

Validation des Acquis de l'Expérience

LIVRET 2 : Préparation de l'entretien

Chargé de gestion commerciale

Titre certifié de niveau 6

Codes NSF : 312m 313

N° de fiche RNCP34465

Nom de naissance :

Nom usuel :

Prénom :

FORMATIVES
Centre d'affaires Oberthur – 74 G rue de Paris
35000 – RENNES

RUBRIQUE N° 1 : PARCOURS

Inscrivez dans le tableau ci-dessous, votre parcours complet. La durée doit être exprimée en mois. Vous devez compléter le tableau pour toutes les activités proposées. Ainsi, ce peut être des activités choisies pour un même emploi ou pour plusieurs emplois différents dans des organisations différentes.

ORGANISATION(S)	EMPLOI(S)			ACTIVITÉS	
Raison sociale <i>Indiquez le nom de l'entreprise ou de l'organisation</i>	Fonction <i>Ex : Assistant Marketing</i>	fiche	Période et durée en mois	Activités et taches réalisées <i>Préciser les taches réalisées (voir annexe 1)</i>	Fiche
		<i>E1...</i>		Mise en œuvre de la politique commerciale : - - - -	A1
				Diffusion et promotion commerciale en cohérence avec la stratégie définie : - - - -	A2
				Animation commerciale : - - - -	A3
				Gestion d'un centre de profit : - - - -	A4
				Pilotage d'un service commercial / touristique / hôtelier / immobilier : - - - -	A5

RUBRIQUE N° 2 : Organisations

Nom de l'entreprise ou de la structure	Statut	Secteur d'activité, de l'entreprise ou de la structure	Effectif	Volume d'activités (CA...)	Date de création	Cette organisation existe-t-elle encore ?

RUBRIQUE N° 3 : Emplois, fonctions exercés

Vous pouvez dupliquer cette rubrique autant de fois que nécessaire, selon le nombre d'emplois mentionnés dans la rubrique n°1 « Parcours ».

Emploi E1 :

- ✓ Détermination de votre emploi (fonction ou poste) :
- ✓ Votre statut (salarié, bénévole, indépendant...)
- ✓ Votre unité de travail :
- ✓ Votre place de cette unité de travail dans l'organisation, composition et effectif :
- ✓ Qui définit, contrôle et évalue vos activités ?
- ✓ Si des changements importants ont marqué l'évolution de votre emploi (fonction ou poste), de quels ordres étaient-ils ? Comment avez-vous fait face à ces changements ?
- ✓ Expliquez si vous avez eu la possibilité de proposer et d'introduire vous-même des changements :
- ✓ Indiquez vos marges d'initiative et d'autonomie :
- ✓ Précisez si vous exercez des fonctions d'encadrement :
- ✓ Donnez des exemples de situations imprévues que vous avez rencontrées et expliquez comment vous y avez fait face :

Emploi E2 :

- ✓ Détermination de votre emploi (fonction ou poste) :
- ✓ Votre statut (salarié, bénévole, indépendant...)
- ✓ Votre unité de travail :
- ✓ Votre place de cette unité de travail dans l'organisation, composition et effectif :
- ✓ Qui définit, contrôle et évalue vos activités ?
- ✓ Si des changements importants ont marqué l'évolution de votre emploi (fonction ou poste), de quels ordres étaient-ils ? Comment avez-vous fait face à ces changements ?
- ✓ Expliquez si vous avez eu la possibilité de proposer et d'introduire vous-même des changements :
- ✓ Indiquez vos marges d'initiative et d'autonomie :
- ✓ Précisez si vous exercez des fonctions d'encadrement :
- ✓ Donnez des exemples de situations imprévues que vous avez rencontrées et expliquez comment vous y avez fait face :

Emploi E3 :

- ✓ Détermination de votre emploi (fonction ou poste) :
- ✓ Votre statut (salarié, bénévole, indépendant...)
- ✓ Votre unité de travail :
- ✓ Votre place de cette unité de travail dans l'organisation, composition et effectif :
- ✓ Qui définit, contrôle et évalue vos activités ?
- ✓ Si des changements importants ont marqué l'évolution de votre emploi (fonction ou poste), de quels ordres étaient-ils ? Comment avez-vous fait face à ces changements ?
- ✓ Expliquez si vous avez eu la possibilité de proposer et d'introduire vous-même des changements :
- ✓ Indiquez vos marges d'initiative et d'autonomie :
- ✓ Précisez si vous exercez des fonctions d'encadrement :
- ✓ Donnez des exemples de situations imprévues que vous avez rencontrées et expliquez comment vous y avez fait face :

RUBRIQUE N° 4 : Activités

Le descriptif des compétences attendues pour chaque activité est disponible en annexe.

Activité A1 : MISE EN ŒUVRE DE LA POLITIQUE COMMERCIALE

- ✓ Décrivez cette activité :
- ✓ Décrivez comment vous vous organisez pour réaliser cette activité :
- ✓ En quoi cette activité tient-elle une place importante dans votre emploi (fonction, poste) ?
- ✓ Pour réaliser cette activité, vous êtes en relation à l'interne de votre organisation :

Avec qui (fonction, rôle, service, etc.) ?	À propos de quel(s) sujet(s) ? pour faire quoi ?

- ✓ Pour réaliser cette activité vous êtes en relation en externe de votre organisation :

Avec qui (fonction, rôle, service, etc.) ?	À propos de quel(s) sujet(s) ? pour faire quoi ?

- ✓ Pour effectuer cette activité, vous traitez des informations :

De quelles informations avez-vous besoin ? Comment et auprès de qui vous les procurez-vous ?	Comment les utilisez-vous ? Quel(s) traitement(s) effectuez-vous ?	Transmettez-vous des informations ? A qui ? Pour quoi faire ? Comment ?

