

[Document de travail
07/05/2009]



Certificat de Qualification Professionnelle

Relation commerciale à distance en commerces de gros

Livret de suivi de la formation

Nom et prénom du candidat :

Organisme en charge de la formation :

Nom et prénom du « référent formation » :

Nom et prénom du tuteur :

Fonction du tuteur :

Cachet de l'entreprises et signature :

Ce document est destiné à **suivre le parcours de formation** d'un candidat au CQP «Relation commerciale à distance en commerces de gros», en intégrant :

- les temps de formation, en centre de formation ou au sein de l'entreprise (formation interne),
- les temps de tutorat mis en œuvre en entreprise.

L'objectif principal de cet outil est de **permettre au(x) formateur(s)** intervenant dans le parcours de formation du candidat et au **tuteur en entreprise** de **coordonner leurs interventions**.

Cet outil doit également permettre aux tuteurs en entreprise **d'accompagner le plus efficacement possible** les candidats lorsqu'aucune formation n'est prévue pour un ou plusieurs domaines de compétences.

Dans ce cas, le **contenu indicatif des formations** par domaine de compétence et les critères d'évaluation devront guider les remises à niveau au poste de travail et la préparation de l'évaluation finale.

Un ensemble de conseils méthodologiques sont proposés aux tuteurs dans le « guide tuteur CQP » mis à disposition des tuteurs par la branche. Ce guide est disponible ...


1 - Parcours individualisé du candidat : fiche de synthèse

Ce parcours est déterminé en entreprise à l'issue d'un entretien de repérage des compétences mené avec le candidat. Il est ensuite transmis à l'organisme de formation externe ou au service de formation interne pour lui permettre d'organiser la mise en œuvre de la formation du candidat et il est communiqué au tuteur afin de permettre au candidat de mettre en pratique les compétences requises pour l'accès au CQP.

Domaines	Modules de formation à suivre	Organisme de formation retenu	Dates prévisionnelles	Nombre d'heures prévisionnel*
Compétence 1 Réaliser une prise de commande par téléphone	Module 1.1 <input type="checkbox"/> Module 1.2 <input type="checkbox"/>			
Compétence 2 Découvrir les besoins, argumenter et convaincre pour vendre	Module 2.1 <input type="checkbox"/> Module 2.2 <input type="checkbox"/> Module 2.3 <input type="checkbox"/>			
Compétence 3 Apporter un conseil technique sur les produits et les services spécifiques à l'activité de l'entreprise	Module 3 <input type="checkbox"/>			
Compétence 4 Utiliser les outils de gestion de la relation clients dans une activité de télévente	Module 4.1 <input type="checkbox"/> Module 4.2 <input type="checkbox"/>			
Compétence 5 Organiser son activité de télévente	Module 5.1 <input type="checkbox"/> Module 5.2 <input type="checkbox"/>			
Compétence 6 Traiter les réclamations dans le respect de la relation commerciale	Module 6.1 <input type="checkbox"/> Module 6.2 <input type="checkbox"/>			

(*) sur la base des volumes horaires indiqués par la CPNEFP – cf page suivante -

Parcours de formation préconisé par la CPNEFP des commerces de gros

 Les parcours de formation conduisant aux CQP des commerces de gros sont à construire en lien avec les référentiels conçus par la CPNEFP. Ceux-ci précisent pour chaque compétence les modules de formation correspondants, leurs objectifs, leurs contenus ainsi que les volumes horaires.

Attention les volumes horaires indiqués sont à moduler en fonction des profils et des besoins de candidats. Ils intègrent en effet différentes possibilités, d'une simple mise à niveau (volume horaire minimum) à un parcours complet (volume horaire maximum).

