

Préparer un titre professionnel

ASSISTANT COMMERCIAL

V24.1

Maj 02-24

RNCP35031



OBJECTIF :

Acquérir les compétences professionnelles pour exercer le métier d'assistant commercial et se préparer à l'obtention du titre professionnel.

PRÉREQUIS :

Etre titulaire d'un niveau 4 ou équivalent ou justifier d'une expérience significative ou valider les tests d'entrée en français et mathématiques.

DURÉE :

896h en centre / 245h en stage entreprise / 5h10 examen

Lieu :

Espace Emeraude 33150 CENON

Commerce

Objectifs de compétences professionnelles* :

1. Gérer l'administration des ventes
2. Suivre les opérations de la supply chain
3. Suivre la relation clientèle en français et en anglais
4. Prévenir et gérer les impayés
5. Concevoir et publier des supports de communication commerciale
6. Concevoir et actualiser les tableaux de bord commerciaux
7. Organiser une action commerciale
8. Assurer l'accueil d'une manifestation commerciale en français et en anglais

Méthode pédagogique et encadrement :

- Méthodes démonstrative, active, expérientielle, interrogative et apprentissage par problèmes.
- Ces méthodes mettent l'accent sur des démonstrations techniques, procédures et compétences, sur des activités pratiques, des situations professionnelles réelles, des résolutions de problèmes concrets et encouragent la réflexion sur des situations professionnelles
- Formation présentielle animée par des formateurs professionnels dont les compétences techniques, professionnelles et pédagogiques ont été validées selon les critères qualité d'Aptitudes 21.

Modalités d'évaluations :

- Exercices pratiques progressifs
- Echanges / questionnements
- Observations directes
- QCM
- Mise en situation / Atelier
- Examen blanc
- Livret de suivi en entreprise
- Audit fin de formation

Moyens matériel :

- PC dernière génération
- Logiciels de gestion et bureautique
- Imprimante laser couleur
- Vidéo projecteur
- Tableaux
- Supports de cours

Préparer un titre professionnel

ASSISTANT COMMERCIAL



Commerce

Moyens de suivi et validation de la formation :

- Feuille de présence émargée par demi-journée
- Livret de suivi de stage en entreprise
- Attestation de formation
- Titre professionnel du Ministère du travail du plein emploi et de l'insertion sous réserve de l'évaluation du jury lors de la session de validation

Certification :

- Libellé de la certification : TP - Assistant commercial
- Code RNCP : 35031
- Nom du certificateur : Ministère du travail du plein emploi et de l'insertion
- Date d'enregistrement de la certification : 15/10/2020
- Niveau de qualification : 5 (bac+2)
- Validation partielle :
CCP1 - Administrer les ventes et assurer le suivi de la supply chain
CCP2 - Contribuer au déploiement de la stratégie commerciale de l'entreprise

Examen :

- Mise en situation professionnelle 3h15 mn
- Entretien technique 10 mn
- Questionnement à partir de production(s)
- Entretien final 15 mn

Type d'emplois accessibles :

- Assistant commercial
- Assistant administratif et commercial
- Assistant ADV
- Assistant commercial Supply chain
- Assistant ADV et marketing

Statistiques France Compétences :

- Taux d'insertion global à 6 mois : Non communiqué
- Taux d'insertion dans le métier visé à 6 mois : Non communiqué

Assistant commercial

Programme

35h **Gestion commerciale**

(1, 2, 3, 4)*

Les documents commerciaux

Bon de commande, devis, contrat de service, bon de livraison, facture

Les conditions générales de vente
Les réductions commerciales et financières

Les frais de port

Les contraintes légales et réglementaires

Les offres de financement au client

Notions (compte courant, gestion des excédents de trésorerie, autres services)

Le financement de l'activité (escompte, découvert, affacturage...)

Le financement externe des investissements

Les règlements

Les modes de paiement

Les moyens de paiement

Les conditions de paiement

Les délais de paiement

Les pénalités

Import / Export

Quels sont les Incoterms ?

Comment les utiliser ?

Les obligations du vendeur et de l'acheteur en matière de déclarations

Vente au départ / vente à l'arrivée

Répartition des frais et des risques

Quel loi régit les contrats ?

14h **Droit commercial**

(1, 2, 3)*

Les grandes règles du droit commercial

Le contrat : l'achat, la vente, les conditions de validité

Les principales notions du droit des contrats et des obligations : obligation de résultat, moyen, de faire...

Qui a le pouvoir de signer quoi ?

Les vices cachés, les clauses limitatives de responsabilité, les clauses résolutoires...

