

REFERENTIEL DE COMPETENCES ET DE CERTIFICATIONS – INEA CONSEIL

La certification s’adresse aux professionnels non commerciaux, en entreprise (experts, ingénieurs, consultants...), et qui sont amenées à vendre eux-mêmes des offres et solutions auprès des prospects et clients en B2B.

La certification "Vente B2B" répond à un enjeu crucial pour les entreprises évoluant dans un environnement économique de plus en plus complexe et compétitif. Elle s'adresse spécifiquement aux professionnels non commerciaux qui se trouvent de plus en plus souvent en première ligne pour vendre directement des offres et solutions aux prospects et clients B2B.

Dans le contexte actuel, la frontière entre les rôles techniques et commerciaux s'estompe progressivement. Les entreprises reconnaissent la valeur ajoutée que ces profils techniques peuvent apporter dans le processus de vente, notamment grâce à leur expertise approfondie des produits ou services. Cependant, ces professionnels, bien que maîtrisant parfaitement les aspects techniques de leur domaine, peuvent se sentir moins à l'aise avec les compétences commerciales nécessaires pour conclure efficacement des ventes. Cette certification vise donc à combler ce gap en dotant ces experts techniques des compétences commerciales essentielles pour réussir dans un environnement B to B.

La certification "Vente B2B" répond à cette évolution profonde du monde professionnel où la polyvalence et la capacité à créer de la valeur ajoutée à chaque interaction client deviennent des atouts majeurs, tant pour les entreprises que pour les individus qui les composent.

Prérequis :

- 1 an d’expérience professionnelle dans son métier.
- Être amené à vendre des offres et solutions auprès de prospects et clients en B2B, au sein de leur contexte professionnel.

Candidat en situation de handicap : Tout candidat peut saisir le référent handicap du certificateur pour aménager les modalités d’évaluation et obtenir l’assistance d’un tiers lors de l’évaluation. Les supports et le matériel nécessaires à la réalisation des évaluations pourront être adaptés. Sur le conseil du référent Handicap et dans le respect des spécifications du référentiel, le format de la modalité pourra être adapté.

REFERENTIEL DE COMPETENCES	REFERENTIEL D’EVALUATION	
	MODALITÉS D’ÉVALUATION	CRITÈRES D’ÉVALUATION
Vente B2B		
C1. Appliquer une démarche de prospection multicanale en BtoB , en utilisant les outils digitaux (réseaux sociaux, emailing, IA générative...) et les méthodes de prospection directe (événements,	<u>E1 : Elaboration d’un projet professionnel de vente auprès de prospects et clients en BtoB dans son contexte professionnel, produit et transmis sous forme d’un rapport écrit.</u>	E1.Cr1.1. Le candidat produit un plan de prospection multicanale en BtoB structuré et réaliste. Ce plan détaille et inclut l’utilisation d’outils digitaux (de type réseaux sociaux, emailing, IA

