adopter un style de management permettant de mobiliser les individus et de développer des synergies 	④			
<p>DEVELOPPER DES COMPETENCES RELATIONNELLES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Définir un mode et un type de relation adaptés • Repérer les points forts et apprécier les causes éventuelles de blocage • Adopter une attitude d'écoute et d'empathie • Etre persuasif • Contrôler son comportement et ses émotions • Adapter sa stratégie de communication 	④			
<p>PRENDRE UNE DECISION RATIONNELLE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Apprécier les dimensions humaines, commerciales, technologiques, environnementales de la décision • S'approprier les objectifs • Repérer les contraintes liées à l'environnement et à l'organisation et apprécier leur impact sur l'action • Analyser les informations quantitatives et qualitatives disponibles • Poser un diagnostic • Formuler des hypothèses, construire des simulations • Évaluer les options et les hiérarchiser • Opérer et /ou valider un choix • Assurer la mise en oeuvre • Justifier et rendre compte des décisions 	④			
<p>ANTICIPER ET REAGIR</p> <ul style="list-style-type: none"> • Intégrer le risque dans toutes ses composantes, y compris psychologiques • Prévoir les conséquences à terme de chacun des choix • Apprécier la durée de vie des actions entreprises 	④			

- (a) L'apprenti a été formé en entreprise, il doit être capable d'effectuer un travail en toute autonomie à la fin du semestre indiqué
 (b) - quand l'apprenti a été initié au travail et le réalise accompagné, mettre un rond "O" dans la colonne "semestre" correspondante
 - quand l'apprenti est capable d'effectuer le travail en autonomie, mettre une croix "X" dans la colonne "semestre" correspondante

Et au C.F.A.

SAVOIRS ASSOCIES C.F.A.					
OUTILS – SAVOIRS ASSOCIES	(c)	SEMESTRE (d)			
		1	2	3	4
La mercatique, une démarche centrée sur le client	①				
Le contexte de l'action du commercial L'environnement de l'action Les marchés La demande La concurrence	②				
L'adaptation des solutions commerciales aux cibles prospects/clients Les orientations stratégiques La fixation du prix L'organisation de la distribution	③				
La gestion de la rentabilité et du risque client L'analyse de la valeur et du risque individuel client L'analyse du portefeuille clients / prospectés La prise en compte du risque global pour l'entreprise	③				
La gestion de l'action commerciale L'estimation de l'effort commercial L'évaluation de l'efficacité de l'action commerciale La prise de décision	②				
Le cadre managérial Le management : levier de l'organisation commerciale L'équipe : élément de la structure commerciale	①				
Les orientations managériales Installation de la relation managériale	④				
Management opérationnel Le management du réseau de vente	④				
Technologies de communications opérationnelles	②				

(c) L'utilisation des outils et les connaissances seront abordés au cours du semestre indiqué

(d) Lorsque les savoirs technologiques et connaissances ont été abordés au C.F.A., mettre une croix "X" dans la colonne correspondante

OBSERVATIONS
du maître d'apprentissage
du C.F.A.
de l'apprenti(e)

SEMESTRE 1

SEMESTRE 2

OBSERVATIONS
du maître d'apprentissage
du C.F.A.
de l'apprenti(e)

SEMESTRE 3

SEMESTRE 4

NOTES PERSONNELLES

ELABORATION DU DOCUMENT DE LIAISON

LISTE DES PARTICIPANTS

CFA de l'I.F.A.

- Mme Béatrice BALZAN
- Mme Danielle BASTIAN
- M. Rémy GROSS

Rectorat de Strasbourg

- M. Christian GOUTTEFARDE
- Mme Jeannine LUTZWEILLER

CCI d'Alsace

- M. Philippe ANDERHALT : CCI Strasbourg
- M. Yves BAVAU : CCI Colmar

Professionnels

- M. ALTHAUS : La Poste
- M. BOHN : Cab. Technique
- M. DETREZ : E.C.S.