Les conditions générales de vente et d'achat, la loi LME, les documents contractuels

Comment se prémunir en cas de litige

L'organisation judiciaire commerciale

Le droit de la consommation et du consommateur

Les obligations du commercial et du vendeur

La législation protégeant le consommateur

Crédit à la consommation

Offre préalable

Droit et délai de rétractation

Abus de faiblesse

Les clauses abusives

Le refus de vente

Les problèmes spécifiques de la livraison

Responsabilités du fabricant et du distributeur

Les différents recours du consommateur

Le droit de la concurrence et des contrats

Les tendances de la jurisprudence et panorama de la législation

21h **Sage Gestion informatisée**

(1, 2, 3, 4, 6)*

Gestion commerciale

Prise en main du logiciel

Création de la société, des articles, des fiches de stocks, des fiches clients

Mise en place des dépôts

Élaboration des tarifs

Documents des ventes

Saisie d'un bon de commande client, bon de livraison, facturation

Documents des achats

Préparation de commandes

Bon de commande fournisseur, bon de livraison, réapprovisionnement

Documents des stocks

Mouvements d'entrées / sorties

Virement de dépôt à dépôt

Gestion des abonnements

Saisie des règlements clients

Gestion des écarts de règlements

Édition des documents

28h **Gestion des stocks et suivi de la supply chain**

(2)*

Les fondamentaux de la gestion des stocks

Le rôle des stocks

Les différents paramètres économiques

économie d'échelle à l'achat, coût de possession, coût de stockage, coût de rupture

Ajuster les équilibres coûts financiers et satisfaction clients

Influence de la gestion des stocks sur la comptabilité

Méthode de gestion des stocks

Analyser les stocks

Maîtriser les indicateurs : stock moyen, maxi, mini,

Taux de rotation, taux de couverture, niveau de stock, taux de rupture...

Pilotage de la gestion des stocks

Les méthodes de valorisation et de rotation des stocks : FIFO, LIFO

Mise en place des indicateurs et tableaux de bord

Traitement des approvisionnements

Adapter ses techniques d'approvisionnement à ses produits

La méthode de renouvellement

La quantité fixe à date variable ou la quantité variable à date fixe

La quantité économique

Les fréquences d'approvisionnement

La périodicité d'approvisionnement

Traitement des expéditions

Les modes de transport, les acteurs et leur rôle
Les matériels et documents nécessaires au transport

Les incoterms et le transport

Les caractéristiques des marchandises et le choix des modes de transport

Le transport routier : la RSE, les contrats, types, la gestion des litiges

Le cout du transport

14h **CRM (1, 3, 4, 6)***

Méthodes d'utilisation du logiciel

Optimiser les performances

Gestion des appels

Gestion des messages électroniques

Organisation du planning

Gestion prospect/client

7h **RGPD (1, 8, CT)***

Comprendre le RGPD

Les Données à Caractère Personnel et la nécessité de les protéger

Objectif et périmètre du RGPD

Les entreprises et les types de données concernées

Les enjeux et les impacts pour l'entreprise

Les impacts sur le système d'information

Comprendre les nouveaux principes de protection des données

Cadre juridique du RGPD

Les nouvelles définitions introduites par le règlement européen

Les nouveaux droits pour les personnes concernées

Les risques juridiques et les sanctions qui pèsent sur l'entreprise

Se mettre en conformité

14h **Accueil téléphonique et face à face (3, 8)***

Adopter un langage dynamique

Développement de l'écoute

Travail de l'intonation de la voix

Améliorer la qualité du contact au téléphone

Organiser la réception d'appels

Connaître et reconnaître les clients de l'entreprise, fiches de saisie

Personnaliser le contact

Développer une attitude de service

*Les chiffres (1, 2, 3 ...) correspondent à la compétence professionnelle associé au module, se référer à la page 1, rubrique «objectifs de compétences professionnelles»
CT = Compétences Transversales du référentiel emploi activités compétences.

Assistant commercial

Programme

7h

Découverte client

(8, CT)*

La phase découverte

Comprendre l'intérêt et les objectifs de la phase découverte
Construire un plan de découverte
Savoir faire parler
Pratiquer l'écoute active

Maîtriser les techniques de questionnement

Questions ouvertes
Questions fermées
Questions alternatives
Questions subjectives
Prendre des notes
Pratiquer la reformulation

Mener l'entretien

Savoir relancer le dialogue
Savoir rester silencieux
Identifier et analyser les besoins exprimés
Les erreurs à éviter

14h

Gestion des

réclamations (3)*

Transformer une plainte en opportunité pour l'entreprise

Comprendre l'état d'esprit et les attentes des clients insatisfaits
Écouter et prendre en compte le mécontentement
Utiliser le meilleur canal pour traiter la réclamation

Adopter les comportements efficaces

Repérer les comportements inefficaces
S'appuyer sur ses ressources personnelles : écoute, assertivité
Proposer une solution immédiate ou différée
Argumenter et négocier une solution satisfaisante
S'entraîner aux techniques qui favorisent le dialogue : empathie, questionnement et reformulation

