

REFERENTIEL APPRENTISSAGE

DUT

TECHNIQUES DE COMMERCIALISATION

2016

Activités visées par le diplôme	Missions susceptibles d'être confiées à l'apprenti dans le cadre de chacune des activités visées par le diplôme	Capacités et compétences attestées
<p>Préparation de l'action commerciale</p> <p>Analyse du contexte</p> <p>Réalisation d'études de marché</p> <p>Mise en œuvre de la stratégie marketing</p> <p>Construction du plan de marchéage</p> <p>Animation de la force de vente</p> <p>Conduite de la phase de prospection</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▢ <i>Analyse diagnostic de l'entreprise et de son positionnement</i> ▢ <i>Analyse et études de marché</i> ▢ <i>Conception d'un plan marketing</i> ▢ <i>Conception d'un plan de communication</i> ▢ <i>Élaboration d'un plan d'actions commerciales</i> ▢ <i>Prospection téléphonique et/ou via mail (emailing)</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Identifier les spécificités du produit. ➤ Analyser les marchés. ➤ Prendre en compte la concurrence. ➤ S'approprier la politique marketing, les axes de communication et la stratégie de l'entreprise. ➤ Comprendre l'organisation, la culture de l'entreprise et les modes de management. ➤ Analyser le contexte et les contraintes juridiques, économiques ou sociales de son activité. ➤ Collecter l'information professionnelle et commerciales, des informations quantitatives et qualitatives. ➤ Synthétiser et d'interpréter les données. ➤ Mener une veille informationnelle ➤ S'appuyer sur les principales méthodes de diagnostic interne et externe. ➤ Construire des questionnaires d'enquête et les outils de visualisation des résultats. ➤ Exploiter des données chiffrées. ➤ Proposer des orientations stratégiques (choix du ou des domaines d'activité à la segmentation et au positionnement) argumentées. ➤ Agir sur les variables Produits, Prix, Communication et Distribution. ➤ Planifier les actions à mettre en œuvre. ➤ Mettre en place des actions de prospection, (de la qualification des prospects à la prise de rendez-vous) de contacter les clients, de développer sa clientèle. ➤ S'intégrer dans une équipe commerciale. ➤ Maîtriser les outils informatiques de base et les logiciels de l'entreprise. ➤ Construire les supports et outils de communication commerciale adaptés. ➤ Maîtriser la construction et le suivi d'un budget.

<p>Entretien commercial et conclusion</p> <p>Analyse des besoins des clients</p> <p>Reformulation des propositions / Argumentation / Traitement des objections</p> <p>Conclusion de la conclusion</p>	<ul style="list-style-type: none"> 📄 <i>Vente de biens et/ou services en face à face</i> 📄 <i>Vente à distance : téléphonique ou via Internet</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Appliquer et mener une écoute active ➤ Faire preuve de culture générale et d'empathie ➤ Valider une information. ➤ Reformuler de façon synthétique. ➤ S'exprimer avec aisance et de manière professionnelle en français et/ou en corse ➤ Communiquer de manière opérationnelle dans une langue étrangère. ➤ Déterminer les conditions particulières des contrats. ➤ Conclure la vente et le contrat. ➤ Gérer un portefeuille clientèle
<p>Suivi du client</p> <p>Gestion de la relation Client</p> <p>Service et fidélisation</p>	<ul style="list-style-type: none"> 📄 <i>Accueil, information</i> 📄 <i>Gestion des réclamations et litiges</i> 📄 <i>Suivre l'après-vente avec mesure de la satisfaction</i> 📄 <i>Actions de fidélisation</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Communiquer dans une situation professionnelle d'accueil, d'information, de réception de la demande et de préconisation ➤ Utiliser les outils de la gestion de la relation client (gestion de base de données et logiciels CRM) ➤ Fiabiliser et actualiser les données du client. ➤ Comprendre les réclamations et orienter le client vers une solution dans une stratégie d'évitement du conflit ➤ Suivre l'exécution de la prestation et évaluer la satisfaction ➤ Fidéliser le client (marketing relationnel)
<p>B to B (professionnels à professionnels)</p> <p>Gestion des relations commerciales inter-entreprises</p> <p>Négociation achats</p>	<ul style="list-style-type: none"> 📄 <i>Achats de marchandises et/ou de prestations de service</i> 📄 <i>Gestion des Stocks</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Connaître les fournisseurs, les inputs et prestations de service. ➤ Prospector et référencer des fournisseurs ➤ Négocier des achats de marchandises et/ou de prestations de service (techniques d'achat et de négociation) ➤ Garantir la rentabilité par le calcul des coûts d'achat, des marges. ➤ Utiliser des bases en transport (incoterms, douanes, assurances, modes de paiement). ➤ Appréhender la fonction logistique. ➤ Suivre la livraison et la facturation. ➤ Intégrer les procédures qualité.

<p>B to C (professionnels à consommateurs)</p> <p>Distribution et vente aux consommateurs</p> <p>Communication commerciale</p> <p>E-commerce</p> <p>Commerce international</p>	<ul style="list-style-type: none"> ☐ <i>Gestion de linéaires et de points de vente</i> ☐ <i>Animation commerciale</i> ☐ <i>Promotion des ventes</i> ☐ <i>Communication media et publicité</i> ☐ <i>Communication hors media : événementielle, relations publiques, sociale (réseau sociaux)</i> ☐ <i>Gestion de sites web informationnels et/ou marchands</i> ☐ <i>Actions de promotion des ventes à l'étranger (commerce à l'export)</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Prendre en compte les spécificités de la grande distribution et du commerce de détail. ➤ Développer un point de vente et en assurer le merchandising. ➤ Encadrer et impliquer une équipe de travail ➤ Choisir et de mettre œuvre moyens et techniques du marketing direct. ➤ Gérer une politique de prix. ➤ Mettre en place une politique de gestion des stocks. ➤ Respecter les règles de protection du consommateur et la réglementation de la concurrence. ➤ Sélectionner et maîtriser réseaux et canaux de distribution. ➤ Établir un plan média pour promouvoir le produit/service. ➤ Mettre les plans de communication en relation avec la cible visée. ➤ Exploiter les logiciels de Publication Assistée par Ordinateur. ➤ Respecter le droit de l'information, de l'image et les droits d'auteurs. ➤ Favoriser le développement du multi-canal et appliquer les techniques de vente en ligne (e-marketing) ➤ Utiliser les outils logiciels liés à la conception, la gestion de sites marchands. ➤ Intégrer les développements de la communication en ligne et les contraintes logistiques ➤ Respecter la réglementation liée au commerce en ligne et à l'utilisation de l'informatique (fichiers clients, etc.). ➤ Appréhender les marchés étrangers (économique et géo politique). ➤ Appréhender les techniques du commerce international. ➤ Prendre en compte les modalités du transport (incoterms, douanes, assurances, etc.). ➤ Communiquer en langue étrangère dans une situation commerciale
--	--	--