Pour ce domaine	Formation interne ou externe	Volumes horaires préconisés	
		De ...	A ...
Compétence 1 Réaliser une prise de commandes par téléphone	Module 1.1 - la prise de contact et la vente par téléphone en appels entrants et sortants	7	21
	Module 1.2 - les règles de la communication téléphonique	7	14
Compétence 2 Découvrir les besoins, argumenter et convaincre pour vendre	Module 2.1 - Les différentes phases d'un entretien de vente	21	84
	Module 2.2 - La relation commerciale	7	14
	Module 2.3 - Le chiffrage de la proposition commerciale	3.5	14
Compétence 3 Apporter un conseil technique sur les produits et les services spécifiques à l'activité de l'entreprise	Module 3- Formation produit	21	84
Compétence 4 Utiliser les outils de gestion de la relation clients dans une activité de télévente	Module 4.1 le fichier client	7	14
	Module 4.2 l'utilisation de l'outil de GRC en entretien de vente		
Compétence 5 Organiser son activité de télévente	Module 5.1 Gestion du temps et organisation	7	21
	Module 5.2 les différents services de l'entreprise		
Compétence 6 Traiter les réclamations dans le respect de la relation commerciale	Module 6.1 les étapes de traitement d'une réclamation	7	21
	Module 6.2 la gestion des situations relationnelles difficiles		

COMPETENCE 1**Réaliser une prise de commande par téléphone.****Quelles sont les compétences à acquérir et quel est le contenu de la formation à proposer aux candidats ?*****Ce que le candidat doit savoir faire***

- Identifier l'interlocuteur adéquat pour une prise de commande
- Analyser la fiche client pour individualiser l'échange avec son interlocuteur
- Personnaliser l'offre de produits et de services en proposant au client les offres commerciales, promotions, animations adaptés à ses besoins
- Mettre en œuvre les bonnes pratiques de communication par téléphone
- Exploiter la documentation commerciale diffusée par l'entreprise dans la présentation de l'offre de produits
- Vérifier la faisabilité de la transaction commerciale en évaluant la disponibilité des produits demandés et en orientant le client vers des produits de substitution et des produits complémentaires
- Vérifier la conformité de la commande enregistrée

Contenu de la formation à délivrer**Objectifs et modules de formation :*****Maîtriser les techniques de prise de contact et de vente spécifiques à la relation commerciale à distance*****Module 1 .1 – La prise de contact et la vente par téléphone en appels entrants et en appels sortants**

Les appels entrants / les appels sortants : spécificités de l'approche commerciale

L'analyse de la fiche client : l'historique client, les informations clés, le repérage des habitudes de consommation du client

La préparation de l'argumentaire

La phase d'introduction et la prise de contact par téléphone :

accroche, ciblage de l'interlocuteur clé, personnalisation du contact
Les ventes complémentaires, les ventes supplémentaires, les produits d'association ou de substitution : sélection et présentation des offres

L'utilisation de la documentation commerciale au téléphone

L'importance de la phase de vérification de la commande

Maîtriser son expression orale en émission ou en réception d'appels**Module 1.2 – Les règles de la communication téléphonique**

Les bases de la communication et ses obstacles

Les spécificités de l'outil téléphonique

L'écoute active, le questionnement, la reformulation, les mots à éviter au téléphone

L'expression orale au téléphone : voix, respiration, modulation de la voix, ...

Quelles activités proposer au candidat en entreprise ?

- Prise de connaissance et analyse des fiches clients et sélection des informations utiles pour les entretiens téléphoniques
- Construction de grilles d'entretiens personnalisées en fonction des informations sélectionnées et des objectifs commerciaux à atteindre (présenter la politique et la documentation commerciale de l'entreprise)
- Conduite d'entretiens téléphoniques tests auprès d'un échantillon de clients en respectant les principes de la communication téléphonique et en adaptant les produits proposés aux clients (le tuteur observe les entretiens tests conduits)
- Analyse des résultats des entretiens menés : points forts et points à renforcer en matière de communication par téléphone
- Réajustement en fonction des résultats obtenus

De la formation à l'entreprise ...*En formation**En entreprise***Points clés du programme de formation :****Activités réalisées en entreprise :****Commentaires du formateur :****Commentaires du tuteur :**

