

Certificat de Qualification
Professionnelle (**CQP**)
Commerces de gros

COMMERCES DE GROS

Commission Paritaire Nationale de l'Emploi et de la Formation Professionnelle des commerces de gros (CCN N°3044).

Pour prendre en main vos fonctions de tuteur

Votre employeur ou votre supérieur hiérarchique vous a confié la responsabilité du tutorat d'un jeune ou d'un adulte préparant un des Certificats de Qualification Professionnelle du commerce de gros.

Ce document va vous permettre de prendre en main vos fonctions de tuteur, en vous présentant les CQP et en mettant à votre disposition des outils qui pourront vous être utiles à différentes étapes de votre intervention.

Vous êtes libre d'utiliser ce document comme vous le souhaitez...

Il peut être consulté au gré de vos besoins et de vos préoccupations, chaque partie étant indépendante des autres.

Dans la première partie, vous trouverez toutes les informations dont vous avez besoin sur les **CQP** mis en place par la branche du **commerce de gros** dans le domaine de la **vente** :

- qu'est ce qu'un CQP,
- à qui s'adressent-ils,
- comment les obtenir,
- quel est le rôle joué par chaque acteur : entreprise, organisme de formation, candidat, ...

Dans la seconde partie, conçue comme un guide pratique, vous aurez accès à des **outils et à des conseils méthodologiques adaptés** aux différentes activités que vous allez devoir mener :

- l'accueil du candidat,
- la formation en entreprise,
- le partenariat avec l'organisme de formation, si le candidat bénéficie d'actions de formation,
- le suivi de la progression du candidat dans l'acquisition des compétences ciblées par le CQP.

Dans la troisième partie, vous trouverez des **grilles d'évaluation** vous permettant de réaliser des évaluations intermédiaires et de vous entendre avec le candidat sur des **objectifs de progression**.

Bonne lecture, et ... bon tutorat !



Partie 1

les CQP des commerces de gros (domaine de la vente)

Comment définir les CQP des commerces de gros ?

Les CQP des commerces de gros sont des **certifications professionnelles** créées et délivrées par la Commission Paritaire Nationale de l'Emploi et de la Formation Professionnelle des commerces de gros. Ils répondent aux **besoins spécifiques** des entreprises et des salariés du secteur et se distinguent en cela des diplômes, délivrés par l'État, et des titres à finalité professionnelle délivrés par les organismes de formation.

Les CQP des commerces de gros sont reconnus au sein de l'**ensemble des entreprises** appliquant la **convention collective 3044**.

Chacun des CQP des commerces de gros est en relation avec un métier donné, tel qu'il est exercé dans la branche : il **prépare de manière opérationnelle** à l'exercice de ce métier et il permettra de certifier que la personne possède les compétences et les connaissances nécessaires pour l'exercer.

Les modes d'évaluation prévus dans le cadre des CQP permettent d'évaluer des **compétences mises en œuvre en situation de travail**, dans le **contexte professionnel** habituel du salarié. Les évaluations sont notamment basées sur des situations de travail (en entreprise) ainsi que sur l'analyse de l'expérience et de la pratique professionnelle des candidats. La **place de l'entreprise** dans l'évaluation est donc **importante**, même si le candidat est également évalué en dehors de l'entreprise.

Pour les entreprises de la branche, les CQP des commerces de gros présentent plusieurs intérêts majeurs :

- des parcours de formation et des outils d'évaluation et d'identification des compétences centrés sur les métiers de la vente tels qu'ils sont exercés dans la branche,
- la possibilité d'offrir aux salariés des parcours de développement des compétences aboutissant sur une certification professionnelle, y compris dans la perspective d'un changement de métier,
- la possibilité de centrer l'effort en formation sur les modules dont les salariés ont véritablement besoin,
- la possibilité de s'impliquer très directement dans le dispositif, en prenant en charge le repérage des acquis et l'évaluation en situation professionnelle.

Pour les salariés de la branche, les CQP des commerces de gros permettent :

- d'obtenir la validation et la valorisation des compétences qu'ils ont acquises en situation professionnelle,
- d'accéder à une certification professionnelle reconnue à l'échelle de la branche et correspondant aux besoins spécifiques des entreprises de la branche,
- de s'engager dans un projet d'accès à une certification professionnelle sans avoir besoin de suivre un programme de formation lourd,
- de se situer de manière objective par rapport à un projet d'évolution professionnelle,
- de transférer leurs acquis dans d'autres métiers du secteur et d'évoluer vers d'autres métiers plus facilement.

