Programme de la formation

CQP consultant autonome

Classe virtuelle

63 heures

Tout public · De 4 à 8 participants

5 175 € HT / 6 210 € TTC par participant

Description courte

Cette formation fait partie du **PASS Certifiant** du Passeport Formation.

Tous les modules seront réalisés et validés pour l'obtention de la certification.

Le référentiel d'évaluation de la certification correspond à celui de la certification "CQP Consultant Autonome" .

Le référentiel de compétences est articulé autour de huit compétences qui représentent le socle des aptitudes à mettre en œuvre pour structurer et piloter une activité ainsi qu'assurer une qualité de conduite des prestations d'un consultant autonome.

Profil des participants

La certification s'adresse aux salariés portés souhaitant développer des compétences complémentaires ainsi qu'aux demandeurs d'emploi, jeunes diplômés, seniors ou personnes en reconversion visant une activité de consultant autonome

Prérequis

Avoir l'expérience de la conduite d'un projet ou d'une mission

Avoir passé un entretien de validation avec la responsable pédagogique ou un des tuteurs formateurs

Objectifs

Cette certification a pour objectif de permettre à des consultants de devenir des experts en commercialisation et conduite de missions.

Les principes de la démarche seront basés sur deux phases :

- La recherche de mission incluant la prospection commerciale et la contractualisation.
- La conduite de mission de conseil, intégrant le démarrage de la mission, le pilotage de la transformation et la transmission en fin de mission.

Aptitudes et compétences visées / attestées

A l'issue de ce parcours de formation certifiant, le candidat sera capable de :

- Elaborer une offre commerciale afin de répondre à une demande de service d'un prospect ;

- Définir une offre tarifaire pertinente en prenant en compte sa rentabilité, des indicateurs pertinents et les spécificités de son activité ;
- Mettre en œuvre le plan de prospection de nouvelles missions, en mettant en place les actions adaptées de promotion de son offre, et de développement de son réseau de prescripteurs ;
- Communiquer, questionner, argumenter et traiter les objections à l'oral comme à l'écrit, pour défendre ses positions et obtenir l'adhésion de son client et cela en présentiel ou à distance ;
- Structurer un projet ou une mission en mettant en application une méthode et les solutions techniques adaptées ;
- Organiser et planifier les tâches en fonction des moyens techniques et humains et en fixant des indicateurs de performance et de suivi ;
- Mettre en œuvre un dispositif d'anticipation des risques et apporter des solutions pour les problèmes rencontrés durant la mission afin d'atteindre l'objectif fixé ;
- Mettre en œuvre un système de développement commercial sur la fidélisation, afin de faciliter le ré-achat de mission.

Contenu

Elaborer l'offre commerciale du consultant

Définir les fondamentaux du conseil et de la posture de consultant

- Cerner les motivations d'une entreprise à recourir à une prestation de conseil
- Identifier les types de compétences à mettre en avant pour proposer une offre de service
- Différencier posture de salarié et posture de consultant

Définir sa cible prospect et valider l'existence d'un marché :

- Construire une offre en 4 étapes,
- Identifier des besoins, attentes, motivations du client

Savoir parler de son offre de façon pertinente à l'écrit et à l'oral

- Rédiger une proposition commerciale,
- Bâtir une offre commerciale complète,
- Présenter clairement son offre à l'oral

Outils, contenus : Persona, matrice de construction d'une offre, boite à outils de matrices d'offre.

Organiser son temps en tant que consultant

Organiser son activité de consultant autonome en optimisant son temps entre production et recherche de missions

- Intégrer les fondamentaux de la gestion du temps et des priorités,
- Qualifier les usages de son temps.
- Organiser son temps entre les interventions, les travaux en "off" et la prospection et recherche de mission.

Outils et contenus : Les "lois du temps", outils SMART, plannings.

