

MINISTERE DE LA COMMUNAUTE FRANCAISE

ADMINISTRATION GENERALE DE L'ENSEIGNEMENT ET DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE

ENSEIGNEMENT DE PROMOTION SOCIALE DE REGIME 1



CONSEIL SUPÉRIEUR DE L'ENSEIGNEMENT DE PROMOTION SOCIALE

Profil professionnel

BACHELIER EN VENTE

Enseignement supérieur économique de type court

Approuvé par le Conseil supérieur de l'Enseignement de Promotion sociale le 26/01/2012

BACHELIER EN VENTE

I. CHAMP D'ACTIVITE

Le bachelier en vente¹ est un collaborateur commercial d'une entreprise, d'une organisation ou d'un service. Il est appelé à s'intégrer dans des services de nature et de dimension différentes. Son activité implique qu'il travaille en étroite collaboration avec d'autres services.

Il met en œuvre la politique commerciale définie par la direction dans un secteur géographique ou pour un type de marché ou de produit et il réalise ses objectifs de vente.

Il vend et/ou il organise, gère et contrôle les ventes.

Il tient compte des impératifs commerciaux et de production (délais, remises, conditions de livraison, etc.).

Il assure le suivi des réalisations commerciales afin d'optimiser les résultats.

Il participe à la gestion des problèmes d'après-vente et s'assure de la satisfaction client.

Il prospecte et recherche de nouveaux clients.

Il négocie et conclut des contrats de vente.

Il est responsable de ses objectifs (chiffre d'affaires, marges commerciales, politique de qualité,...); il rend compte à sa hiérarchie et propose, le cas échéant, les mesures d'adaptation nécessaires.

Il représente la société, notamment dans le cadre d'actions publicitaires ou promotionnelles.

Maîtrisant les fonctions de base du management et de la gestion des ressources humaines, il peut assumer la responsabilité d'une équipe.

Il gère efficacement son temps.

Il développe des qualités de communicateur et est capable de s'exprimer dans deux autres langues habituellement utilisées au niveau national et/ou international.

Familiarisé à l'outil informatique, il s'adapte à l'évolution et aux besoins de son environnement professionnel.

Il mène une veille commerciale pour collecter et faire remonter vers sa hiérarchie les informations venant du marché.

Il est sensibilisé aux aspects éthiques de sa profession.

II. TÂCHES

- ◆ Etablir et exécuter un plan de prospection en utilisant les techniques adéquates, notamment le téléphone, le réseautage,...
- ◆ Définir les besoins du client grâce à une écoute active ;
- ◆ Appliquer les techniques de vente ;
- ◆ Négocier et conclure des contrats de vente ;

¹ Le masculin est utilisé à titre épique

- ◆ Se tenir informé des produits ou des services proposés et de leur évolution ;
- ◆ Elaborer des stratégies de vente ;
- ◆ Rédiger des offres ;
- ◆ Fidéliser ses clients ;
- ◆ Gérer des ventes en réseau et des circuits de distribution ;
- ◆ Elaborer des prévisions de vente et analyser les résultats ;
- ◆ Assurer le suivi des dossiers commerciaux ;
- ◆ Gérer des opérations promotionnelles ;
- ◆ Assurer un reporting régulier de son activité commerciale ;
- ◆ Appliquer les principes de base de la législation économique et commerciale ;
- ◆ Organiser, accompagner sur le terrain et suivre une équipe de vente ;
- ◆ Utiliser l’outil informatique, notamment les logiciels de gestion intégrés.

III. DEBOUCHES

Toute entreprise commerciale, industrielle ou de services.