Négocier une solution satisfaisante pour le client et pour l'entreprise
Obtenir l'accord du client

Restaurer un climat de confiance

Optimiser la qualité des réponses

Confirmer par mail ou par téléphone votre engagement
Maîtriser le style et la structure d'une réponse aux réclamations
Personnaliser chaque réponse

105h

Anglais commercial

(2, 3, 8)*

Remise à niveau

Vocabulaire

Les lacunes de vocabulaires
Emploi d'un langage typique
Critique d'aspect visuel
Utilisation des comparatifs

Conjugaison

Utiliser les temps présents
Utiliser le passé
Vérification de l'emploi du futur : promesses, engagements

Expression écrite

S'entraîner à rédiger
Présenter un courrier
Ecrire un mail
Introduire et développer un sujet
Décrire une situation
Conclure

Expression orale

Discussions autour du travail, des projets
Téléphoner, répondre à un appel
Résoudre un problème
Faire des recommandations
Donner des consignes

Travail de l'écoute en anglais

Apprendre à écouter
Repérer les mots clés d'une conversation
Reconnaître les différents accents
Travail à partir d'enregistrements de films, documentaires...

Présentation en anglais

Se présenter
Présenter son entreprise et ses produits de manière professionnelle
Utiliser les formules de politesse usuelles
Établir des contacts commerciaux étrangers

Négocier en anglais

Argumenter avec des clients et des fournisseurs
Réussir ses démonstrations
Prendre des renseignements
Convaincre et persuader

14h

Savoir se présenter

efficacement (8)*

Travailler sa posture

Ancrage, gestuelle, posture
Travail sur la corporalité et la présence
Canaliser ses émotions
Apprendre à gommer ses tics liés au stress
Prendre conscience du non verbal
Avoir une attitude d'ouverture
Surmonter le trac
Paraître naturel
Construire un propos
Préparer sa présentation
Savoir improviser
Savoir parler de soi ou de son entreprise
Réussir sa présentation
Savoir se mettre en valeur
Travailler le débit et rythmer sa voix pour être convainquant et percutant
Canaliser son regard pour captiver son auditoire
Apprivoiser les techniques-clés
Réagir face aux questions déstabilisantes
Garder le cap, ne pas être déstabilisé
Répondre posément
Garder son calme

35h

Gestion des impayés

(4)*

Prévenir les impayés 7h

Les conditions générales de vente
Les moyens de paiement
Conditions de règlement
La solvabilité client
Collecter les informations relatives à la situation financière du client
Les encours clients et le suivi des règlements
Les causes des retards de paiement
Enjeux et état des lieux
La problématique d'une relation commerciale à maintenir
Les techniques de communication appliquées au recouvrement et à la négociation

*Les chiffres (1, 2, 3 ...) correspondent à la compétence professionnelle associé au module, se référer à la page 1, rubrique «objectifs de compétences professionnelles»
CT = Compétences Transversales du référentiel emploi activités compétences.

Assistant commercial

Programme

Impayés relance par téléphone 14h

Communiquer et développer une écoute active
Faire passer le message : voix, mots, temps
Se faire entendre : le ton, la convivialité, la construction de l'argumentaire
La reformulation pour faire progresser l'entretien
La préparation de la relance téléphonique
La préparation avant l'appel
Le circuit de paiement de ses clients
L'identification des causes du retard : savoir adapter son discours en fonction des causes
L'adaptation du discours aux différents profils payeurs
Les barrages et les objections
Comment toucher le client « toujours absent » ?
Les excuses du client
Comment répondre à chaque objection client par un argumentaire préétabli ?
Faire valoir les arguments juridiques
Répondre au client agressif
Impliquer le client dans la recherche de la solution
La conclusion de l'accord, l'engagement du client, la validation
Assurer le suivi...
De l'intention de payer au règlement définitif
Déjouer les embûches créées par le client
Utiliser intelligemment un agenda de relance
Utiliser ses alliés dans le recouvrement

Gestion des impayés le recouvrement 14h

Le non-paiement et ses incidences
Les causes de non-paiement
Les différents moyens de paiement
Le recouvrement à l'amiable :
Le dossier client : les données nécessaires à la relance, hiérarchisation des créances, choix du type de relances (téléphonique, écrite)
Avant l'échéance : anticiper les difficultés de règlement et les litiges éventuels
Après l'échéance : relancer l'impayé
La relance téléphonique : étapes de l'entretien, organisation, communication verbale, traitement des objections, la typologie des clients, attitude à adopter
Les courriers : place de la relance écrite, étude de modèles types, portée de l'écrit (maintien de la relation commerciale, gestion des réactions du client)
La visite du commercial
Le recouvrement judiciaire :
Préparation du dossier
Le cadre contractuel, les documents contractuels
Mise en demeure de payer
Organisation judiciaire : les différents tribunaux, le rôle des acteurs de justice (avocat, huissier,...)
Les sociétés de recouvrement
Les procédures mises à disposition et leur application