Élaborez les supports de communication essentiels à sa stratégie digitale

Appliquer un processus de créativité professionnelle, avec une approche stratégique adaptée au design de marque

- Utiliser les principaux outils de Canva
- Utiliser une charte graphique

Créer des gabaris d'outils pour commercialiser

- Définir les ressources de son personal branding et de son storytelling
- Communiquer autour de sa créativité
- Préparer le gabarit de son carrousel LinkedIn
- Elaborer son identité digitale

Outils, contenus : la bannière LinkedIn, le carrousel, charte graphique.

Définir une offre tarifaire

Elaborer son business model et définir son offre tarifaire en se positionnant dans son marché

- Identifier les composantes d'un tarif,
- Placer son offre dans son environnement : éléments de différenciations, concurrence, ses freins.

Réaliser et présenter une offre et un chiffrage pertinent

- Déterminer sa projection d'activité en termes de CA, Intégrer les frais attachés à la mission
- Elaborer une grille tarifaire
- Définir des indicateurs de calcul du tarif, taux de transformation et des frais de prospection.

Outils, contenus : modèle business CANVAS, exemple de tableau de suivi ave KPI, prévisionnel de CA mensuel.

Mettre en œuvre un plan de prospection

Mettre en place un plan de prospection

- Distinguer différents types de prospection
- Créer son plan de prospection commerciale
- Définir les objectifs de prospection avec la méthode SMART
- Utiliser une méthodologie pour constituer un fichier prospect**,** créer son propre fichier ou utiliser un CRM

Préparer son RDV découverte

- Créer son modèle de questionnaire de découverte,
- Réaliser son script d'appel,
- Différencier les modes de prospection adaptés à mes prestations et ma cible.

Suivre sa performance commerciale

- Créer un tableau de bord commercial

Outils, contenus : SMART, fichiers de suivi, le tunnel de vente avec GANTT, utilisation du ou des persona, rétroplanning, fiches outils, tableaux de bord, script d'appel.

Développer son marketing et sa stratégie LinkedIn

Créer ou optimiser son profil

- Finaliser son profil LinkedIn,
- Prendre contact,
- Faire son calendrier éditorial

Créer ou optimiser de sa page entreprise

- Organiser le développement de son réseau de son réseau professionnel
- Utiliser une communication adaptée avec sa ligne éditoriale

Outils, contenus : Marronnier, e-mailing

Argumenter et obtenir une commande

Lister les étapes essentielles de tout processus de vente efficace

- Identifier les étapes de la vente,
- Structurer ses entretiens et le processus de vente avec les 4C,
- Utiliser 5 techniques commerciales pour réussir ses rendez-vous

Utiliser des arguments pertinents en fonction de la typologie du prospect avec la méthode SONCASE

- Bâtir un argumentaire
- Traiter des objections en s'appuyant sur son argumentaire

Outils, contenus : Les 4 C, structure d'argumentaire

Structurer un projet et sa posture de conseil

Structurer une intervention autour de livrables clairs et facturables

- Distinguer des catégories de livrables : le CQQCOQP
- Rédiger le CQQCOQP des principaux livrables que vous avez identifiés
- Repérer la structuration d'une mission dans les rubriques d'un devis

Reformuler une demande client sous forme de cahier des charges :

- Reformuler une demande client sous forme d'un cahier des charges,
- Bâtir au moins une offre conseil identifiée
- Utiliser des outils et méthodes pour analyser une demande : Modèle CANVAS, SWOT, les verbatim,
- Utiliser l'IA générative pour bâtir des outils, des livrables et gagner en efficacité

Outils, contenus : SWOT, CQQCOQP, CANVAS, cahier des charges, devis, contrat de prestation.

Organiser une prestation de conseil opérationnelle et efficiente

Planifier la prestation en termes de coût et d'efficacité

- Traduire les objectifs en processus : étapes clés, actions, conditions internes et externes, ressources, parties prenantes et calendrier
- Elaborer son tableau des taches
- Choisir des indicateurs et fixer des objectifs

Organiser une intervention

- Élaborer la structure du projet à l'aide diagnostic ROPI
- Développer une batterie d'outils d'intervention : le RACI
- Planifier une intervention et gérer les risques
- Mettre en œuvre les **actions correctives** le cas échéant.

Outils et contenus : SMART, GANTT, RACI.