- **points positifs :**

- **à approfondir :**

COMPETENCE 2***Découvrir les besoins, argumenter et convaincre pour vendre*****Quelles sont les compétences à acquérir et quel est le contenu de la formation à proposer aux candidats ?*****Ce que le candidat doit savoir faire***

- Etablir un contact et un climat de confiance,
- Mener une découverte des besoins du client par un questionnement adapté, une écoute active et une reformulation pertinente,
- Positionner le client dans la typologie clients de l'entreprise,
- Cibler l'offre de produits et de services correspondant aux besoins du client,
- Argumenter et négocier de façon pertinente l'ensemble des composantes de l'offre commerciale et répondre avec efficacité aux objections,
- Valoriser l'image de l'entreprise et mettre en avant les avantages concurrentiels de ses produits et services,
- Conclure l'entretien en valorisant la décision prise ou l'acte d'achat réalisé par le client,
- Etablir une relation commerciale durable et de qualité avec un prospect ou un client

Contenu de la formation à délivrer**Objectifs et modules de formation :*****Structurer un entretien de vente*****Module 2.1 – Les différentes phases d'un entretien de vente**

Le schéma de l'entretien de vente

La phase de découverte : techniques de questionnement et de découverte des besoins, identification du potentiel, l'identification des motivations
 La reformulation : synthèse des besoins et des motivations du client, identification des signaux d'achat, le passage de la découverte à la proposition

La phase d'argumentation : définition d'un argument, construction d'un argumentaire et composition d'une offre de produits adaptée en fonction de la typologie du client

Le traitement des objections : les différentes catégories d'objection et leur traitement

La phase de négociation : les points clés

La conclusion de l'entretien de vente

Construire et développer une relation commerciale durable avec un client**Module 2.2 – La relation commerciale**

Le commercial, vecteur de l'image de l'entreprise

L'identification et la mise en valeur des avantages concurrentiels des produits et services de l'entreprise : techniques de veille concurrentielle et de mise en valeur des avantages concurrentiels

L'entretien d'une relation commerciale dans la durée

Acquérir les outils permettant de concevoir et de chiffrer une proposition commerciale**Module 2.3 – Le chiffrage de la proposition commerciale**

Le prix : notion, composition

Les coûts

Les rabais, remises, ristournes

Calcul de remises simples et additionnelles

Calcul de marge, de TVA

Délais et modes de règlement

Quelles activités proposer au candidat en entreprise ?

- Observation d'un télévendeur confirmé en entretien de vente :
 - Identification du mode de questionnement des clients
 - Identification des principales objections des clients et des réponses apportées
- Elaboration d'argumentaires sur plusieurs catégories de produits et de clients
- Conduite d'entretiens de vente tests auprès d'un échantillon de clients en respectant les étapes d'un entretien de vente (le tuteur écoute les entretiens menés)
- Analyse des résultats : points forts, points à renforcer en matière de conduite de l'entretien téléphonique et de réponse aux objections
- Réajustement en fonction des résultats obtenus

De la formation à l'entreprise ...*En formation**En entreprise***Points clés du programme de formation :****Activités réalisées en entreprise :****Commentaires du formateur :****Commentaires du tuteur :**

- **points positifs :**

- **à approfondir :**

COMPETENCE 3***Apporter un conseil technique sur les produits et les services spécifiques à l'activité de l'entreprise.*****Quelles sont les compétences à acquérir et quel est le contenu de la formation à proposer aux candidats ?*****Ce que le candidat doit savoir faire******Contenu de la formation à délivrer***

Identifier et apporter les informations et services techniques adaptés pour répondre aux besoins du client

Identifier les produits et les services correspondant aux besoins du client en prenant en compte la réglementation et les recommandations liées au secteur d'activité et le contexte du client

Prendre en compte les systèmes opérationnels de l'entreprise dans les services proposés aux clients

Expliquer les caractéristiques et le bon usage des produits en fonction des besoins du client

Objectifs et modules de formation :

Maîtriser les caractéristiques techniques des produits et services proposés par l'entreprise

Maîtriser l'utilisation des outils d'information sur les produits et services de l'entreprise

Connaître la réglementation et les recommandations propres au secteur : traçabilité des produits, conservation, utilisation, normes en matière de sécurité, hygiène, environnement, ...

