



CHARGÉ(E) DE CLIENTÈLE EN ALTERNANCE

Titre RNCP Niveau 5 (Bac+ 2)
Fiche RNCP 34809 Eligible au CPF sous le n° 248363
En partenariat avec le CFA CODIS – Groupe IGS



OBJECTIFS

Cette formation professionnalisante de niveau 5 (bac+2) permet de valoriser un parcours par une certification très centrée sur les compétences clés liées aux activités du commerce et de la relation client.

PUBLIC CIBLE

- ▶ Salariés
- ▶ Demandeurs d'emploi

ACCESSIBILITE

Cette formation est accessible au public en situation de handicap (locaux, adaptation des moyens techniques).

PRE-REQUIS

- ▶ Titulaire du Bac
- ▶ Niveau bac avec expérience professionnelle

CONDITIONS D'ADMISSION

- ▶ Sur dossier et entretien individuel
- ▶ Tests de positionnement

MODALITES DE L'ALTERNANCE

- ▶ 1 semaine de formation toutes les 2 semaines en moyenne

DUREE

532 heures sur 14 mois

CALENDRIER PREVISIONNEL

11 septembre 2023 au 30 novembre 2024

TARIF/FINANCEMENT

Apprentissage : forfait annuel financé par l'OPCO.

Tarif spécifique pour les demandeurs d'emploi. Nous consulter.

Formation éligible au CPF.

PRESENTATION DU METIER DE CHARGÉ(E) DE CLIENTELE

Quelle que soit la taille de l'entreprise dans laquelle il exerce ses fonctions (PME, PMI ou Grandes entreprises), le/la Chargé (e) de clientèle est un vendeur qui gère la relation commerciale dans sa globalité.

Il peut aussi exercer sa fonction au sein d'une unité commerciale en tant que vendeur/manager.

Son rôle est de développer les ventes et le chiffre d'affaires de son entreprise, en prenant en compte sa stratégie.

Le/La Chargé (e) de clientèle a une démarche active et conduit un certain nombre d'activités réunies sur 3 blocs de compétences :

- Bloc 1 - Collecter et traiter l'information commerciale
 - Veille sur les produits concurrents et marchés
 - Veille sur l'environnement législatif et l'évolution des normes
 - Intégration du système d'information de l'entreprise
- Bloc 2 - Mettre en œuvre la politique commerciale dans une dimension « omnicanal »
 - Traitement de l'offre commerciale
 - Mise en œuvre des plans d'action commerciale
 - Analyse de l'activité commerciale et mise en œuvre d'actions correctives
- Bloc 3 - Assurer le conseil, la promotion et la vente de produits et services en intégrant la digitalisation de la relation client (du « multicanal » à l'omnicanal »)
 - Création de clientèle
 - Elaboration du budget de prospection
 - Développement d'un portefeuille clients
 - Négociation
 - Vente

COMPETENCES VISEES

L'activité du chargé de clientèle s'articule autour de trois domaines de compétences :

- Gestion de l'information commerciale. C'est à lui que revient la charge de la veille sur l'environnement commercial de l'entreprise, sur les concurrents et leurs produits, sur la législation ou l'évolution des normes. Il est chargé de l'intégration du système d'information de l'entreprise.
- La mise en œuvre de la politique commerciale, par le traitement de l'offre, la mise en place des plans d'action et par l'analyse de l'activité commerciale.
- La vente et le développement de la clientèle.

DEBOUCHES/PASSERELLES

Type d'emplois accessibles

- Assistant commercial
- Assistant marketing
- Animateur des ventes
- Conseiller clientèle
- Négociateur, Téléconseiller...

Poursuite d'études

- Equivalence du titre : bac+2
- Poursuite d'études en Bac + 3 (niveau 6) : Licence professionnelle dans les métiers du commerce, Chargé(e) de clientèle en banque et assurance, Responsable de développement commercial, Bachelor commerce et marketing

CONTENU DE LA FORMATION

BLOC DE COMPETENCES 1 – COLLECTE ET TRAITEMENT DE L'INFORMATION COMMERCIALE

- Participer à l'actualisation et/ou la mise en place du Système d'Information Commerciale (SIC) de l'entreprise par la consultation et la recherche des informations qualitatives et quantitatives pour faire des propositions d'action
- Traiter, organiser et stocker l'information pour faciliter, via son utilisation, les prises de décision de la direction
- Diffuser l'information pour les équipes afin d'optimiser l'efficacité commerciale
- Recueillir et vérifier les informations commerciales et marketing pour déceler de nouvelles opportunités
- Utiliser efficacement les logiciels et progiciels dédiés pour optimiser le recueil, le traitement et la diffusion de l'information dans l'entreprise.