- ✓ Quels matériels, outils, techniques, logiciels, matériaux, produits, utilisez-vous pour réaliser cette activité ?
- ✓ Cette activité présente-t-elle des contraintes particulières (sécurité, délai, hygiène, etc.) ?
- ✓ Quelles sont les habiletés, savoir-faire ou qualités (soin, rapidité, etc.) requises pour effectuer cette activité que vous possédez ?
- ✓ Quelles sont vos connaissances particulières nécessaires à l'accomplissement de cette activité (scientifique, économique, juridique, géographique, statistique, langue, etc.) ?

Activité A2 : DIFFUSION ET PROMOTION COMMERCIALE EN COHÉRENCE AVEC LA STRATÉGIE DÉFINIE

- ✓ Décrivez cette activité :
- ✓ Décrivez comment vous vous organisez pour réaliser cette activité :
- ✓ En quoi cette activité tient-elle une place importante dans votre emploi (fonction, poste) ?
- ✓ Pour réaliser cette activité, vous êtes en relation à l'interne de votre organisation :

Avec qui (fonction, rôle, service, etc.) ?	À propos de quel(s) sujet(s) ? pour faire quoi ?

- ✓ Pour réaliser cette activité vous êtes en relation en externe de votre organisation :

Avec qui (fonction, rôle, service, etc.) ?	À propos de quel(s) sujet(s) ? pour faire quoi ?

- ✓ Pour effectuer cette activité, vous traitez des informations :

De quelles informations avez-vous besoin ? Comment et auprès de qui vous les procurez-vous ?	Comment les utilisez-vous ? Quel(s) traitement(s) effectuez-vous ?	Transmettez-vous des informations ? A qui ? Pour quoi faire ? Comment ?

- ✓ Quels matériels, outils, techniques, logiciels, matériaux, produits, utilisez-vous pour réaliser cette activité ?
- ✓ Cette activité présente-t-elle des contraintes particulières (sécurité, délai, hygiène, etc.) ?
- ✓ Quelles sont les habiletés, savoir-faire ou qualités (soin, rapidité, etc.) requises pour effectuer cette activité que vous possédez ?
- ✓ Quelles sont vos connaissances particulières nécessaires à l'accomplissement de cette activité (scientifique, économique, juridique, géographique, statistique, langue, etc.) ?

Activité A3 : ANIMATION COMMERCIALE

- ✓ Décrivez cette activité :
- ✓ Décrivez comment vous vous organisez pour réaliser cette activité :
- ✓ En quoi cette activité tient-elle une place importante dans votre emploi (fonction, poste) ?
- ✓ Pour réaliser cette activité, vous êtes en relation à l'interne de votre organisation :

Avec qui (fonction, rôle, service, etc.) ?	À propos de quel(s) sujet(s) ? pour faire quoi ?

- ✓ Pour réaliser cette activité vous êtes en relation en externe de votre organisation :

Avec qui (fonction, rôle, service, etc.) ?	À propos de quel(s) sujet(s) ? pour faire quoi ?

- ✓ Pour effectuer cette activité, vous traitez des informations :

De quelles informations avez-vous besoin ? Comment et auprès de qui vous les procurez-vous ?	Comment les utilisez-vous ? Quel(s) traitement(s) effectuez-vous ?	Transmettez-vous des informations ? A qui ? Pour quoi faire ? Comment ?

- ✓ Quels matériels, outils, techniques, logiciels, matériaux, produits, utilisez-vous pour réaliser cette activité ?
- ✓ Cette activité présente-t-elle des contraintes particulières (sécurité, délai, hygiène, etc.) ?
- ✓ Quelles sont les habiletés, savoir-faire ou qualités (soin, rapidité, etc.) requises pour effectuer cette activité que vous possédez ?
- ✓ Quelles sont vos connaissances particulières nécessaires à l'accomplissement de cette activité (scientifique, économique, juridique, géographique, statistique, langue, etc.) ?

Activité A4 : GESTION D'UN CENTRE DE PROFIT

- ✓ Décrivez cette activité :
- ✓ Décrivez comment vous vous organisez pour réaliser cette activité :
- ✓ En quoi cette activité tient-elle une place importante dans votre emploi (fonction, poste) ?
- ✓ Pour réaliser cette activité, vous êtes en relation à l'interne de votre organisation :

Avec qui (fonction, rôle, service, etc.) ?	À propos de quel(s) sujet(s) ? pour faire quoi ?

- ✓ Pour réaliser cette activité vous êtes en relation en externe de votre organisation :

Avec qui (fonction, rôle, service, etc.) ?	À propos de quel(s) sujet(s) ? pour faire quoi ?

- ✓ Pour effectuer cette activité, vous traitez des informations :

De quelles informations avez-vous besoin ? Comment et auprès de qui vous les procurez-vous ?	Comment les utilisez-vous ? Quel(s) traitement(s) effectuez-vous ?	Transmettez-vous des informations ? A qui ? Pour quoi faire ? Comment ?

- ✓ Quels matériels, outils, techniques, logiciels, matériaux, produits, utilisez-vous pour réaliser cette activité ?
- ✓ Cette activité présente-t-elle des contraintes particulières (sécurité, délai, hygiène, etc.) ?
- ✓ Quelles sont les habiletés, savoir-faire ou qualités (soin, rapidité, etc.) requises pour effectuer cette activité que vous possédez ?
- ✓ Quelles sont vos connaissances particulières nécessaires à l'accomplissement de cette activité (scientifique, économique, juridique, géographique, statistique, langue, etc.) ?

Activité A5 : PILOTAGE D'UN SERVICE COMMERCIAL / TOURISTIQUE / HÔTELIER / IMMOBILIER

- ✓ Décrivez cette activité :

- ✓ Décrivez comment vous vous organisez pour réaliser cette activité :

- ✓ En quoi cette activité tient-elle une place importante dans votre emploi (fonction, poste) ?