14h

Outils de communication commerciale (5)*

Choisir et rédiger ses outils de communication commerciale

Connaitre son marché
Segmentation du marché
Notion de cibles, zonage
Choix des cibles
Comportements d'achats
Définir ses objectifs
Lancer un produit ou service
Trouver de nouveaux prospects
Atteindre un nouveau marché
Fidéliser sa clientèle
Développer des partenariats
Choisir les bons outils de communication
Annonces publicitaires
Mailings
Courriers électroniques
Newsletters
Publications réseaux sociaux
Prospection téléphonique
Blogs
Prospectus...
Avantages / Inconvénients
Quoi, pourquoi, pour qui ?
Concevoir le support
L'accroche
Illustration de l'annonce / du plan
Rédaction de l'annonce / du plan
Inclure les astuces promotionnelles, nouveautés...
Techniques pour faciliter les réponses

21h

Communication Visuelle (5)*

Objectifs de la communication

Définir, structurer, analyser une identité visuelle
La cible

Principes fondamentaux de la mise en page

Choix de l'image et de sa mise en page
Lecture de l'image

Éléments du graphisme contemporain

Les principes fondamentaux de la couleur

La physiologie des couleurs
Les contrastes de couleurs
Accords de couleurs et variation d'accords
L'effet spatial des couleurs

Typographie

Choix de la typographie par rapport au message à transmettre
Composition texte image

Réaliser une communication visuelle

Charte graphique
Les phénomènes de modes
Création d'un logo, d'une plaquette, d'une affiche...

21h

Photoshop initiation (5)*

Présentation

Graphisme

Graphisme bitmap et graphisme vectoriel

Les modes de couleurs (niveaux de gris, CMJN, RVB...)

le mode bichromie

Les images

Ouvrir, enregistrer une image dans photoshop

Cadrer une image

Modifier la résolution et la taille, taille de la zone de travail

Les outils

Les calques

Les différents calques et leurs propriétés

Option de fusion

Le texte

Colorimétrie

Déramage

Calibration des couleurs

Niveaux et courbes

Luminosité et contraste

Les filtres

Les masques et les couches

*Les chiffres (1, 2, 3 ...) correspondent à la compétence professionnelle associé au module, se référer à la page 1, rubrique «objectifs de compétences professionnelles»
CT = Compétences Transversales du référentiel emploi activités compétences.

Assistant commercial

Programme

21h **Indesign initiation (5)***

Construction d'un document

Format
Préparation et utilisation des maquettes
Gestion des pages
Foliotage
Utilisation des calques

Les blocs

Blocs image, blocs texte
Grouper des objets, gérer les plans
Déplacer, dupliquer, diviser, fusionner et aligner des blocs

Traitement de texte

Les blocs textes
Chaînage des blocs
Typographie et format des paragraphes
Tabulations

Images

Format de fichiers images
Importer, cadrer, détourner et habiller des images

Les attributs graphiques

Définir et séparer les couleurs
Utiliser les couleurs pour le fond, le contour et le contenu des blocs

14h **Créer sa Newsletter (5)***

Mettre en place une stratégie Newsletter

Concevoir sa newsletter : typo et structure
Définir les objectifs de sa newsletter
Newsletter promotionnelle et newsletter éditoriale

Constituer sa base de données

Rédiger sa newsletter

Stratégie éditoriale et outils journalistiques

Charte graphique et rubriques

Améliorer l'efficacité de sa newsletter

Fréquence et volume des envois
Période des envois

Optimiser les coûts et mesurer le retour sur investissement

Routage
Prestataires et budget
Indicateurs et ratios de performance
Faire un tableau de bord

21h **Wordpress (5)***

Installer et paramétrer WordPress

Installer l'environnement de travail WordPress
Effectuer les paramétrages de base
Effectuer les mises à jour
Gérer les pages et créer un article
Gérer les contenus
Écrire et paramétrer un article
Travailler sur les fichiers personnalisables
Installer des plugins
Chercher un plugin et l'installer
Composition et validité d'un plugin

21h **Communiquer via les réseaux sociaux (5)***

21h Optimiser sa communication sur les réseaux sociaux

Présentation des réseaux sociaux

Cartographie des réseaux sociaux
Quelques chiffres sur les réseaux sociaux
Facebook, Instagram, LinkedIn ... : fonctionnement et langage