Comment sont conçus les CQP des commerces de gros ?

Chaque CQP est conçu sur la base d'un **référentiel** qui définit les **compétences** devant être maîtrisées par les candidats. Ces compétences sont rassemblées en différentes unités et peuvent être validées indépendamment les unes et des autres.

La première étape de votre mission de tuteur est donc de prendre connaissance du contenu du référentiel de compétences du CQP visé par la personne que vous allez accompagner.

Les CQP sont également définis par des **modalités et des critères d'évaluation** : la Commission Paritaire Nationale de l'Emploi et de la Formation Professionnelle a précisé de quelle manière elle souhaitait que les compétences des candidats soient évaluées. Des documents ont été élaborés à l'attention des évaluateurs en entreprise : prenez-en connaissance. Ils vous guideront également dans votre mission en vous indiquant sur quoi vont porter les évaluations et comment elles vont être organisées.

Les CQP des commerces de gros sont enfin conçus sur la base d'un **parcours du candidat, qui est le même pour tous**. La première étape permet de **repérer ses acquis** et de l'orienter vers les **formations** dont il a besoin, au sein de l'entreprise ou auprès d'un organisme de formation externe. A l'issue de la formation du candidat, celui-ci est **évalué** dans son **entreprise d'origine**, par un évaluateur formé par la branche. Il doit également produire un **écrit professionnel** portant sur son parcours et sur ses pratiques professionnelles.

Ensuite, le candidat est invité à un **entretien d'évaluation** à l'extérieur de son entreprise. Enfin, au vu des résultats obtenus à chaque étape, la Commission Paritaire Nationale de l'Emploi et de la Formation Professionnelle des commerces de gros statue, unité de compétences par unité de compétences, en vue de lui délivrer ou non son CQP.

À cette étape, le candidat peut obtenir la validation de certaines unités de compétences seulement. Il garde alors le bénéfice des unités de compétences acquise et dispose d'un délai pour valider les unités de compétences qui lui manquent.

Comment obtenir un CQP des commerces de gros ?

1/ Le **candidat** bénéficie d'un entretien de **repérage de ses acquis professionnels** au sein de son entreprise

2/ Le **candidat** suit un **programme de formation** en fonction des besoins repérés et **met en œuvre ses compétences** en entreprise

3/ Le **candidat** prépare un **écrit professionnel** (maquette transmise par la branche)

4/ Le **candidat** est **évalué** en **situation professionnelle** au sein de son entreprise

5/ Le **candidat** est **évalué** en **dehors de son entreprise** dans le cadre d'un entretien

6/ Un **jury national** de **branche** statue. Le candidat peut obtenir son CQP ou être invité à renforcer ses compétences sur **une ou plusieurs unités** de compétences

Quels sont les outils supports aux CQP des commerces de gros ?

À chaque étape du CQP, correspond un outil support. Ces outils sont de deux types :

- › les outils d'évaluation transmis à la CPNEFP et qui servent à apprécier les résultats obtenus par le candidat en vue de lui délivrer le CQP,
- › les guides à destination des différents intervenants dans le parcours du candidat.

Les outils d'évaluation à la disposition des intervenants en entreprise sont les suivants :

- › le guide de repérage des acquis qui permet de construire le parcours de formation du candidat et d'identifier ses compétences à partir de questions clefs,
- › le livret de suivi de la formation, qui présente les contenus indicatifs de la formation et qui permet un échange entre le tuteur et le ou les formateurs,
- › le livret d'évaluation des compétences en entreprise, qui permet de consigner les résultats des évaluations réalisées au poste de travail et en entretien en entreprise,
- › le **Dossier professionnel** qui permet au candidat de présenter son parcours et de s'exprimer sur ses compétences professionnelles.

4
OUTIL

Les guides à destination des différents intervenants en entreprise sont les suivants :

- › le guide de l'évaluation des compétences en entreprise, qui présente la manière dont doivent être organisées les évaluations et propose des questions clefs pour les mener à bien,
- › le guide tuteur, qui donne aux tuteurs les informations nécessaires pour intervenir efficacement auprès du candidat.