- ✓ Pour réaliser cette activité, vous êtes en relation à l'interne de votre organisation :

Avec qui (fonction, rôle, service, etc.) ?	À propos de quel(s) sujet(s) ? pour faire quoi ?

- ✓ Pour réaliser cette activité vous êtes en relation en externe de votre organisation :

Avec qui (fonction, rôle, service, etc.) ?	À propos de quel(s) sujet(s) ? pour faire quoi ?

- ✓ Pour effectuer cette activité, vous traitez des informations :

De quelles informations avez-vous besoin ? Comment et auprès de qui vous les procurez-vous ?	Comment les utilisez-vous ? Quel(s) traitement(s) effectuez-vous ?	Transmettez-vous des informations ? A qui ? Pour quoi faire ? Comment ?

- ✓ Quels matériels, outils, techniques, logiciels, matériaux, produits, utilisez-vous pour réaliser cette activité ?

- ✓ Cette activité présente-t-elle des contraintes particulières (sécurité, délai, hygiène, etc.) ?

- ✓ Quelles sont les habiletés, savoir-faire ou qualités (soin, rapidité, etc.) requises pour effectuer cette activité que vous possédez ?

- ✓ Quelles sont vos connaissances particulières nécessaires à l'accomplissement de cette activité (scientifique, économique, juridique, géographique, statistique, langue, etc.) ?

RUBRIQUE N° 5 : Compétences

Le candidat doit démontrer qu'il maîtrise 60% des compétences de quatre blocs : B1, B2, B3 + 1 bloc en fonction de la spécialisation.

Le descriptif des compétences attendues pour chaque activité est disponible en annexe.

La liste des exemples n'est pas exhaustive. Le candidat peut fournir toute preuve (attestations, missions, travaux, analyses, études comparatives, compte rendus, notes de service, audits...) qu'il juge nécessaire pour démontrer qu'il maîtrise les compétences associées aux activités et tâches.

Les compétences sont regroupées en 7 blocs pour la certification au titre de niveau 6 Chargé de gestion commerciale

Il est demandé au candidat une auto-évaluation de son niveau de compétences :

Acquis
En cours d'acquisition
Non acquis

Compétences associées aux activités et tâches	Exemples de preuve	Auto-Evaluation
Bloc 1 : Conduire une politique commerciale		
1.1 Analyser une stratégie commerciale afin de maîtriser les enjeux du développement. Adopter une approche intégrée où les canaux se complètent et s'enrichissent mutuellement pour optimiser la stratégie marketing et commerciale.		
1.2 Définir les besoins et les objectifs de la campagne puis sélectionner les moyens et ressources nécessaires à cette campagne afin de construire un plan d'actions détaillant les contenus et les phases d'opérations. Mobiliser les procédures multimédia pour proposer un plan d'actions omni canal. Présenter un plan d'actions promotionnelles à son équipe ou à la direction de l'établissement.		
1.3 Choisir des actions commerciales à mener et préciser le budget alloué pour répondre au cahier des charges fourni par une organisation. Mobiliser les outils afin de capter et / ou fidéliser la clientèle. Programmer des actions ciblées permettant de proposer des réponses individualisées. Analyser le déroulé d'actions de marketing direct afin de proposer des pistes d'amélioration lors d'une prochaine campagne.		
1.4 Valoriser des produits auprès d'une clientèle afin de la rassurer, la convaincre ou la fidéliser. Offrir un parcours client rapide, intuitif, personnalisé, interactif pour optimiser les ventes. Mesurer de façon pertinente et dynamique la satisfaction client et la performance cross canal pour adapter continuellement l'expérience client aux attentes et comportements des consommateurs. Gérer la fidélisation en proposant des cartes de l'enseigne, réductions, parrainages... afin de mieux fidéliser la clientèle en magasin, sur le web...		
1.5 Repérer des partenaires potentiels (revendeurs, fournisseurs, bloggeurs, collectivités, agences, etc.) et leur positionnement pour avoir une vision globale du marché. Effectuer une sélection de partenaires et organiser les modalités de coopération en fonction des critères définis avec la direction. Gérer un réseau de distributeurs, fournisseurs, agents dans le cadre de projets commerciaux. S'exprimer dans la langue étrangère dans son environnement professionnel.		
Bloc 2 : Piloter un projet commercial		
2.1 Mobiliser les méthodes et techniques de l'intelligence économique pour réaliser une veille économique du marché et de la concurrence. Analyser les contextes économiques, patrimoniaux, sociaux et concurrentiels de l'organisation permettant d'évaluer le positionnement de l'organisation et de la concurrence.		
2.2 Faire une veille des innovations du secteur de l'entreprise afin d'anticiper les innovations sectorielles. En dégager les opportunités puis produire des recommandations, au niveau de son unité. Automatiser les procédures de gestion pour améliorer l'efficacité de l'entité. Proposer des expériences clients adaptées aux nouveaux modes de consommation de façon rentable.		
2.3 Mobiliser les outils de diagnostic marketing pour analyser le marché et les résultats commerciaux antérieurs. Utiliser les techniques de traitement de l'information afin d'analyser les données récoltées. Identifier les cibles à démarcher pour optimiser les ventes.		

