

Centre de réadaptation de Coubert

Médecine physique, gérontologie et
réinsertion professionnelle

INTITULE DE LA FORMATION	ATTACHE COMMERCIAL Application marketing des Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication (N.T.I.C.)
DUREE	13 mois : Préparatoire 3 mois - Qualifiant 10 mois - Une entrée par an
TITRE	ATTACHE COMMERCIAL - Niveau IV (quatre) Homologué par le Ministère du travail
INTITULES DES POSTES	Emploi - métier de rattachement suivant nomenclature ROME. 12223 - Conseiller en assurances. 14311 - Attaché commercial en biens d'équipements professionnels. 14312 - Attaché commercial en biens intermédiaires et matières premières. 14313 - Attaché commercial en biens de consommation auprès des entreprises. 14314 - Attaché commercial en services auprès des entreprises. 14322 - Représentant en véhicules. 33232 - Transacteur en immobilier.
SECTEURS D'ACTIVITES	Tous les secteurs d'activité sont concernés : toutes les entreprises commercialisant des biens et des services à destination des professionnels et toutes prestations commerciales représentant un volume d'affaires conséquent auprès des particuliers. La connaissance et l'utilisation des nouvelles technologies de communication apporte une plus-value dans la fonction commerciale exercée.
CONDITIONS GENERALES D'EXERCICE	La plupart du temps, l'emploi comporte des déplacements fréquents sur un secteur géographique déterminé (ville, département, région, voire la France entière). Dans certains cas, l'activité peut s'exercer sur site, en agence... La rémunération se compose généralement d'un fixe complété par des primes et/ou des commissions. Le statut de V.R.P. peut être lié à l'exercice de la profession.
CONDITIONS D'ACCES A LA FORMATION	Orientation sur décision COTOREP Etre motivé par le métier de commercial. Un niveau 5, validé ou non par un titre, permettra d'optimiser le parcours de formation.
ASPECTS FONCTIONNELS ET MEDICAUX	Les contraintes de postes ne sont pas compatibles avec les troubles sensoriels et les troubles du comportement. Le métier n'exige pas d'efforts physiques intenses et répétés mais le candidat aura une bonne résistance au stress.
CONTACTS C.R.C.	Anne-Marie SIERRA - Philippe SALABERT ☎ : 01.64.42.28.44 ☎ : 01.64.42.28.03 ✉ : 01.64.42.28.11. - Email : psalabert@ugecamidf.fr

ITINERAIRE DE FORMATION

PREPARATOIRE SPECIFIQUE

Généralités et démarche

La partie « Préparatoire » à la formation qualifiante a pour objectif de remobiliser les capacités intellectuelles et cognitives des stagiaires. Le stagiaire est amené à intégrer l'acte de formation comme le moyen privilégié d'un reclassement professionnel réussi. Cet espace permet au stagiaire de confirmer son projet d'insertion.

1. Le raisonnement

Les éléments de base du calcul : les 4 opérations, les tables de multiplication, la règle de 3.

2. La communication

Les éléments de base du français : l'orthographe, les règles de la grammaire.
Mise en place d'un atelier « revue de presse ».

3. La relation entreprise

Rencontre avec les professionnels du secteur.
Périodes d'observation en entreprise. Soutenance du projet individuel.
Visite de salons professionnels ou sites d'exposition.
Enquête individualisée sur les bassins d'emploi de chaque apprenant.

PARCOURS QUALIFIANT (3/4 COMMERCIAL – 1/4 INFORMATIQUE-MULTIMEDIA)

ETAPE 1 : COMMUNICATION – PROSPECTION

COMMERCIAL

- **Communication** : maîtriser les mécanismes de la communication.
- **Prospection commerciale** : créer et qualifier un fichier, obtenir des rendez-vous, réaliser un plan de tournée.
- **Gestion commerciale** : fixer des objectifs, évaluer la rentabilité de la démarche commerciale.

INFORMATIQUE-MULTIMEDIA

- **Généralités** : découverte des matériels composant l'ordinateur (Hardware).
- **Internet**
- **Les logiciels sous Windows** :
 - BUREAUTIQUE : réalisation de courriers commerciaux, mailing, calcul de ratio...
 - ACTION COMMERCIALE : réalisation de suivi clients, comptes rendus d'activité...

ETAPE 2 : MARKETING – VENTE

COMMERCIAL

- **Marketing** : analyser un marché, le Mix marketing, repérer des stratégies, assurer une veille concurrentielle, effectuer des mailings.
- **Vente** : prendre contact, découvrir les besoins et motivations du client, argumenter et traiter les objections, proposer des solutions adaptées, conclure la vente.
- **Gestion commerciale** : maîtriser les calculs commerciaux et les outils de gestion.

INFORMATIQUE-MULTIMEDIA

- **Les outils d'aide à la vente (1^{ère} partie)**
 - PRESENTATION ASSISTEE PAR ORDINATEUR : réalisation d'une présentation d'entreprise, d'un catalogue de produits...
 - PUBLICATION ASSISTEE PAR ORDINATEUR : conception d'une plaquette commerciale.

ETAPE 3 : NEGOCIATION – REGLEMENTATION

COMMERCIAL

- **Négociation** : argumenter son prix, utiliser les outils de la persuasion par les techniques de communication.
- **Procédures et réglementation** : utiliser les documents commerciaux, maîtriser l'environnement juridique.

INFORMATIQUE-MULTIMEDIA

- **Les outils d'aide à la vente (2^{ème} partie)**
 - INTERNET : évaluation de l'attractivité des sites WEB concurrents.
 - création d'un site simple.

14 SEMAINES D'APPLICATION EN ENTREPRISE

Compétences Transverses

- **Renforcer la citoyenneté européenne** : cours d'Anglais en labo langue.
- **Apprendre efficacement** : identification des potentiels forts à partir de l'outil "POTENTIALIS".
- **S'inscrire dans un nouvel environnement** : ateliers de renforcement des compétences sociales à partir de la méthode "ACCOMPAGNEMENT PLUS".
- **Accompagner le bénéficiaire** : suivi médico-social, prise en charge psychologique.
- **Développer des capacités d'expression écrite** : soutien individuel en français.