

[Document de travail
07/05/2009]



Certificat de Qualification Professionnelle

Vente sur site 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 «Vente sur site 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 Organiser un espace de vente	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 Accueillir et évaluer les besoins d'un client dans un espace de vente	Module 4.1 <input type="checkbox"/> Module 4.2 <input type="checkbox"/> Module 4.3 <input type="checkbox"/> Module 4.4 <input type="checkbox"/>			
Compétence 5 Traiter les réclamations dans le respect de la relation commerciale	Module 5.1 <input type="checkbox"/> Module 5.2 <input type="checkbox"/>			
Compétence 6 Traiter les commandes et les livraisons clients	Module 6.1 <input type="checkbox"/> Module 6.2 <input type="checkbox"/> Module 6.3 <input type="checkbox"/>			

(*) sur la base des volumes horaires indiqués par la CPNEFP

Parcours de formation préconisés par la CPNEFP

 Les parcours de formation conduisent 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 des 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 Organiser un espace de vente	Module 1.1 – Merchandising	7	14
	Module 1.2 – Présentation marchande des produits	7	21
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 Accueillir et évaluer les besoins d'un client dans un espace de vente	Module 4.1 L'accueil en magasin	7	7
	Module 4.2 La réglementation commerciale en magasin	3.5	7
	Module 4.3 – La vente sur site	7	14
	Module 4.4 – La fichier client	7	7
Compétence 5 Traiter les réclamations dans le respect de la relation commerciale	Module 5.1 les étapes de traitement d'une réclamation	7	21
	Module 5.2 la gestion des situations relationnelles difficiles		
Compétence 6 Traiter les commandes et les livraisons clients	Module 6.1 – Les commandes fournisseurs et la réception	3.5	7
	Module 6.2 – La préparation, l'expédition et le suivi des commandes clients	3.5	7
	Module 6.2 – L'élaboration des documents administratifs et commerciaux	3.5	7

COMPETENCE 1**Organiser un espace de vente****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***

- Organiser et agencer l'espace de vente en mettant en valeur les produits, les nouveautés, les collections et les promotions
- Évaluer les conditions matérielles d'accueil dans l'espace de vente et identifier les mesures correctives
- Dynamiser l'espace de vente pour inciter le client à découvrir de nouveaux produits

Contenu de la formation à délivrer**Objectifs et modules de formation :*****Maîtriser les techniques de base du merchandising*****Module 1.1 – Merchandising**

Les différentes zones d'un magasin : points chauds, points froids
 La lisibilité de l'offre pour le client : lecture de l'offre par le client, classement de l'offre, ...

Les composantes du merchandising : linéaire développé, zones, niveaux, facings, têtes de gondoles, squelettes

L'organisation d'un espace de vente : répartition en zones, affectation de l'espace vente aux familles de produits

Le sens de circulation dans un magasin : circulation du client, sens de lecture de l'offre

Les critères de répartition des produits sur un linéaire (marge, chiffre d'affaires, rotation, ...)

Maîtriser les techniques permettant de mettre en valeur les produits dans l'espace de vente**Module 1.2 – La présentation marchande des produits**

Les règles d'implantation

La mise en rayon et la surveillance du stock en rayon

Le balisage des produits et des promotions

La mise en avant des produits

La réalisation d'une tête de gondole, d'une vitrine

Le rangement de l'espace de vente

Quelles activités proposer au candidat en entreprise ?

- Analyse de la circulation générale d'un client dans l'espace de vente
- Identification des différentes zones du magasin (zones froides, zones chaudes)
- Définition de l'implantation d'un meuble ou d'un linéaire en tenant compte des règles de merchandising : expliquer les choix effectués
- Réalisation d'une vitrine ou d'un stand en autonomie
- « 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 :**

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 vendeur 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 observe les entretiens menés)
- Analyse des résultats : points forts, points à renforcer en matière de conduite de l'entretien 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

- 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

Contenu de la formation à délivrer**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 vendeurs confirmés, des types de vente pouvant poser question et des risques potentiels d'un conseil technique incomplet ou erroné
- Organisation de « binômes » 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 vendeur en difficulté et débriefing avec le tuteur ou avec des vendeurs 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**Accueillir et évaluer les besoins d'un client dans un espace de vente****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***