<p>2.4 Définir les objectifs de l'événement autour de l'offre et de l'enseigne (salons, expositions...) pour proposer une planification cohérente avec les besoins exprimés par l'organisation. Anticiper les risques professionnels pour les participants à l'événement afin de parer aux divers aléas envisageables. Définir le rôle de chaque membre, exercer un contrôle et une évaluation de l'activité pour en conserver le contrôle des ressources disponibles</p>		
<p>2.5 Déterminer les contraintes et ressources d'un projet / service commercial afin de pouvoir affecter les moyens matériels, humains et techniques nécessaires. Coordonner les fonctions supports, gérer la logistique et les approvisionnements pour optimiser le déroulement du projet ou le fonctionnement du service.</p>		
<p>2.6 Utiliser les outils statistiques afin d'optimiser les actions commerciales et d'identifier de nouvelles opportunités. Avoir une connaissance proactive de sa clientèle et de leurs attentes en transformant le big data en smart data pour améliorer le ciblage des campagnes.</p>		
<p>2.7 Analyser le cahier des charges pour déterminer clairement les besoins d'un client. Proposer une expérience client personnalisée, riche et interactive qui développe et rassemble des communautés d'intérêt client autour de l'enseigne. Utiliser les outils numériques pour créer des contenus visuels et rédactionnels adaptés au besoin. Améliorer le référencement du site afin de le rendre plus visible et plus attractif.</p>		
<p>2.8 Mobiliser les outils et techniques de prospection adaptés aux marchés et cibles permettant de développer un portefeuille clients. Définir et caractériser les principaux produits ou services pour avoir une vision globale de l'offre. Mobiliser les outils et techniques de la relation commerciale (CRM) afin d'optimiser la gestion des contacts et ainsi accroître le chiffre d'affaires. Mobiliser les outils de gestion pour mesurer les écarts de performance des ressources de production et financières d'un projet</p>		
<p>2.9 Réaliser une veille législative et mobiliser ses connaissances en droit pour assurer la mise en conformité de son entité avec la législation en vigueur. Mobiliser les outils permettant de suivre une démarche Qualité tout au long du projet. Définir la situation de la RSE (responsabilité sociale de l'entreprise) afin d'inclure une démarche responsable dans le projet.</p>		
<p>2.10 Analyser l'identité de la marque pour assurer la cohérence des décisions et des actions pouvant influencer la perception de cette marque. Formaliser la politique RSE de l'organisation et mettre en place une stratégie de réputation numérique dans le cadre d'une gestion de crise ou pour parer toute difficulté. Utiliser les outils numériques pour la diffusion d'information.</p>		
Bloc 3 : Superviser une équipe et gérer un budget commercial		
<p>3.1 Tenir compte de la zone de chalandise et mobiliser les outils de planification et de partage d'informations dans l'objectif de proposer un plan d'actions cohérent. Réaliser un budget prévisionnel afin de maîtriser les coûts et recettes lors d'une campagne puis évaluer les retombées d'une campagne commerciale. Préparer une argumentation pour défendre son plan d'actions afin d'accroître les ventes. Proposer des outils afin d'assurer un contrôle budgétaire du suivi des actions.</p>		
<p>3.2 Mobiliser les savoirs et techniques de droit pour mettre en place des contrats commerciaux. Élaborer une proposition commerciale et financière à l'attention d'un client.</p>		
<p>3.3 Élaborer une recherche d'informations législatives et l'analyser afin de mettre en place des projets ou événements commerciaux respectant la législation. Synthétiser les évolutions à l'attention de la direction du service.</p>		
<p>3.4 Mobiliser les outils permettant de suivre la disponibilité des produits (en magasin, en réserve...) afin de satisfaire au mieux le client. Le cas échéant, exploiter des solutions cross canal pour livrer rapidement les produits non disponibles ou configurés à la commande.</p>		
<p>3.5 Mesurer de façon pertinente et dynamique la satisfaction client et la performance cross canal pour adapter continuellement l'expérience client aux attentes et comportements des consommateurs</p>		
<p>3.6 Mobiliser les méthodes et outils du management de proximité pour encadrer, motiver son équipe et créer une dynamique de groupe. Définir des objectifs collectifs et individuels, superviser les missions des vendeurs afin de réaliser les objectifs commerciaux définis par la direction. Mettre en œuvre les outils pour accompagner au mieux les collaborateurs aux changements de l'organisation</p>		
<p>3.7 Mobiliser ses connaissances des différentes cultures et usages locaux afin de mieux comprendre les différentes cultures, et d'adapter les offres à la clientèle.</p>		
Bloc 4 spécialisation : Gérer un service commercial		
<p>4.1 Établir un plan d'actions de développement commercial et de développement de la culture d'entreprise au sein de l'organisation. Être l'ambassadeur d'une marque, d'un produit ou service lors de manifestations.</p>		