BLOC DE COMPETENCES 2 – MISE EN ŒUVRE DE LA POLITIQUE COMMERCIALE DANS UNE DIMENSION « OMNICAL »

- Analyser en permanence l'offre produits/services de l'entreprise pour optimiser les résultats
- Diagnostiquer l'adéquation entre l'attente du client et l'offre commerciale en cours.
- Planifier les actions commerciales en respectant les consignes de la direction (délais, budget, ressources...)
- Mettre en œuvre les actions commerciales en s'appuyant sur les éléments du mix marketing pour développer le chiffre d'affaires et la rentabilité de l'entreprise.
- Suivre et faire évoluer les actions commerciales pour s'adapter à la demande client (personnalisation de la relation client) en vue de préparer la négociation.
- Utiliser une méthode et des outils pour conduire des projets et atteindre les objectifs.
- Suivre et analyser les résultats au regard des prévisions et indicateurs métiers fixés par la Direction.

- Reporter les activités conduites et les résultats à son N+1 selon les modalités établies pour vérifier son accord et obtenir des arbitrages.
- Préconiser des améliorations et suggérer des activités nouvelles pour développer l'activité, augmenter la rentabilité et pérenniser l'entreprise en tenant compte de la dimension RSE.

BLOC DE COMPETENCES 3 – ASSURER LE CONSEIL, LA PROMOTION ET LA VENTE DE PRODUITS ET DE SERVICES EN INTEGRANT LA DIGITALISATION DE LA RELATION CLIENT (du « multicanal » à « l'omnical »)

- Concevoir et/ou utiliser des outils de constitution et de mise à jour de fichiers client
- Appliquer et/ou proposer une méthodologie de prospection en intégrant les outils de digitalisation de la relation client et le respect du cadre imposé par le Règlement Général sur la Protection des Données.
- Utiliser et/ou rechercher et/ou concevoir des outils de digitalisation pour constituer un fichier client.
- Consolider le fichier client en utilisant des outils digitaux.
- Recueillir les éléments permettant d'évaluer le risque client pour consolider les prévisions de chiffre d'affaires et éviter les litiges.
- Conduire une négociation, basée sur l'écoute client, dans différentes situations (y compris en anglais) pour finaliser une vente.
- Utiliser tous les outils et supports y compris digitaux pour déclencher l'acte d'achat (multicanal, cross canal, omnical...).

METHODES PEDAGOGIQUES

- Alternance d'apports théoriques et pratiques
- Travail en mini-groupe
- Ateliers de communication
- Blended Learning : alternance de phases de formation en présentiel et en distanciel
- Mises en situation professionnelle et jeux de rôle, études de cas

MODALITES D'EVALUATION EN COURS DE FORMATION

- Compétences évaluées sur grille établie selon des critères de performance et des codes d'évaluation
- Evaluation des compétences par le tuteur en entreprise

EVALUATION FINALE

En cours de formation, les candidats rédigent un rapport d'activité en 3 parties (sur les 3 blocs de compétences) pour se présenter à la certification du titre Chargé (e) de clientèle. L'examen final comporte :

- Une présentation orale d'une durée de 30' à partir d'un diaporama
- Un entretien avec le jury d'une durée de 30' (questions et debriefing)
- Les candidats ont la possibilité de se représenter au bloc de compétences non validés

VALIDATION DE LA FORMATION

- Attestation de formation
- Titre « Chargé (e) de clientèle », titre de niveau 5 (Bac +2) inscrit au RNCP n° 32204. Cette certification est délivrée par le CIEFA (Centre Interentreprises de Formation en Alternance) CODIS du groupe IGS.

INDICATEURS DE RESULTAT DERNIERE SESSION

- Taux de réussite : 100% (100% en contrat d'apprentissage)
- Taux d'insertion : 75%
- Taux de poursuite d'études : 12,3%
- Taux de rupture/abandon : 11,1%