<p>mises en relation, réseautage...) adaptés à la cible visée, afin de générer et qualifier un flux de prospects intéressés.</p>	<p>Il est demandé au candidat d'élaborer son projet professionnel de vente B2B auprès de prospects et clients en BtoB dans son contexte professionnel et de le structurer au sein d'un rapport écrit. Ce dernier sera transmis au jury d'évaluation en amont de la session d'examen.</p>	<p>généralisante...) et des méthodes de prospection directe (de type participation à des événements, mises en relation, réseautage...) E1.Cr1.2. Le candidat justifie le choix des canaux de prospection au regard du contexte de vente (secteur, expertise, offre et objectifs commerciaux) et de la cible visée (caractéristiques et profils des entreprises cibles).</p>
<p>C2. Identifier les besoins, objectifs et contraintes du client ou prospect en BtoB, y compris ceux en lien avec une situation de handicap le cas échéant et la RSE, en créant la relation pour susciter la confiance, en s'appuyant sur les techniques de questionnement et d'écoute active, afin de personnaliser son argumentation et son offre commerciale.</p>	<p>Dans le rapport rédigé, il est demandé au candidat de contextualiser son projet professionnel en précisant notamment son poste, son expertise métier, les objectifs visés dans le cadre de ses fonctions commerciales, l'offre à commercialiser. Il est attendu du candidat qu'il décrive de façon détaillée et justifie :</p> <ul style="list-style-type: none"> - sa démarche de prospection multicanale en BtoB et les outils et méthodes lui permettant de l'appliquer (en lien avec C1) - son processus de suivi personnalisé du client, les objectifs poursuivis et le discours associé (en lien avec C5) <p>E2 : Mise en situation professionnelle de vente B2B, sous forme d'une simulation d'entretien de vente.</p> <p>Il est demandé au candidat de conduire un entretien de vente complet auprès d'un client ou d'un prospect en BtoB (ce rôle étant assuré par un des membres du jury d'évaluation, ou par toute autre personne préparée pour cette situation). Plus précisément, il est attendu du candidat qu'il :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identifie les besoins, objectifs et contraintes du client ou prospect, après avoir créé la relation (en lien avec C2) 	<p>E2.Cr2.1. Le candidat initie son entretien de vente en créant la relation par le biais de ces 3 éléments : une brève présentation, un échange « brise-glace » et une courte synchronisation avec le client sur l'objectif et le déroulé de l'entretien. E2.Cr2.2. Le candidat questionne le client sur ses besoins, objectifs et contraintes, y compris ceux en lien avec une situation de handicap (en lien avec l'utilisation ou l'exploitation de l'offre) le cas échéant et la RSE. Les éléments recueillis permettent une personnalisation de l'argumentation et de l'offre commerciale. E2.Cr2.3. Le candidat reformule correctement et fait préciser dès que nécessaires les réponses du client. Il synthétise et fait valider par le client ses besoins avant de passer à la phase d'argumentation.</p>
<p>C3. Conduire une argumentation commerciale BtoB, en s'appuyant sur sa légitimité professionnelle et sur les éléments de découverte recueillis pour valoriser avec conviction et personnaliser les bénéfices et avantages de son offre, en traitant les objections avec pédagogie, et en négociant des ajustements acceptables, afin de créer les conditions d'acceptation de l'offre par le client.</p>	<p>Plus précisément, il est attendu du candidat qu'il :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identifie les besoins, objectifs et contraintes du client ou prospect, après avoir créé la relation (en lien avec C2) 	<p>E2.Cr3.1. Le candidat formule les caractéristiques, avantages et bénéfices de son offre auprès du client et démontre explicitement sa personnalisation en formulant les liens avec les éléments de besoins recueillis précédemment. E2.Cr3.2. Le candidat apporte des recommandations ou éléments d'information techniques issus de son expertise métier pour</p>

- Conduise une argumentation commerciale BtoB (en lien avec C3)
- Finalise la vente à travers une conclusion structurée (en lien avec C4)

appuyer son argumentation et/ou mieux conseiller le client.

E2.Cr3.3. Les objections du client sont traitées par le candidat par le biais d'un questionnement complémentaire, d'explication claires, argumentées et sans contredire directement le client.

E2.Cr3.4. En phase de négociation, le candidat propose des ajustements équilibrés entre les intérêts de l'entreprise et ceux du client. Par exemple en proposant un « juste milieu » tarifaire, une alternative de contrepartie (option ou service additionnel, conditions de livraison ou de paiement, produit complémentaire, extension de garantie...)...

C4. Finaliser la vente en BtoB à travers une conclusion structurée, en reformulant et en validant explicitement l'accord et la satisfaction du client, en confortant le client dans sa décision, et en projetant le client sur les phases suivantes, **afin de rassurer le client et de concrétiser son engagement.**

E2.Cr4.1. Le candidat conclut la vente de manière structurée en réalisant ces différentes phases :

- il reformule clairement les termes de l'accord
- il fait exprimer au client son accord et sa satisfaction
- il rassure explicitement le client sur ses choix

Au minimum 2 de ces 3 éléments doivent avoir été observé.

E2.Cr4.2. Le candidat explicite au client les étapes suivantes du processus, y compris les étapes de suivi personnalisé dont il va bénéficier.

C5. Réaliser un suivi personnalisé du client BtoB, en évaluant sa satisfaction dans un délai adapté et en contrôlant l'atteinte des résultats attendus, **afin de l'engager dans une relation de confiance durable et de favoriser les recommandations et les ventes complémentaires.**

E1.Cr5.1. Le candidat explicite les étapes et le contenu de son processus de suivi du client. Celui-ci inclut au minimum l'évaluation de la satisfaction du client dans un délai identifié et sous une forme personnalisée (appel, visite...), ainsi que le contrôle de l'atteinte des résultats attendus.

E1.Cr5.2. Le candidat justifie en quoi son processus est adapté à son contexte professionnel et favorise une relation de confiance, les recommandations et d'éventuelles ventes complémentaires.

--	--	--