4.2 Mobiliser les procédures administratives de traitement afin d'assurer le suivi des commandes. Mettre en place un tableau de bord de suivi de l'activité et des résultats permettant d'analyser les écarts et de proposer des actions correctives. Utiliser les outils de gestion pour optimiser le pilotage de son service. Mobiliser les éléments de la comptabilité générale et de la comptabilité analytique afin de déterminer des coûts de revient par produit / service		
4.3 Développer une méthode d'analyse des informations collectées et de recherche d'éléments complémentaires afin de réaliser un budget. Proposer des outils et moyens de contrôle pour le suivi du budget au fil du temps.		
4.4 Mobiliser les outils et techniques de négociation permettant de développer un argumentaire et de mener à bien une négociation.		
4.5 S'exprimer et se faire comprendre en langue anglaise dans son environnement professionnel afin de réaliser des ventes en face à face, par téléphone, sur internet...		
Bloc 5 spécialisation : Coordonner des actions de promotion touristique		
5.1 Faire une veille des innovations du secteur touristique pour en dégager les opportunités (nouvelles destinations, nouveaux services...) et produire des recommandations, au niveau de son unité. Motiver les membres de son équipe à l'innovation afin d'ouvrir son service à de nouvelles opportunités. Proposer des expériences clients adaptées aux nouveaux modes de consommation tout en assurant la rentabilité du produit / service.		
5.2 Effectuer une veille des acteurs territoriaux, mobiliser les outils et méthodologie de recueil et de traitement des données afin de réaliser une analyse pertinente puis de produire une synthèse à l'attention des dirigeants / managers.		
5.3 Définir les ressources nécessaires et les objectifs d'une campagne promotionnelle afin de proposer un brief clair et applicable ainsi qu'un plan de campagne à l'organisation. Émettre des recommandations afin de mieux cibler les actions ultérieurement. Affecter les moyens matériels, humains et techniques permettant de réunir les ressources nécessaires au projet Coordonner les fonctions supports, participer à la gestion de la logistique et des approvisionnements lors d'un projet touristique (transport, hébergement, animations...)		
5.4 S'exprimer et se faire comprendre en langue anglaise dans son environnement professionnel afin de réaliser des ventes en face à face, par téléphone, sur internet...		
Bloc 6 spécialisation : Piloter la gestion administrative, comptable, qualité d'un établissement hôtelier		
6.1 Mettre en pratique la législation liée à un projet ou au fonctionnement d'un établissement afin de faire respecter les normes QHSE (qualité, hygiène, sécurité et environnement). Mobiliser les outils et méthodes d'évaluation des risques afin de proposer des actions de prévention des risques professionnels.		
6.2 Intégrer la durabilité environnementale, sociale et économique dans le fonctionnement de l'établissement afin d'optimiser les achats, constructions, usages, transports, etc.		
6.3 Analyser les informations de la gestion administrative et comptable d'un établissement hôtelier pour en maîtriser le fonctionnement. Mobiliser ses connaissances et méthodes de suivi du personnel afin d'assurer une gestion optimale des ressources humaines dans son entité. Suivre les procédures imposées par le code du travail, les accords de branche et la convention collective afin d'assurer la pérennité de l'établissement. Analyser les procédures d'achats et de vente en place permettant d'optimiser les ventes.		
6.4 S'exprimer et se faire comprendre en langue anglaise dans son environnement professionnel afin de réaliser des ventes en face à face, par téléphone, sur internet...		
Bloc 7 spécialisation : Mobiliser les outils de gestion immobilière		
7.1 Analyser le marché immobilier local / régional afin de proposer une vision globale de son environnement et de mettre en place une stratégie de prospection. Mettre en œuvre un processus de recherche de biens immobiliers pour accroître son portefeuille.		
7.2 Analyser le patrimoine immobilier d'un client afin de proposer une estimation au plus juste et pouvoir lui fournir des conseils sur des investissements ou rédiger un descriptif. Assurer la gestion de biens locatifs pour un client (syndic, particulier, entreprise...). Élaborer différents types de procédures dans le cadre de la gestion immobilière.		
7.3 Piloter des actions commerciales dans un contexte national ou international pour faire connaître sa marque ou son agence. Mobiliser les outils et techniques d'études mercatiques permettant de réaliser une analyse pointue de l'environnement.		

<p>7.4 Analyser la typologie des biens et clients ainsi que les critères qui la constituent lors d'une estimation. Établir un dossier financier d'acquisition de biens immobiliers dans le cadre d'un développement de son portefeuille. Présenter ses analyses de façon claire et synthétique à ses interlocuteurs pour les aider à la prise de décision.</p>		
<p>7.5 Mobiliser les outils et techniques pour mener à bien une négociation. Définir les argumentaires de négociation, préparer les atouts de négociations permettant d'établir un tableau « Argumentaires / cible ».</p>		
<p>7.6 Expertiser des biens immobiliers pour déterminer une valeur vénale, locative. Analyser les procédures d'achats formalisées afin d'assurer une gestion cohérente de son activité. Intégrer la durabilité environnementale, sociale et économique dans les décisions d'achat.</p>		
<p>7.7 S'exprimer et se faire comprendre en langue anglaise dans son environnement professionnel afin de réaliser des ventes en face à face, par téléphone, sur internet...</p>		

Règlement de validation de la certification

Pour valider un bloc de compétences, le candidat doit maîtriser avec autonomie **60% des compétences** visées.

A l'issue de l'entretien, le Jury détermine les blocs de compétences validés, donne des préconisations au candidat et rédige son rapport au Jury de Certification du titre.

4 blocs de compétences (B1, B2, B3 + un bloc au choix entre B4 et B7 selon la spécialisation) doivent être validés pour obtenir la certification de niveau 6.

Dans l'hypothèse où le Jury ne décide pas de l'octroi du titre, les membres du Jury décident des blocs acquis et des préconisations sont faites par bloc de compétences non validés :

- Acquérir des compétences par une situation d'activité professionnelle
- Travailler à partir d'ouvrage, de publications, d'études sur une ou plusieurs compétences ou capacités jugées insuffisantes du bloc de compétences par le Jury
- Demander le bénéfice d'une formation continue concernant la ou les compétences non validées

Le bénéfice des composantes acquises est définitif.

RUBRIQUE N° 6 : Déclaration sur l'honneur

Cette déclaration est à remplir obligatoirement pour que votre dossier soit recevable

Déclaration sur l'honneur

Je soussigné(e),déclare sur l'honneur :

présenter dans le présent livret mes activités dans le cadre d'une demande de validation des acquis de mon expérience pour le titre **Chargé de gestion commerciale** de niveau 6

Choisir comme langue vivante :

Confirmer l'exactitude de toutes les informations figurant dans le présent livret

Fait à

Signature du candidat

Le

La loi punit quiconque se rend coupable de fausses déclarations : « Constitue un faux toute altération frauduleuse de la vérité, de nature à causer un préjudice et accomplie par quelque moyen que ce soit, dans un écrit ou tout autre support d'expression de la pensée qui a pour objet ou qui peut avoir pour effet d'établir la preuve d'un droit ou d'un fait ayant des conséquences juridiques.