Clôturer une mission et déclencher le ré-achat

Evaluer sa prestation

- Structurer la fin de mission,
- Élaborer un bilan de la satisfaction du client,
- Préparer ses axes d'amélioration,

Programmer ses actions de fidélisation

- Mettre à jour son outils de suivi d'actions commerciales

Outils, contenus : modèles d'enquêtes de satisfaction, de bilan de fin de mission, structure de communication à programmer, plan d'amélioration continue, jeu de rôle, exercices d'application.

Chaque consultant apprenant est accompagné par un mentor et par l'équipe pédagogique pour sa certification.

Pédagogie et organisation

- Formation certifiante dispensée à distance (France et départements d'Outre-mer)
- Des modules intégrant une pédagogie active qui provoque la prise en main des outils et l'application des concepts.
- Des séquences de formation en alternance intégrant la mission développée au cœur de la progression pédagogique.
- Un responsable pédagogique accompagnant le consultant dans son parcours de certification.
- Un tuteur accompagnant le consultant durant le parcours jusqu'à la certification.

Positionnement et Modalités d'évaluation des acquis

- **Test de positionnement en amont :** Entretien individuel avec la responsable pédagogique du parcours et auto-positionnement.
- Charte d'engagement pour "**Exercice d'une activité autonome de consultant en portage salarial".**
- **Modalités d'évaluation des acquis :** un rapport écrit reposant sur un cas pratique intégrant une offre de service étayée, un plan de prospection mis en oeuvre, un rapport d'activité sur la mission déroulée, un oral.

- Pas d'équivalence ni de passerelle possible.

- **Un jury d'évaluation** composé d'un évaluateur habilité par la branche professionnelle et d'un consultant professionnel confirmé - durée 1h00 - le jury utilise la grille d'évaluation du certificateur

- **Un jury certificateur :** jury paritaire composé par la CPNEFP de la branche du portage salarial
- Fiche d'évaluation qualitative de la formation (à chaud)
- Evaluation à froid après formation (1 à 6 mois éventuellement)

Mode de validation

CQP "Consultant Autonome" validé par la CPNEFP de la branche du portage salarial.

Le r**éférentiel** est mis **à disposition dans l'espace de cours** de chaque participant (LMS Moodle de Competens) lors de l'inscription définitive à la formation.

Financements possibles

Le CQP "Consultant Autonome" est porté par la branche du portage. Les salariés portés peuvent bénéficier du financement de l'OPCO de la branche AKTO.

D'autres financements peuvent être étudiés : France Travail, Agefiph, régions, départements, fonds privés, etc.

Devis sur demande.

Modalités et délai d'accès

Modalités d'accès à distance

Envoi de la convocation avec identifiants et codes d'accès à la plateforme E- Learning Competens.net, avec programme, règlement intérieur applicable aux stagiaires et modalités règlementaires des épreuves de certification,

Conditions d'accès

Entretien individuel 10 jours avant l'entrée en formation avec le référent pédagogique

Avoir rédigé son résumé de carrière normé

1. Répartition des heures de formation à raison de 3 à 6 heures de formation par semaine afin de maintenir son activité en cours.

Référent handicap

PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP : *(mise en place de compensation…)*

Contact : Référent handicap 02 51 84 95 55 / 06 28 70 45 28 / nadiahadjeri@cadresenmission.com

Intervenant

Consultants Formateurs experts : Spécialistes en développement commercial, vente, relations clients, marketing, social Selling.

Nathalie PECQUET, Françoise BROSSAULT, Jérôme OLLIVIER, Marie de La RIVIERE.

7 évaluateurs agréés par la branche professionnelle :

Franck BERCEGEAY, Emmanuelle ORVAIN, Sophie BLAGOJEVIC, Florence CLEMENT DIETRICH, Isabelle JEANNE PERRIN, Christophe LEGEAY, Valérie PERRON

Évaluations

96 inscriptions depuis le 08/11/2021

Taux d'acquisition des compétences : **94 %** (31 évaluations)

Satisfaction des apprenants : ★★★★☆ **4.2/5** (48 évaluations)