Forces et faiblesses

Quelle plateforme choisir
Mise en situation

Facebook

Qu'est-ce que Facebook ?
Créer un compte et connaître les paramètres
Créer une page et l'optimiser
Administrer et gérer sa page Facebook
Le mécanisme Facebook
Recruter des fans
Déterminer une stratégie de contenu
Publier des posts
Créer une offre, un événement, un moment-clé
Mettre un post en avant gratuitement
Utiliser à son avantage l'algorithme de Facebook

Instagram

Création du compte et conversion profil professionnel
Optimiser son compte Instagram
Créer et publier du contenu Instagram pertinent en fonction de son secteur d'activité
Gérer les commentaires négatifs
Les différentes techniques pour gagner des abonnés
Mettre en place des campagnes publicitaires sur Instagram
Produire des visuels attractifs en respectant les contraintes imposées par Instagram
Mesurer les performances de ses actions sur Instagram
Analyser et comprendre les performances de ses campagnes publicitaires
Booster une publication depuis Instagram

Les différents types de stories
Personnaliser le contenu des stories
Diffuser ses stories
Les stories à la une
Mesurer les performances des stories
Instagram

LinkedIn

Créer un compte et paramétrages
Mécanismes de fonctionnement
Optimisation du profil
Utilisation professionnelle et commerciale
Création de contenu

21h **Analyse des performances commerciales (6)***

Mettre en place ses outils de pilotage

Le tableau de bord commercial et ses indicateurs

Repérer les étapes qui génèrent le résultat

Prospection
Qualification
Elaboration de l'offre
Négociation
Identifier les facteurs clés de succès
Les indicateurs et ratios d'activité
Le pilotage d'activité commerciale autour du processus de vente

Identifier les indicateurs les plus pertinents

Activité : CA, marge, satisfaction client...
Actions commerciales : mailings, e-mailings, salons, campagnes d'appels, promotions...
Performance des équipes : les ratios, la productivité commerciale...
Analyser les chiffres : la méthode des écarts, indicateurs...

Motiver et challenger ses équipes

Communiquer les chiffres et partager l'information pour progresser
Piloter objectifs et réalisations avec le tableau de bord commercial

*Les chiffres (1, 2, 3 ...) correspondent à la compétence professionnelle associé au module, se référer à la page 1, rubrique «objectifs de compétences professionnelles»
CT = Compétences Transversales du référentiel emploi activités compétences.

Assistant commercial

Programme

14h **Gestion de projets Gantt**

(7)*

Gestion de projets et outils

Définir un projet, les acteurs et leurs rôles
Prendre en main les outils de gestion de projet

Installation de GanttProject

Créer / Ouvrir un projet

Création d'un plan projet, éléments du projet.
Planification

Décomposer un projet en tâches et phases
Ordonner les tâches, définition des liaisons

Suivi de l'avancement du projet

Créer un état de référence, sauvegarde de la
planification initiale

Gestion des ressources

Créer une nouvelle ressource
Créer de nouveaux rôles
Affecter une ressource à une tâche
Importer des ressources

Générer des rapports

Mettre en forme le planning
Imprimer le planning

21h **Organiser une action**

commerciale (7)*

Préparer une action

Identifier et gérer les contraintes matérielles
Choisir une action en fonction des axes
stratégiques de l'entreprise

Opération promotionnelle

Lancement d'un produit

Manifestation commerciale

Déterminer un budget

Postes et dépenses
Choisir ses intervenants
Négocier avec les prestataires

Organiser l'action

Choisir un lieu, un moment en fonction d'une
période, d'une opportunité

Planifier l'action

Ordonner les opérations
Controler l'avancement

Réussir sa communication autour de l'action

Accueillir, animer, mettre en valeur

Travailler les relations publiques
Présenter ses produits et services
Collecter les informations exploitables sur
les visiteurs, participants, prospects
Trouver de nouveaux partenaires
Évaluer l'événement

Évaluer l'action

Mesurer les retombées en terme d'image, en
terme commercial
Consolider sa base de données
Établir le bilan quantitatif et qualitatif

14h **Calculs commerciaux et**

statistiques (1, 6)*

Comprendre la signification d'un pourcentage

Calculer un pourcentage

Calculer un indice

Calculer un taux de variation

Calculer une valeur ou un volume

Calculer une moyenne

Calculer une médiane

Calculer et exploiter des quantiles

14h **Organiser une veille**

(1, 5, 6, CT)*

Comprendre les enjeux de la veille

Définir les objectifs d'une veille

Mettre en place une méthodologie

Panorama des sources d'informations

Définir et activer son réseau

Utiliser les outils de surveillance

Analyser et interpréter l'information

7h **Classement et archivage**

(1, 2, CT)*

Le classement

Les méthodes de classement : alphabétique,
numérique, alphanumérique...

Choix et intérêts

Les modes de classement : vertical, suspendu,
coulissant...