Le faux et l'usage de faux sont punis de trois ans d'emprisonnement et de 45000 euros d'amende (code pénal, art.441-1)

Le fait de se faire délivrer indûment par une administration publique ou par un organisme chargé d'une mission de service public, par quelque moyen frauduleux que ce soit, un document destiné à constater un droit, une identité ou une qualité ou à accorder une autorisation, est puni de deux ans d'emprisonnement et de 30000 euros d'amende » (code pénal art.441-6)

Annexe 1 : Descriptif des activités et tâches associées

Activité 1 : Mise en œuvre de la politique commerciale

- 1.1 Réalisation d'une veille commerciale
- 1.2 Réalisation d'une veille technologique
- 1.3 Analyse du marché, des besoins. Expertise des opportunités de commercialisation
- 1.4 Participation à l'élaboration de la stratégie commerciale. Prise en compte des nouveaux canaux de distribution
- 1.5 Élaboration d'un plan d'actions commerciales
- 1.6 Gestion de l'e-réputation et de l'image de marque

Activité 2 : Diffusion et promotion commerciale en cohérence avec la stratégie définie

- 2.1 Élaboration et mise en place d'actions commerciales
- 2.2 Réaction de campagnes commerciales et / ou de promotions commerciales
- 2.3 Animation d'un site commercial en ligne, optimisation des contenus et du référencement
- 2.4 Participation à des manifestations commerciales événementielles
- 2.5 Suivi et évaluation des actions commerciales

Activité 3 : Animation commerciale

- 3.1 Gestion des contacts et développement d'un portefeuille clients
- 3.2 Réalisation d'actes de vente en langue anglaise
- 3.3 Facilitation du parcours client. Gestion des dispositifs de fidélisation
- 3.4 Recherche de disponibilité des produits
- 3.5 Animation des équipes internes
- 3.6 Analyse de données statistiques

Activité 4 : Gestion d'un centre de profit

- 4.1 Gestion de projets commerciaux
- 4.2 Gestion d'un budget
- 4.3 Prise en compte des réglementations
- 4.4 Développement d'un réseau de partenaires institutionnels et professionnels

UNE SPECIALISATION OBLIGATOIRE AU CHOIX PARMIS LES QUATRE ACTIVITÉS CI-DESSOUS :

Activité 5 spécialisation : Service commercial

- 5.1 Pilotage d'un service commercial
- 5.2 Négociation avec des prestataires et fournisseurs
- 5.3 Représentation d'une marque, d'un produit, d'un service

Activité 6 spécialisation : Tourisme

- 6.1 Démarchage d'acteurs territoriaux du tourisme
- 6.2 Recherche et développement de produits innovants
- 6.3 Mise en œuvre d'actions destinées à la promotion et au développement touristique d'un territoire
- 6.4 Gestion de la logistique touristique
- 6.5 Développement de l'interculturalité au sein de sa structure

Activité 7 spécialisation : Hôtellerie - Restauration

- 7.1 Participation à la gestion d'un établissement hôtelier
- 7.2 Intégration du développement durable et de l'économie circulaire
- 7.3 Supervision des normes d'hygiène et de sécurité de l'établissement

Activité 8 spécialisation : Immobilier

- 8.1 Réalisation d'une prospection immobilière
- 8.2 Participation à la gestion d'une agence immobilière
- 8.3 Conduite d'un processus d'achat. Collaboration à une négociation de mandat