Contenu des modules de formation à adapter à chaque secteur d'activité

Quelles activités proposer au candidat en entreprise ?

- Découverte des produits et services de l'entreprise : prise de connaissance de la documentation commerciale, des catalogues, visite des entrepôts pour identifier les produits,
- Formation ou échanges avec le ou les fournisseurs les plus significatifs,
- Recherches sur les produits proposés par la concurrence et sur leurs principales caractéristiques (prix, produits, fonctionnalités, ...)
- Prise de connaissance de la réglementation et des recommandations : textes réglementaires, normes, documentation technique produite par l'entreprise,
- Identification, au travers d'échanges avec des télévendeurs confirmés, des types de vente pouvant poser question et des risques potentiels d'un conseil technique incomplet ou erroné
- Recours à un télévendeur expérimenté pour les ventes risquant de poser question d'un point de vue technique
- Recensement systématique, au cours des premières semaines d'activité, des questions ayant mis le télévendeur en difficulté et débriefing avec le tuteur ou avec des télévendeurs confirmés

De la formation à l'entreprise ...*En formation**En entreprise***Points clés du programme de formation :****Activités réalisées en entreprise :****Commentaires du formateur :****Commentaires du tuteur :**

- **points positifs :**

- **à approfondir :**

COMPETENCE 4***Utiliser les outils de gestion de la relation clients dans une activité de télévente.*****Quelles sont les compétences à acquérir et quel est le contenu de la formation à proposer aux candidats ?*****Ce que le candidat doit savoir faire***

- Détecter et enregistrer les informations clés à enregistrer sur les clients ou les prospects lors des appels téléphoniques
- Exploiter les fonctionnalités d'un outil de gestion de la relation client en menant une démarche de prospection téléphonique ou de prise de commande

Contenu de la formation à délivrer**Objectifs et modules de formation :*****Maîtriser l'utilisation du fichier clients de l'entreprise et compléter les données clients*****Module 4.1 – Le fichier clients**

Les différentes catégories d'informations sur les clients

Les informations clés du fichier client

L'enregistrement des informations clés sur le fichier client

Optimiser l'utilisation d'un outil de GRC dans les différentes étapes de la vente**Module 4.2 – L'utilisation de l'outil de GRC en entretien de vente**

Les fonctionnalités de l'outil de GRC

L'utilisation d'un outil de GRC en cours d'entretien de vente : points d'attention

Quelles activités proposer au candidat en entreprise ?

- Découverte en autonomie de l'outil de gestion de la relation clients après une brève présentation de ses fonctionnalités
- Présentation détaillée de l'outil par un vendeur expérimenté
- Exercices pratiques sur chacune des fonctionnalités de l'outil à partir de cas concrets proposés par le tuteur hors entretien téléphonique
- Exercices pratiques en cours d'entretien téléphonique reconstitué
- Exercices pratiques en cours d'entretien téléphonique réel

De la formation à l'entreprise ...*En formation**En entreprise***Points clés du programme de formation :****Activités réalisées en entreprise :****Commentaires du formateur :****Commentaires du tuteur :**

- **points positifs :**

- **à approfondir :**

COMPETENCE 5**Organiser son activité de télévente****Quelles sont les compétences à acquérir et quel est le contenu de la formation à proposer aux candidats ?*****Ce que le candidat doit savoir faire***

- Aménager efficacement son poste de travail en veillant à l'accessibilité des informations,
- Organiser ses appels téléphoniques sur une journée en continu en tenant compte des périodes creuses et du plan d'actions commerciales défini,
- Optimiser l'organisation de son travail en alternant des activités téléphoniques et les activités associées dans le respect des priorités et des règles en vigueur dans l'entreprise
- Identifier et transmettre aux interlocuteurs concernés les informations permettant de faciliter la relation client
- Collecter et prendre en compte l'ensemble des informations utiles à la relation client