Choix et intérêts

Les dossiers

Comprendre la vie d'un dossier
Choisir des titres pertinents pour tous les
utilisateurs

Structurer un dossier et le faire vivre

L'archivage

Définition

Durée légale et pratique de conservation

Les buts de l'archivage

Les différentes méthodes

Gérer le plan d'archivage des dossiers

21h **Techniques et méthodes**

(1, 2, 6, CT)*

14h Gestion documentaire

Les documents

Identifier et inventorier les documents : type,
contenu...

Comprendre le circuit d'un document

La notion de dossier et les notions afférentes

Le cycle de vie des documents : archives
courantes, durée d'utilité, durée légale de
conservation

Analyse documentaire

Nature et contexte des informations à analyser

Résumé et synthèse en fonction des contenus

et du mode de production

Rédaction de notices

Structuration, vocabulaire, lisibilité

Indexation

Principes de l'indexation des documents

Les finalités de l'indexation

Les différents types de mots et leur normali-
sation

7h Présentation des résultats

Introduction

Recenser les points essentiels à mettre en
valeur

Choisir la forme de présentation

Méthode pour présenter des documents tex-
tuels, quantitatifs, chiffrés, graphiques

Présentation sous forme de tableau

Quand et pourquoi utiliser un tableau ?

Les tableaux de textes

Les tableaux de chiffres

Les tableaux simples

Les tableaux à double entrée

Les schémas

Quand et comment présenter sous forme de
schémas ?

Avantages et inconvénients

Présentation sous forme de graphique

Préparer son graphique

Cerner population et objectif

Déterminer les intervalles de variation de la
variable

Procéder au relevé des données

Choisir le type de graphique

Construire le graphique : échelle, unité, légende,
couleur, source

Analyse

Présenter ses résultats

Apporter des éléments de comparaison

Argumenter et valoriser ses résultats

*Les chiffres (1, 2, 3 ...) correspondent à la compétence professionnelle associé au module, se référer à la page 1, rubrique «objectifs de compétences professionnelles»
CT = Compétences Transversales du référentiel emploi activités compétences.

Assistant commercial

Programme

63h

Effacité

professionnelle

(1, 3, 4, 5, 6, 7, 8, CT)*

Écoute active 14h

L'importance d'une écoute de qualité
Les clefs du dialogue
Le contexte de la relation d'écoute
Les techniques de l'écoute active
L'écoute fine du non-verbal et la synchronisation
L'écoute dans la dynamique de la communication
Jeux de rôle

Gestion du temps 14h

Faire le point sur son organisation et la façon de gérer son temps
Dresser le bilan de sa situation
Utiliser les outils efficaces pour gérer son travail
Visualiser son activité et ses résultats à travers une grille de suivi
Optimiser son organisation
Développer des comportements gagnants
Repérer les obstacles personnels à une bonne organisation du travail

Mieux communiquer à l'oral 14h

Les enjeux de la communication orale
Se situer, cerner ses forces et faiblesses
Travailler l'élocution, le rythme, le débit de parole
Utiliser le non verbal et les émotions
Utiliser des «aides naturelles» : voix, gestes, regards, l'empathie...
Utiliser des aides matérielles : faire un dessin, un croquis, un schéma, y inclure l'autre
Repérer les émotions utiles et les parasites pour les utiliser ou les neutraliser
Déterminer les principaux comportements de chacun
Savoir repérer les «jeux psychologiques» sources de «mé-communication»
Avoir confiance en soi et faire preuve d'empathie
Écouter et observer activement
Contexte, obstacles, enjeux
Processus, qualités et techniques d'écoute active
Écouter pour reformuler en effet-miroir
Formaliser les points d'accord et de désaccord
Les attitudes d'écoute active pour éviter les erreurs d'interprétations
Face à face, silence, assertivité et empathie
Savoir se distancier et s'adapter
Repérer, identifier les signaux et les comportements de ses interlocuteurs
Constater sans juger ni interpréter et agir en conséquence
Se synchroniser sur le non verbal de l'interlocuteur

Adapter sa communication à ses différents types d'interlocuteurs

Optimiser ses écrits professionnels 21h

Les objectifs
Organisation du texte
Informier, proposer, réclamer, gérer...
Choisir un plan en fonction de l'objectif
Construire en paragraphes
Utiliser les différents procédés pour écrire ce qui est utile à la compréhension du message
Les règles de la lisibilité
La lisibilité typographique, rédactionnelle
Présenter son courriel
Rédiger et mettre en valeur ses idées
Choisir son registre de langue, la justesse de ton, articuler ses idées
Mettre en valeur son texte par la présentation
Entraînement à la rédaction
Mémos, lettres, notes, rapport...

