

## Référentiel de Formation Bizdev 2 La tech

Basé sur le bloc 2 « détection et développement des opportunités d'affaires » du titre niveau 6 "Chargé d'affaires en hautes technologies" - Code RNCP 34399 <https://certificationprofessionnelle.fr/recherche/rncp/34399>

La formation de **Bizdev 2 la tech**, a pour objectif de former les commerciaux qui assureront la vente B to B du secteur des hautes technologies.

Prérequis : La formation est accessible stagiaires ayant préalablement réalisé un entretien de positionnement ainsi qu'un test Assesfirst

Modalité pédagogique: La formation propose 160h de cours. Pour chaque module il y a un apport théorique fait par le formateur et la mise en pratique avec des ateliers, travail en groupe, mises en situation, jeux de rôles ou business case.

Qualité de nos formateurs: Nos formateurs sont des professionnels experts sur les thématiques enseignées et sont recrutés avec une grande sélectivité sur leurs compétences.

		160 H	Bloc n°2 : "Détection et développement des opportunités d'affaires"		
Prospection - Social selling	Présentiel	72H	Connaître et mettre en œuvre les techniques de prise de contact avec ses prospects de manière multi-canal. Apprendre à prévoir et piloter son activité stratégique de prospection	<ul style="list-style-type: none"> <li>Préparer son action de prospection / Segmentation prospect / scoring</li> <li>Monter un plan de prospection avec Pipeline</li> <li>Présenter une stratégie de prospection ciblée</li> <li>Construire un argumentaire structuré de prise de rendez-vous</li> <li>La qualification et la prise de rendez-vous client</li> <li>Optimiser son profil linkedin, identification des prospects sur les réseaux, l'entrée en contact: personnalisation des actions de prospection.</li> <li>Définir une séquence de messages par personas</li> </ul>	
Marketing B to B / Growth hacking / Sales automation	Présentiel	72H	Pratiquer l'inbound et l'outbound Marketing pour générer et suivre des leads clients	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fondamentaux du Marketing B to B ainsi que les principales matrices</li> <li>Inbound et outbound Marketing</li> <li>SEA / lien sponsorisé</li> <li>Les réseaux sociaux comme outils de prospection</li> <li>Emailing et ACCOUNT BASED MARKETING</li> <li>Détecter les leads à partir des visiteurs du site internet</li> <li>Lead generation B2B : les plateformes de mises en relation</li> <li>L'automatisation du suivi du funnel avec les plateformes d'automatisation</li> </ul>	Evaluation individuelle pour présenter son plan de prospection et le plan d'actions commerciales de son entreprise devant un jury Evaluation
Plan d'actions commerciales	Présentiel	8H	Savoir élaborer et présenter un plan d'actions commerciales	Préparer et présenter un plan d'actions commerciales devant son manager (PAC)	
Evaluation bloc 2	Présentiel	8H	Evaluer la présentation écrite et orale de son plan de prospection et plan d'actions commerciales	<ul style="list-style-type: none"> <li>Présenter son plan de prospection, son scoring client, ses méthodes marketing, son argumentaire</li> <li>Présenter son plan d'actions commerciales</li> </ul>	