Contenu de la formation à délivrer**Objectifs et modules de formation :*****Organiser son activité en fonction de ses priorités*****Module 5.1 – Gestion du temps et organisation**

L'identification de ses objectifs, le choix des priorités, la maîtrise de l'action, la planification en télévente

L'identification de ses habitudes face au temps

L'organisation du poste de travail en télévente : les outils clés de la télévente

Intervenir efficacement dans la circulation de l'information au sein de l'entreprise**Module 5.2 – Les différents services de l'entreprise et le partage des informations clients**

Les différents services de l'entreprise concernés par les informations sur les clients

L'utilisation par les différents services des informations utiles à la relation client

Quelles activités proposer au candidat en entreprise ?

- Liste de l'ensemble des documents et supports dont un télévendeur a besoin au cours de son activité et de leur fréquence d'utilisation
- Organisation de l'espace de travail en fonction de ces éléments
- Organisation d'une journée de travail-type précisant : les informations qui sont à rechercher chaque jour, chaque semaine ou chaque mois, les activités qui sont à planifier chaque jour, les informations qui sont à capitaliser dans la base de données clients, ...
- Elaboration d'un outil de suivi et de relance
- Annotation sur une semaine de travail des activités réalisées et du temps consacré à chacune d'elles et débriefing avec le tuteur

De la formation à l'entreprise ...*En formation**En entreprise***Points clés du programme de formation :****Activités réalisées en entreprise :****Commentaires du formateur :****Commentaires du tuteur :**

- **points positifs :**

- **à approfondir :**

COMPÉTENCE 6***Traiter les réclamations dans le respect de la relation commerciale*****Quelles sont les compétences à acquérir et quel est le contenu de la formation à proposer aux candidats ?*****Ce que le candidat doit savoir faire***

- Recevoir et écouter une réclamation
- Annoncer à un client un dépassement de son encours et négocier une solution adaptée
- Identifier les raisons d'un mécontentement, d'une réclamation ou d'un litige et les qualifier
- Identifier les solutions possibles pour traiter la réclamation ou le litige
- Apporter une réponse adaptée à la situation dans le respect des procédures et de l'organisation en vigueur dans l'entreprise

Contenu de la formation à délivrer**Objectifs et modules de formation :*****Identifier les raisons d'une réclamation et les étapes de son traitement*****Module 6.1 – Les étapes de traitement d'une réclamation**

Les étapes de traitement d'une commande et les différents types de services concernés

Les outils d'information permettant de suivre une commande et leur utilisation

Les données clés à identifier pour assurer le suivi d'une commande en cas de réclamation

Les procédures en vigueur dans l'entreprise pour traiter une réclamation

Maintenir une relation client de qualité dans un contexte délicat**Module 6.2 – Gestion des situations relationnelles difficiles**

Les différentes situations de conflits possibles avec un client : litige, SAV, réclamation, dépassement d'encours, ...

Les enjeux et les risques pour chaque partie

L'origine du conflit et les aspects psychologiques d'un litige

Écouter, comprendre et analyser le conflit

Conclure positivement pour le client et pour l'entreprise

Quelles activités proposer au candidat en entreprise ?

- Rencontres avec les salariés des différents services avec lesquels il peut être amené à entrer en contact pour traiter une réclamation et gérer un litige
- Présentation des rôles et limites d'intervention de chaque professionnel (articulation vendeur / manager notamment)
- Etudes de cas de litiges et propositions de réponses à partir de cas réels tirés de l'expérience des vendeurs
- Analyse du mode de traitement d'un litige et des résultats obtenus en situation réelle

De la formation à l'entreprise ...*En formation**En entreprise***Points clés du programme de formation :****Activités réalisées en entreprise :****Commentaires du formateur :****Commentaires du tuteur :**

- **points positifs :**

- **à approfondir :**