Annexe 2 : Descriptif des blocs de compétences

Compétences associées aux activités et tâches	Exemples de preuve
1.1 Analyser une stratégie commerciale afin de maîtriser les enjeux du développement. Adopter une approche intégrée où les canaux se complètent et s'enrichissent mutuellement pour optimiser la stratégie marketing et commerciale.	Recommandation stratégie commerciale
1.2 Définir les besoins et les objectifs de la campagne puis sélectionner les moyens et ressources nécessaires à cette campagne afin de construire un plan d'actions détaillant les contenus et les phases d'opérations. Mobiliser les procédures multimédia pour proposer un plan d'actions omni canal. Présenter un plan d'actions promotionnelles à son équipe ou à la direction de l'établissement.	Plan d'actions promotionnelles et publicitaires
1.3 Choisir des actions commerciales à mener et préciser le budget alloué pour répondre au cahier des charges fourni par une organisation. Mobiliser les outils afin de capter et / ou fidéliser la clientèle. Programmer des actions ciblées permettant de proposer des réponses individualisées. Analyser le déroulé d'actions de marketing direct afin de proposer des pistes d'amélioration lors d'une prochaine campagne.	Actions commerciales menées
1.4 Valoriser des produits auprès d'une clientèle afin de la rassurer, la convaincre ou la fidéliser. Offrir un parcours client rapide, intuitif, personnalisé, interactif pour optimiser les ventes. Mesurer de façon pertinente et dynamique la satisfaction client et la performance cross canal pour adapter continuellement l'expérience client aux attentes et comportements des consommateurs. Gérer la fidélisation en proposant des cartes de l'enseigne, réductions, parrainages... afin de mieux fidéliser la clientèle en magasin, sur le web...	Recommandation parcours client
1.5 Repérer des partenaires potentiels (revendeurs, fournisseurs, bloggeurs, collectivités, agences, etc.) et leur positionnement pour avoir une vision globale du marché. Effectuer une sélection de partenaires et organiser les modalités de coopération en fonction des critères définis avec la direction. Gérer un réseau de distributeurs, fournisseurs, agents dans le cadre de projets commerciaux. S'exprimer dans la langue étrangère dans son environnement professionnel.	Mise en place ou développement de partenariats
2.1 Mobiliser les méthodes et techniques de l'intelligence économique pour réaliser une veille économique du marché et de la concurrence. Analyser les contextes économiques, patrimoniaux, sociaux et concurrentiels de l'organisation permettant d'évaluer le positionnement de l'organisation et de la concurrence.	Étude concurrentielle
2.2 Faire une veille des innovations du secteur de l'entreprise afin d'anticiper les innovations sectorielles. En dégager les opportunités puis produire des recommandations, au niveau de son unité. Automatiser les procédures de gestion pour améliorer l'efficacité de l'entité. Proposer des expériences clients adaptées aux nouveaux modes de consommation de façon rentable.	Veille
2.3 Mobiliser les outils de diagnostic mercatiques pour analyser le marché et les résultats commerciaux antérieurs. Utiliser les techniques de traitement de l'information afin d'analyser les données récoltées. Identifier les cibles à démarcher pour optimiser les ventes.	Étude de marché
2.4 Définir les objectifs de l'événement autour de l'offre et de l'enseigne (salons, expositions...) pour proposer une planification cohérente avec les besoins exprimés par l'organisation. Anticiper les risques professionnels pour les participants à l'événement afin de parer aux divers aléas envisageables. Définir le rôle de chaque membre, exercer un contrôle et une évaluation de l'activité pour en conserver le contrôle des ressources disponibles	Actions événementielles
2.5 Déterminer les contraintes et ressources d'un projet / service commercial afin de pouvoir affecter les moyens matériels, humains et techniques nécessaires. Coordonner les fonctions supports, gérer la logistique et les approvisionnements pour optimiser le déroulement du projet ou le fonctionnement du service.	Mise en place d'un projet commercial
2.6 Utiliser les outils statistiques afin d'optimiser les actions commerciales et d'identifier de nouvelles opportunités. Avoir une connaissance proactive de sa clientèle et de leurs attentes en transformant le big data en smart data pour améliorer le ciblage des campagnes.	Analyse de données
2.7 Analyser le cahier des charges pour déterminer clairement les besoins d'un client. Proposer une expérience client personnalisée, riche et interactive qui développe et rassemble des communautés d'intérêt client autour de l'enseigne. Utiliser les outils numériques pour créer des contenus visuels et rédactionnels adaptés au besoin. Améliorer le référencement du site afin de le rendre plus visible et plus attractif.	Animation d'un site en ligne
2.8 Mobiliser les outils et techniques de prospection adaptés aux marchés et cibles permettant de développer un portefeuille clients. Définir et caractériser les principaux produits ou services pour avoir une vision globale de l'offre. Mobiliser les outils et techniques de la relation commerciale (CRM) afin d'optimiser la gestion des contacts et ainsi accroître le chiffre d'affaires. Mobiliser les outils de gestion pour mesurer les écarts de performance des ressources de production et financières d'un projet	Développement d'un CRM

2.9 Réaliser une veille législative et mobiliser ses connaissances en droit pour assurer la mise en conformité de son entité avec la législation en vigueur. Mobiliser les outils permettant de suivre une démarche Qualité tout au long du projet. Définir la situation de la RSE (responsabilité sociale de l'entreprise) afin d'inclure une démarche responsable dans le projet.	Projet Qualité ou RGPD, ou RSE
2.10 Analyser l'identité de la marque pour assurer la cohérence des décisions et des actions pouvant influencer la perception de cette marque. Formaliser la politique RSE de l'organisation et mettre en place une stratégie de réputation numérique dans le cadre d'une gestion de crise ou pour parer toute difficulté. Utiliser les outils numériques pour la diffusion d'information.	Campagne e-réputation
3.1 Tenir compte de la zone de chalandise et mobiliser les outils de planification et de partage d'informations dans l'objectif de proposer un plan d'actions cohérent. Réaliser un budget prévisionnel afin de maîtriser les coûts et recettes lors d'une campagne puis évaluer les retombées d'une campagne commerciale. Préparer une argumentation pour défendre son plan d'actions afin d'accroître les ventes. Proposer des outils afin d'assurer un contrôle budgétaire du suivi des actions.	Plan d'actions commerciales Budget prévisionnel
3.2 Mobiliser les savoirs et techniques de droit pour mettre en place des contrats commerciaux. Élaborer une proposition commerciale et financière à l'attention d'un client.	Veille législative Veille législative Contrats commerciaux
3.3 Élaborer une recherche d'informations législatives et l'analyser afin de mettre en place des projets ou événements commerciaux respectant la législation. Synthétiser les évolutions à l'attention de la direction du service.	Utilisation, analyse du système d'information
3.4 Mobiliser les outils permettant de suivre la disponibilité des produits (en magasin, en réserve...) afin de satisfaire au mieux le client. Le cas échéant, exploiter des solutions cross canal pour livrer rapidement les produits non disponibles ou configurés à la commande.	Tableau de suivi logistique
3.5 Mesurer de façon pertinente et dynamique la satisfaction client et la performance cross canal pour adapter continuellement l'expérience client aux attentes et comportements des consommateurs	Tableau de bord commercial
3.6 Mobiliser les méthodes et outils du management de proximité pour encadrer, motiver son équipe et créer une dynamique de groupe. Définir des objectifs collectifs et individuels, superviser les missions des vendeurs afin de réaliser les objectifs commerciaux définis par la direction. Mettre en œuvre les outils pour accompagner au mieux les collaborateurs aux changements de l'organisation	Procédure d'embauche Entretien de motivation Recadrage Gestion de conflits entre commerciaux Management du changement
3.7 Mobiliser ses connaissances des différentes cultures et usages locaux afin de mieux comprendre les différentes cultures, et d'adapter les offres à la clientèle.	Accueil de collaborateurs Travail en équipe à l'étranger
4.1 Établir un plan d'actions de développement commercial et de développement de la culture d'entreprise au sein de l'organisation. Être l'ambassadeur d'une marque, d'un produit ou service lors de manifestations.	Veille de produits et / ou services
4.2 Mobiliser les procédures administratives de traitement afin d'assurer le suivi des commandes. Mettre en place un tableau de bord de suivi de l'activité et des résultats permettant d'analyser les écarts et de proposer des actions correctives. Utiliser les outils de gestion pour optimiser le pilotage de son service. Mobiliser les éléments de la comptabilité générale et de la comptabilité analytique afin de déterminer des coûts de revient par produit / service	Outil de suivi des performances de l'équipe commerciale Analyse de gestion commerciale
4.3 Développer une méthode d'analyse des informations collectées et de recherche d'éléments complémentaires afin de réaliser un budget. Proposer des outils et moyens de contrôle pour le suivi du budget au fil du temps.	Gestion du budget du service commercial
4.4 Mobiliser les outils et techniques de négociation permettant de développer un argumentaire et de mener à bien une négociation.	Négociation commerciale
4.5 S'exprimer et se faire comprendre en langue anglaise dans son environnement professionnel afin de réaliser des ventes en face à face, par téléphone, sur internet...	Réalisation de ventes en anglais
5.1 Faire une veille des innovations du secteur touristique pour en dégager les opportunités (nouvelles destinations, nouveaux services...) et produire des recommandations, au niveau de son unité. Motiver les membres de son équipe à l'innovation afin d'ouvrir son service à de nouvelles opportunités. Proposer des expériences clients adaptées aux nouveaux modes de consommation tout en assurant la rentabilité du produit / service.	Méthodologie de recherche de nouveaux produits touristiques Mise en place d'un nouveau catalogue
5.2 Effectuer une veille des acteurs territoriaux, mobiliser les outils et méthodologie de recueil et de traitement des données afin de réaliser une analyse pertinente puis de produire une synthèse à l'attention des dirigeants / managers.	Veille des acteurs territoriaux
5.3 Définir les ressources nécessaires et les objectifs d'une campagne promotionnelle afin de proposer un brief clair et applicable ainsi qu'un plan de campagne à l'organisation. Émettre des recommandations afin de mieux cibler les actions ultérieurement. Affecter les moyens matériels, humains et techniques permettant de réunir les ressources nécessaires au projet Coordonner les fonctions supports, participer à la gestion de la logistique et des approvisionnements lors d'un projet touristique (transport, hébergement, animations...)	Actions de promotions Gestion logistique d'un voyage
5.4 S'exprimer et se faire comprendre en langue anglaise dans son environnement professionnel afin de réaliser des ventes en face à face, par téléphone, sur internet...	Ventes de produits touristiques en langue anglaise

