

**NOSCHOOL**

# **PROGRAMME DE FORMATION**

**TITRE**

**PROFESSIONNEL**

**NEGOCIATEUR**

**TECHNICO-**

**COMMERCIAL**

**2026**

## 1. PRESENTATION NOM DE LA FORMATION

### Description

Le négociateur technico-commercial élabore et met en œuvre une stratégie de prospection sur un secteur défini, dans le respect de la politique commerciale et des objectifs fixés par l'entreprise. Il organise, pilote et évalue un plan d'actions commerciales visant à développer et fidéliser un portefeuille de clients professionnels.

Il conçoit des propositions techniques et commerciales personnalisées à partir de l'analyse des besoins des entreprises prospects ou clientes, puis conduit les négociations jusqu'à la conclusion de la vente. Il assure le suivi des solutions mises en œuvre afin d'optimiser la satisfaction client et de consolider une relation commerciale durable.

Le négociateur technico-commercial réalise une veille commerciale continue, mobilise des outils numériques et digitaux (CRM, e-CRM, outils d'aide à la décision, intelligence artificielle) et travaille en interaction avec les différents services internes et partenaires externes. Il intègre systématiquement les enjeux de transition écologique ainsi que l'accessibilité, notamment la prise en compte d'éventuelles situations de handicap, dans ses pratiques professionnelles.

La certification est structurée autour de deux blocs de compétences :

- Élaborer une stratégie de prospection et la mettre en œuvre.
- Négocier une solution technique et commerciale et consolider l'expérience client.

### **Public concerné et prérequis**

#### **Public visé :**

Salarié·e·s ou demandeur·se·s d'emploi souhaitant se former ou se reconverter vers les métiers du développement commercial BtoB.

**Niveau requis :**

Niveau 4 (baccalauréat ou équivalent).

**Prérequis :**

- Compétences de base en communication écrite et orale.
- Maîtrise des outils bureautiques courants.
- Intérêt pour les outils numériques, la prospection digitale et les nouvelles technologies (IA, plateformes CRM).

**Accessibilité :**

Formation accessible aux personnes en situation de handicap, avec possibilité d'aménagements pédagogiques adaptés.

**Admission :**

Entretien de motivation.

## 2. OBJECTIFS DE LA FORMATION

**Objectifs de la formation**

L'objectif global de la formation est de préparer des négociateur·rice·s technico-commerciaux opérationnel·le·s, capables de :

- Analyser leur marché à travers une veille commerciale permanente afin d'identifier le positionnement concurrentiel, les évolutions réglementaires, les tendances sectorielles et les attentes des prospects et clients.
- Élaborer une stratégie de prospection en définissant un plan d'actions commerciales structuré (segmentation des cibles, choix des canaux, fixation d'objectifs chiffrés).
- Mettre en œuvre des actions de prospection efficaces en adaptant leur discours commercial à des profils variés (personas), tout en prenant en compte d'éventuelles situations de handicap dans la

communication.

- Suivre et analyser les indicateurs clés de performance (KPI), identifier les écarts entre objectifs et résultats et proposer des actions correctives cohérentes avec la stratégie de l'entreprise.
- Représenter l'entreprise et valoriser son image, sa culture et ses engagements, notamment en matière de responsabilité sociétale et environnementale, tout en maîtrisant l'e-réputation.
- Concevoir des propositions techniques et commerciales personnalisées, en adéquation avec les besoins identifiés, les contraintes réglementaires et les enjeux environnementaux.
- Conduire des négociations commerciales complexes en mobilisant des techniques d'argumentation, de traitement des objections et de conclusion de la vente.
- Assurer la satisfaction et la fidélisation des clients par un suivi après-vente de qualité, l'anticipation des besoins futurs et la proposition d'améliorations continues.
- affaires.

### **3. PROGRAMME PÉDAGOGIQUE**

#### **BLOC DE COMPÉTENCES 1 : Élaborer une stratégie de prospection et la mettre en œuvre**

Matières

##### **Assurer une veille commerciale**

- Utilisation des outils de veille et d'analyse commerciale (CRM, e-CRM, outils digitaux, IA).
- Analyse du positionnement de l'entreprise, de ses produits et services.
- Étude de l'offre concurrente, des tendances du marché et des évolutions réglementaires.

- Intégration des enjeux environnementaux et de l'éco-responsabilité dans la veille commerciale.

### **Concevoir et organiser un plan d'actions commerciales**

- Définition des objectifs commerciaux et des indicateurs clés de performance (KPI).
- Segmentation du marché et identification des cibles prioritaires.
- Élaboration d'un calendrier d'actions commerciales.
- Adaptation du plan d'actions aux contraintes réglementaires, aux innovations et aux évolutions du marché.

### **Prospecter un secteur défini**

- Création de personas et personnalisation de l'approche commerciale.
- Mise en œuvre de stratégies de prospection inbound et outbound.
- Gestion des premiers contacts : écoute active, questionnement, qualification des besoins et prise de rendez-vous.
- Adaptation de la communication aux profils des interlocuteurs, y compris en situation de handicap.

### **Analyser ses performances et mettre en œuvre des actions correctives**

- Suivi et analyse des KPI (leads, taux de transformation, chiffre d'affaires, rentabilité).
- Identification des écarts entre objectifs fixés et résultats obtenus.
- Proposition de plans d'actions correctifs et ajustement continu de la stratégie de prospection.
- Reporting auprès de la hiérarchie à l'aide de tableaux de bord et d'outils d'aide à la décision.