182h

Bureautique

(1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, CT)*

14h Windows

Découverte de l'ordinateur

Les composants de l'unité centrale
Les principaux périphériques

Interface utilisateur

L'interface Windows
Fonctionnement des fenêtres
Fonctionnement des icônes

Utilisation de l'environnement

Exécuter et fermer une application
Sauvegarder, récupérer ou créer des documents de travail
Déplacer ou dupliquer des données au sein d'une application
La corbeille : supprimer son contenu, récupérer des données

Gestion des fichiers et des dossiers

Créer et gérer des dossiers
Créer, chercher, déplacer, dupliquer, supprimer des fichiers
Faire des copies de sécurité
Utilisation d'unités de stockage externes (clé USB...)

Gestion d'impression

Imprimer
Résoudre les problèmes d'impression

Personnalisation de Windows

Gestion des paramètres souris, heure, date, symboles monétaires
Créer des raccourcis et personnaliser le menu «démarrer»
Installer des périphériques

42h Word

Prise en main du traitement de texte
Saisie, mise en forme, mise en page
Les tabulations
Les insertions automatiques, d'objets
Les tableaux
Le publipostage
Gestion de documents longs

42h Excel

Prise en main du tableur
Mise en page, saisie et mise en forme
Les calculs
Les tableaux, les graphiques
Les bases de données
Les fonctions particulières
Les tableaux croisés dynamiques
Exploiter une base de données
Organiser ses données dans un tableur
Trier et filtrer des tables selon plusieurs critères de manière personnalisée
Utiliser les fonctions statistiques de la base de données
Mettre en place des tableaux croisés dynamiques à une, deux ou trois dimensions

*Les chiffres (1, 2, 3 ...) correspondent à la compétence professionnelle associé au module, se référer à la page 1, rubrique «objectifs de compétences professionnelles»
CT = Compétences Transversales du référentiel emploi activités compétences.

Assistant commercial

Programme

14h Excel tableaux croisés dynamiques

Créer un tableau croisé dynamique
Objectif du tableau croisé dynamique
Les différentes étapes de création
Manipulation et mise en forme d'un tableau croisé dynamique
Trier un champ
Grouper un champ
Déplacer un champ / élément
Modifier le format numérique
Modifier le nom d'un champ
Ajouter / supprimer un champ de données, de ligne, de colonne ou de page
Masquer des données de ligne ou de colonne
Options d'un tableau croisé dynamique
Découvrir les options du tableau croisé
Ajouter ou supprimer un filtre de rapport
Croiser un rapport
Totaux et sous-totaux
Ajouter ou supprimer des sous-totaux
Les fonctions de synthèse
Modifier des formules
Créer, modifier, supprimer un champ calculé
Afficher la liste des formules
Définir les paramètres de champs calculés
Mises en forme
Appliquer un style de tableau croisé dynamique
Appliquer une mise en forme conditionnelle
Groupement et dissociation
Grouper des éléments dans un champ dynamique
Grouper des valeurs numériques et des dates
Dissocier un groupe
Renommer un élément
Actualisation des données du tableau croisé dynamique
Actualiser le tableau croisé après ajout ou modification de données
Extraire les données d'un tableau croisé dynamique
Les graphiques croisés dynamiques
Créer et gérer des graphiques de Tableaux croisés dynamiques
7h Excel graphiques
Les graphiques
Création et déplacement d'un graphique
Gestion d'un graphique
Sélection d'éléments d'un graphique
Ajout et suppression d'éléments
Mise en forme des éléments du graphique
Modification des éléments texte du graphique
Légende et zone de traçage
Modification des étiquettes de données
Séries de données et axes d'un graphique
Gestion des séries
Les options des types de graphiques
Gestion des modèles de graphique
Création d'un graphique de type carte 2D
Création de graphiques sparkline
Gestion de graphiques sparkline
Impression et mise en page d'un graphique

21h Excel Tableaux de bord

Méthodologie
Comprendre le rôle du tableau de bord
Sélectionner les axes de progrès
Fixer les objectifs et sélectionner les indicateurs
Organiser son tableau de bord
Mise en pratique dans Excel
Savoir créer des indicateurs d'alerte
Savoir utiliser la mise en forme conditionnelle
Savoir maîtriser les graphiques
Utiliser le bon graphique pour présenter les informations
Utiliser les sparklines
Créer un tachymètre
Savoir utiliser les fonctions de synthèse
Consolider les données avec des formules « 3D »
Utiliser les calculs matriciels
Préparer les données et utiliser les tableaux croisés dynamiques
Savoir utiliser les liens hypertextes et créer un sommaire
Faciliter l'accès aux données grâce aux liens hypertextes
Utiliser la fonction LIEN_HYPERTEXTE()

14h Powerpoint

Prise en main du logiciel
Saisie et mise en forme de textes
Le mode diapositive
Le diaporama

14h Gestion de la messagerie Outlook

Notions de base
Envoi / réception de messages
Agenda
Prise de rendez-vous, réunion
Les contacts
Les tâches