Le rôle du tuteur, de l'entreprise et de l'organisme de formation

Le tuteur :

- › accueille les candidats dans l'entreprise s'il s'agit de jeunes bénéficiant d'une formation en alternance,
- › informe les candidats sur les différentes étapes de leur parcours,
- › organise avec les salariés concernés l'activité des candidats dans l'entreprise et contribue à l'acquisition des savoir-faire professionnels,
- › assure la liaison avec le centre de formation interne ou externe à l'aide du livret de suivi de la formation,
- › effectue des évaluations intermédiaires et définit des objectifs de progression avec le candidat,
- › définit le moment où le candidat a suffisamment progressé et déclenche l'évaluation en entreprise,
- › s'assure que le candidat a réalisé le **Dossier professionnel** qui est attendu de lui,
- › peut réaliser l'entretien de repérage des acquis professionnels et renseigner le livret d'évaluation finale s'il a suivi la formation nécessaire.

4

OUTIL

L'entreprise :

- › assure pour ses salariés l'organisation des entretiens de repérage des acquis et des évaluations finales en entreprise en faisant appel à ses ressources internes ou en sollicitant des partenaires,
- › inscrit ses salariés au CQP,
- › nomme un tuteur en charge du ou des candidats au sein de l'entreprise,
- › choisit, le cas échéant, un organisme de formation,
- › met à la disposition du ou des candidats les moyens lui permettant de mettre en pratique ses acquis et d'être évalué.

L'organisme de formation :

- › met en œuvre l'ingénierie pédagogique nécessaire pour répondre au cahier des charges de la branche,
- › organise avec l'entreprise la formation des candidats,
- › réalise une évaluation formative des candidats et remplit le livret de suivi de la formation,
- › communique avec le tuteur en entreprise afin de suivre le parcours du candidat dans les meilleures conditions possibles.



Partie 2
Guide pratique du tuteur

Accueillir le candidat ...

Si le candidat au CQP est un jeune ou un nouvel arrivant dans l'entreprise ou le service, votre première mission sera de l'accueillir dans les meilleures conditions possibles. Voici quelques conseils pour ne rien oublier ...

La préparation de l'arrivée du candidat au CQP

- › **J'aménage le poste de travail** qui sera occupé par le candidat au CQP (configuration informatique pour les postes administratifs, mise à disposition des outils nécessaires, préparation du badge, des tickets restaurant s'il y en a, ...),
- › **Je rassemble les documents** qui seront nécessaires à la compréhension et à la réalisation de l'activité du jeune (documents de travail, schéma général de l'organisation de l'entreprise, livret d'accueil s'il existe, plaquettes de présentation de l'entreprise et de ses activités, ...),

J'informe les autres membres de l'équipe de l'arrivée du jeune

- › **J'informe** si possible l'équipe du parcours du candidat au CQP, des temps où il sera en entreprise, des missions qui lui seront confiées, du planning de ses interventions, ...
- › **Je prévois** un petit temps d'échange avec chacun le ou les premier(s) jour(s)

Le jour de l'arrivée du candidat au CQP, je me ménage du temps pour l'accueillir

- › Je prévois un entretien d'accueil structuré :
 - organisation de l'entreprise,
 - règles de fonctionnement du service,
 - procédures qualité,
 - organisation pratique,
 - contenu de ma mission de tuteur,
 - modalités d'organisation du tutorat (quels points d'étape, quelle fréquence des échanges, ...),
- › Je favorise les temps d'échange informels (déjeuner, pauses, ..)