## **BLOC DE COMPÉTENCES 2 : Négocier une solution technique et commerciale et consolider l'expérience client**

### **Matières**

#### **Représenter l'entreprise et valoriser son image**

- Communication sur les valeurs, la culture et la politique commerciale de l'entreprise.
- Gestion et valorisation de l'e-réputation (réseaux sociaux professionnels, image de marque).
- Prise en compte de la dimension interculturelle et de l'accessibilité, notamment pour les personnes en situation de handicap.

#### **Concevoir une proposition technique et commerciale**

- Recueil et analyse des besoins techniques, économiques et organisationnels du client.
- Conception d'une offre personnalisée, rentable et viable.
- Intégration des contraintes réglementaires (RGPD, obligations contractuelles) et environnementales (loi AGEC, RSE).
- Collaboration avec les services internes (finance, technique, marketing) pour valider la faisabilité de l'offre.

#### **Négocier une solution technique et commerciale**

- Conduite d'un entretien de négociation structuré.
- Argumentation commerciale, traitement des objections et techniques de conclusion.
- Adoption d'une posture d'expert-conseil et valorisation des bénéfices de la solution proposée.
- Sensibilisation des interlocuteurs aux enjeux environnementaux et sociétaux.

## **Réaliser le bilan et ajuster son activité commerciale**

- Suivi post-négociation et contrôle du respect du cahier des charges.
- Évaluation de la satisfaction client et analyse des résultats commerciaux.
- Proposition d'axes d'amélioration et ajustement des pratiques commerciales.
- Rendu compte à la hiérarchie via des rapports, présentations et tableaux de bord.

## **Optimiser la gestion de la relation client**

- Mise à jour et exploitation du CRM (historique, opportunités, ventes additionnelles).
- Anticipation des besoins futurs et personnalisation de la relation client.
- Mise en œuvre d'actions de fidélisation et de communication proactive.

## **4. ÉVALUATION ET VALIDATION DES ACQUIS**

### **Contrôle continu et examens**

#### **Contrôles réguliers**

Évaluations écrites (études de cas, QCM), simulations orales et mises en situation professionnelles réalisées tout au long de la formation.

#### **Examens blancs**

Mises en situation professionnelles complètes, comprenant une partie écrite et une partie orale, permettant de s'entraîner aux modalités d'évaluation du titre professionnel.

#### **Dossier professionnel**

Rédaction d'un dossier professionnel présentant les activités menées en lien avec :

- la veille commerciale,
- la conception et la mise en œuvre d'un plan d'actions commerciales,
- l'optimisation de la relation client.

Le dossier comprend entre 32 et 38 pages et est accompagné d'un support de présentation de type diaporama (28 à 32 diapositives) destiné à l'épreuve orale.

### **Soutenance orale**

Présentation du dossier professionnel devant un jury, suivie d'un questionnement.

Réalisation d'un entretien technique portant notamment sur l'analyse stratégique (matrice SWOT) et sur des problématiques commerciales spécifiques.

### **Modalités d'obtention du diplôme**

L'obtention du titre est conditionnée à la réussite de l'épreuve finale comprenant :

- une mise en situation professionnelle (6 h 30),
- un entretien technique (50 minutes),
- un questionnement à partir du dossier professionnel (1 heure),
- un entretien final avec le jury (10 minutes).

Le titre est attribué après validation de l'ensemble des critères d'évaluation et des deux blocs de compétences du référentiel.

En cas de non-obtention du titre professionnel, le candidat conserve le bénéfice des Certificats de Compétences Professionnelles (CCP) validés, à vie. Le titre est obtenu lorsque tous les CCP constitutifs du titre sont acquis et que les conditions réglementaires de délivrance sont remplies.

Les CCP validés peuvent être capitalisés dans le cadre d'un parcours progressif d'accès au titre professionnel.

## 5. STAGE ET ALTERNANCE

### STAGE EN ENTREPRISE :

- Durée recommandée : au moins 350 heures (environ 10 semaines) si formation initiale.
- Constitution du dossier professionnel à partir d'expériences concrètes.
- ALTERNANCE : Contrat d'apprentissage ou de professionnalisation permettant d'alterner périodes de formation et d'expérience en entreprise.
- MISSIONS CONFIÉES EN ENTREPRISE : Participation à la prospection, à l'analyse des KPI, aux propositions commerciales, au suivi client.

## 6. DÉBOUCHÉS ET PERSPECTIVES

### Métiers accessibles après le titre professionnel Négociateur technico-commercial

- Négociateur·trice technico-commercial·e
- Chargé·e d'affaires
- Chargé·e de clientèle B2B
- Key Account Manager junior
- Commercial·e B2B

### Poursuites d'études possibles

- Licences professionnelles dans les domaines du commerce, du marketing ou de la gestion de la relation client
- Bachelors en écoles de commerce

## 7. MODALITÉS PRATIQUES

LIEU DE FORMATION : NOSCHOOL

DURÉE DE LA FORMATION : Entre 6 mois et 12 mois

RYTHME : Tous les vendredis à l'école

TARIF : Variable selon le statut (initial ou alternance)

94 QUAI DE BACALAN - 33300 BORDEAUX

[www.noschool.fr](http://www.noschool.fr) / 05 56 49 41 33



**NOSCHOOL**