7h Internet

Naviguer
Rechercher des informations sur le Net
Utiliser les moteurs de recherche, annuaires...
Conservation des adresses utiles

Communiquer

Utiliser les forums
Intervenir dans un groupe de discussions
Créer son blog
Discuter avec un chat
Discuter avec un logiciel de messagerie instantanée

7h Outils collaboratifs

Les outils Google
Organiser les contacts
Synchroniser et partager des documents
Gérer des agendas
Communication instantanée

14h **Fidélisation (7)***

Création durable de valeur dans la relation client

Évaluer ses clients, intérêt économique, rentabilité, risque, fidélité et pouvoir de prescription
Établir une relation de confiance
Offrir un service ou produit de qualité
Anticiper les besoins

Attirer une nouvelle clientèle

Mettre en pratique les plans d'actions
Mettre en place des outils de mesure
Atteindre les objectifs de développement

Fidéliser la clientèle

Approche comportementale ou cognitive
Les moyens de fidélisation
Les outils de suivi et de contrôle de la qualité
Atteindre les objectifs de fidélisation
Mesurer les résultats

Action de fidélisation ou de reconquête

Mise en oeuvre de collaboration ou de partenariat
Les outils spécifiques à la fidélisation
Relancer les clients fragiles ou les anciens clients
Évaluation de l'efficacité des actions

*Les chiffres (1, 2, 3 ...) correspondent à la compétence professionnelle associé au module, se référer à la page 1, rubrique «objectifs de compétences professionnelles»
CT = Compétences Transversales du référentiel emploi activités compétences.

Assistant commercial

Programme

14h Réussir sa participation

à une manifestation commerciale (8)*

Choisir la manifestation
Cibler le public
Choisir un type de manifestation
Panoramas des manifestations professionnelles
Préparer l'événement
Identifier et gérer les contraintes matérielles
Déterminer un budget
Choix du lieu et du moment
Choisir ses intervenants
Établir un planning
Réussir sa communication autour de la manifestation
informer son public
Inscription, suivi des réponses, relances
Choix des supports pour les participants
Vivre l'événement au présent
Signalétique
Coordonnation des intervenants
Accueillir, animer, mettre en valeur
Travailler les relations publiques
Présenter ses produits et services
Collecter les informations exploitables sur les visiteurs
Trouver de nouveaux partenaires
Évaluer l'événement
Les retombées en terme d'image et en terme commercial
Consolider sa base de données (fichier)

21h Orthographe (5)*

21h Se réconcilier avec l'orthographe
Conjugaison
Conjuguer les verbes réguliers astuces, aide mémoire
Conjuguer les verbes irréguliers : caractéristiques
Les quatre formes pour conjuguer un verbe
Les accords
Accord du verbe avec le sujet
Les cas particuliers : «qui»
Féminin et pluriel des mots simples, composés
Accord des participes passés
Infinitif ou non
Sans auxiliaire
Avec «être»
Avec «avoir»
Les cas particuliers
Les doubles lettres
Autour des différentes lettres de l'alphabet
Particularités
Ecrire les chiffres en lettres
Le pluriel avec les traits d'union
Les accents aigu, grave, circonflexe, tréma
Les mots pièges : même, leur, quelque, tout, ce/se, ci-joint...

14h Stratégie marketing

(5, 7)*

14h Elaborer sa stratégie marketing digital
Les spécificités du marketing digital
Les règles
Les indicateurs
Les fichiers ou base de données
Les outils
Les réseaux : réseaux sociaux, forums, blogs, newsletter...
Le référencement
Les exigences
Stratégie marketing digital
Réflexion sur les objectifs : acquisition d'une nouvelle clientèle, travail de la notoriété, fidélisation...
Travail sur la veille de marché et la veille concurrentielle
Analyser le comportement de ses consommateurs
Définir ses actions en fonction de sa cible
Définir les plateformes de communication
Panoramas des actions de marketing digital
Créer du contenu et le partager
Tenir un blog professionnel
Travailler à partir de son site web
Gérer sa présence sur les réseaux sociaux
Utiliser l'E-mailing
Gérer l'E-réputation
Analyser les retombées de votre communication digitale
Exercices pratiques
Réflexion sur la stratégie à développer en fonction de son activité
Définir son plan d'actions

35h Préparation à l'examen (1,2,3,4,5,6, 7, 8)*

Préparation du dossier professionnel 28h
Mise en place d'une activité professionnelle
Description des opérations
Mise en place des moyens
Réalisation des tâches
Préparation de la documentation
Evaluations 7h
Mise en situation écrite
Préparation orale

*Les chiffres (1, 2, 3 ...) correspondent à la compétence professionnelle associé au module, se référer à la page 1, rubrique «objectifs de compétences professionnelles»
CT = Compétences Transversales du référentiel emploi activités compétences.