6.1 Mettre en pratique la législation liée à un projet ou au fonctionnement d'un établissement afin de faire respecter les normes QHSE (qualité, hygiène, sécurité et environnement). Mobiliser les outils et méthodes d'évaluation des risques afin de proposer des actions de prévention des risques professionnels.	Veille sur les normes QHSE
6.2 Intégrer la durabilité environnementale, sociale et économique dans le fonctionnement de l'établissement afin d'optimiser les achats, constructions, usages, transports, etc.	Gestion de la durabilité environnementale dans son établissement
6.3 Analyser les informations de la gestion administrative et comptable d'un établissement hôtelier pour en maîtriser le fonctionnement. Mobiliser ses connaissances et méthodes de suivi du personnel afin d'assurer une gestion optimale des ressources humaines dans son entité. Suivre les procédures imposées par le code du travail, les accords de branche et la convention collective afin d'assurer la pérennité de l'établissement. Analyser les procédures d'achats et de vente en place permettant d'optimiser les ventes.	Gestion administrative et comptable d'un hôtel (- restaurant)
6.4 S'exprimer et se faire comprendre en langue anglaise dans son environnement professionnel afin de réaliser des ventes en face à face, par téléphone, sur internet...	Actions de ventes en langue anglaise
7.1 Analyser le marché immobilier local / régional afin de proposer une vision globale de son environnement et de mettre en place une stratégie de prospection. Mettre en œuvre un processus de recherche de biens immobiliers pour accroître son portefeuille.	Études de marché
7.2 Analyser le patrimoine immobilier d'un client afin de proposer une estimation au plus juste et pouvoir lui fournir des conseils sur des investissements ou rédiger un descriptif. Assurer la gestion de biens locatifs pour un client (syndic, particulier, entreprise...). Élaborer différents types de procédures dans le cadre de la gestion immobilière.	Actes de gestion d'une agence immobilière
7.3 Piloter des actions commerciales dans un contexte national ou international pour faire connaître sa marque ou son agence. Mobiliser les outils et techniques d'études mercatiques permettant de réaliser une analyse pointue de l'environnement.	Mise en place d'une politique commerciale
7.4 Analyser la typologie des biens et clients ainsi que les critères qui la constituent lors d'une estimation. Établir un dossier financier d'acquisition de biens immobiliers dans le cadre d'un développement de son portefeuille. Présenter ses analyses de façon claire et synthétique à ses interlocuteurs pour les aider à la prise de décision.	Développement d'un portefeuille clients
7.5 Mobiliser les outils et techniques pour mener à bien une négociation. Définir les argumentaires de négociation, préparer les atouts de négociations permettant d'établir un tableau « Argumentaires / cible ».	Transaction immobilière
7.6 Expertiser des biens immobiliers pour déterminer une valeur vénale, locative. Analyser les procédures d'achats formalisées afin d'assurer une gestion cohérente de son activité. Intégrer la durabilité environnementale, sociale et économique dans les décisions d'achat.	Processus d'achat
7.7 S'exprimer et se faire comprendre en langue anglaise dans son environnement professionnel afin de réaliser des ventes en face à face, par téléphone, sur internet...	Gestion d'une vente en langue anglaise