- Personnaliser la relation avec le client dès son entrée dans l'espace de vente
- Prendre en compte l'ensemble des clients dans le magasin et anticiper les insatisfactions liées aux files d'attente
- Analyser au travers du système de GRC l'information disponible sur l'activité d'un client, son organisation, ses pratiques et comportements d'achat, en vue d'en identifier les besoins
- Associer aux produits proposés une offre de services en tenant compte de la politique commerciale de l'entreprise et des ressources disponibles
- Vérifier la faisabilité de la transaction commerciale en évaluant la disponibilité des produits sur le système de GRC et en orientant le client vers des produits de substitution ou complémentaires
- Identifier les informations permettant de repérer la solvabilité du client
- Chiffrer la proposition commerciale en fonction des quantités demandées
- Négocier les conditions de vente (produits, prix, mode de règlement, délai, remises, livraison, mise en attente,..) dans le respect des règles de l'entreprise

Contenu de la formation à délivrer**Objectifs et modules de formation :*****Maîtriser les techniques d'accueil en magasin*****Module 4.1 – L'accueil en magasin**

La prise en compte du client à son arrivée dans le magasin
 La prise de contact avec le client
 La gestion des files d'attentes en magasin
 La réception d'appels téléphoniques en magasin

Connaître les principes de base de la réglementation commerciale en magasin**Module 4.2 – La réglementation commerciale en magasin**

Fixation et affichage des prix
 Les promotions
 Le refus de vente
 La protection et l'information du client

Maîtriser les techniques de vente spécifiques à la vente sur site**Module 4.3 – La vente sur site**

La vente en face à face : spécificités
 L'utilisation de l'espace de vente / du show room
 L'utilisation de la documentation commerciale
 La vente complémentaire en magasin
 La fidélisation, le relationnel client en magasin

Maîtriser l'utilisation du fichier clients de l'entreprise et compléter les données clients**Module 4.4 – 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

Quelles activités proposer au candidat en entreprise ?

- Observation des entretiens de vente menés par des vendeurs confirmés au sein de l'espace de vente
 Identification des points clefs de ces entretiens
- Débrief avec le tuteur
- Conduite d'entretiens avec l'appui d'un vendeur confirmé
- Analyse des résultats et identification des axes d'amélioration
- Réalisation de calculs de taux de marge, de quantités, de règles de trois, de TVA, ...

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**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 5.1 – 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 5.2 – 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

Ecouter, 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 :**

COMPETENCE 6**Traiter les commandes et les livraisons clients****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**

- Prendre en compte les contraintes et les spécificités du client lors de l'enregistrement de la commande
- Organiser les livraisons clients
- Élaborer l'ensemble des documents administratifs et commerciaux nécessaires au traitement d'une transaction commerciale et à la préparation d'une livraison, en utilisant le logiciel de gestion interne

Contenu de la formation à délivrer**Objectifs et modules de formation :****Connaître les outils et les techniques à mettre en œuvre en matière de réception des commandes****Module 6.1 – Les commandes fournisseurs et la réception**

Les procédures et documents de réception
 Le contrôle quantitatif et qualitatif en réception de commandes
 La responsabilité du transporteur, les réserves et les réclamations
 La relance fournisseurs

Connaître les outils et les techniques à mettre en œuvre en matière de préparation, d'expédition et de suivi des commandes clients**Module 6.2 – La préparation, l'expédition et le suivi des commandes clients**

Les documents de sortie de stock
 Les techniques de préparation de commande
 Les méthodes d'emballage / colisage en fonction du mode de transport
 Le contrôle de la préparation
 Les procédures et documents d'expédition
 Les circuits de livraison de l'entreprise et les différents interlocuteurs
 Le suivi du transport et le contrôle des délais
 Le traitement des réclamations en expédition de marchandises
 Le traitement des retours

Connaître les outils informatiques nécessaires à l'élaboration des documents administratifs et commerciaux**Module 6.3 – L'élaboration des documents administratifs et commerciaux**

Les circuits administratifs et comptables de l'entreprise
 La gestion informatique des transactions commerciales
 La gestion informatique des commandes et des livraisons
 Les documents commerciaux et leur valeur probante
 La facturation
 Le devis ou les tarifs
 Le bon de commande
 Le bon de livraison
 L'enlèvement client
 La livraison par transporteur

Quelles activités proposer au candidat en entreprise ?

- Prise de connaissance du fonctionnement du logiciel de gestion interne
- Progressivement, utilisation de ce logiciel pour préparer et éditer l'ensemble des documents nécessaires à la transaction commerciale : facture, envoi de tarifs, bons de commande, ...
- Organisation en binôme d'une tournée de livraison en prenant en compte plusieurs paramètres (ressources de l'entreprise, coûts de transport, délais négociés avec les clients, ...) et explication des choix effectués
- Prise de connaissance puis utilisation en binôme des outils internes permettant le suivi et la réception des commandes fournisseurs

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 :**