La conception du parcours de formation en entreprise

Les questions à me poser pour démarrer

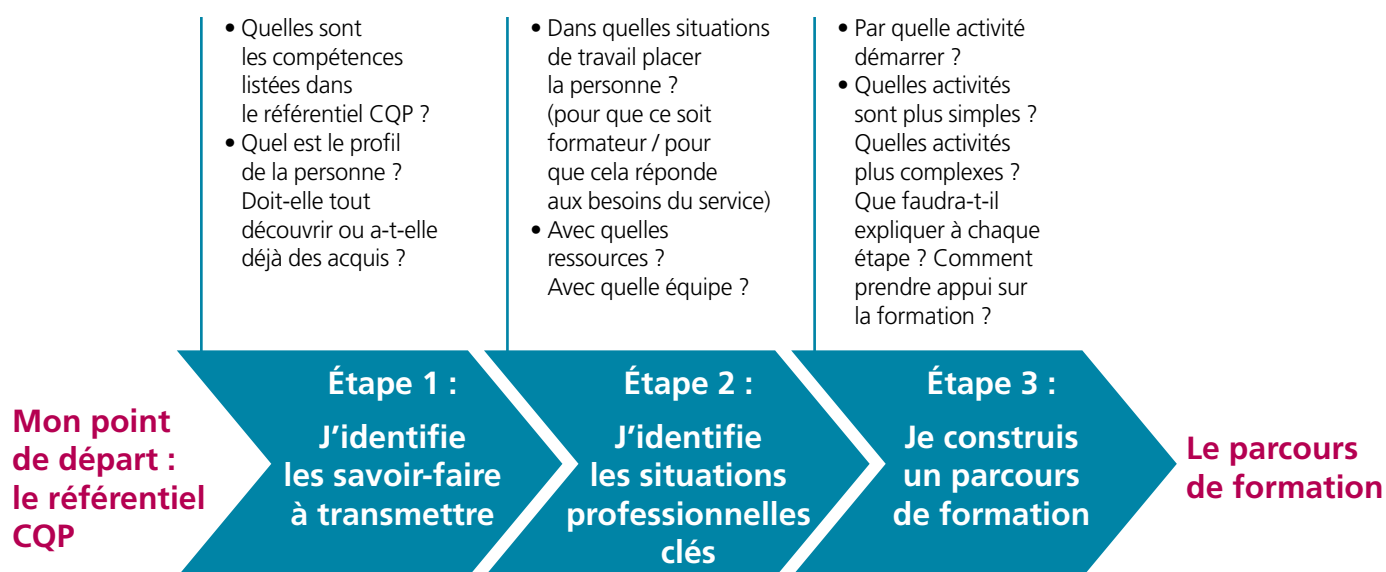
- › Qu'est-ce que la personne en formation doit apprendre auprès de moi ?

Mon point de départ pour répondre à cette question est le **référentiel du CQP** qui liste les compétences devant être acquises par le candidat. Les **grilles d'évaluation** fournies dans la troisième partie du livret me permettent d'identifier ce qui est attendu du candidat pour qu'il réussisse son CQP.

- › Est-ce que j'ai des éléments sur le niveau ou le profil de la personne à former ?
 - Si j'accueille un jeune ou un adulte en alternance, est-ce que j'ai participé à l'entretien de recrutement ?
 - Si j'accueille un nouvel embauché, est-ce que j'ai des éléments sur son profil ? Son CV ?
 - Pour un salarié en place, quels sont les résultats de l'entretien d'accueil et d'orientation ?

Dans tous les cas, un premier entretien peut me permettre de mieux cerner le profil, la formation et l'expérience de la personne à former. Il faudra également étudier le programme de formation individualisé dont bénéficiera le candidat.

La construction du parcours de formation :



La formation en entreprise ...

Elle sera d'autant plus efficace, mieux ciblée et mieux suivie qu'elle fera l'objet de phases de progression clairement identifiées. A partir de la phase 6, le candidat peut être présenté pour une évaluation finale en entreprise, puis devant les évaluateurs externes :

ATTENTION ! Il appartient au tuteur de déclencher l'évaluation des compétences du candidat en entreprise.

1 - Je repère ce que la personne sait déjà faire

2 - Je fixe des objectifs à atteindre

3 - La personne découvre les activités et commence à pratiquer

4 - La personne réalise certaines activités en autonomie, repère ce qu'elle fait correctement et les points sur lesquels elle doit progresser

5 - La personne rencontre des situations nouvelles, comprend les mécanismes, gère des incidents, agit mieux et plus rapidement

6 - Les compétences acquises peuvent être évaluées

Le rôle du tuteur :

Étape 3 : je mets la personne **en confiance**, je **montre** les tâches à réaliser, j'**explique** les points clés, j'**adapte** mes explications à la personne et je **vérifie** que les points clés sont compris.

Étape 4 : je fais avec, je fais faire, je **guide** (j'indique ce qui est bien fait et ce qui doit être amélioré, je conseille), j'explique, j'encourage, puis je fais faire en **autonomie** et je contrôle.

Étape 5 : je confie des activités de **complexité croissante**, j'**accompagne** (j'interviens à la demande, j'apporte de nouvelles explications plus complexes, je contrôle le résultat, j'analyse avec la personne les réussites et les écarts).

Le partenariat avec l'organisme de formation

Si le candidat bénéficie d'actions de formation, il est important qu'un partenariat soit construit avec l'organisme de formation agréé retenu par l'entreprise. A noter, un livret de suivi est mis à la disposition du candidat et de l'organisme de formation pour formaliser les formations suivies et échanger avec le tuteur. Il sera un outil précieux de liaison entre le candidat, l'organisme de formation et l'entreprise.

En phase de préparation du partenariat avec l'organisme de formation

- › Ce que je vise en tant que tuteur :
 - me mettre en position d'influer positivement sur la relation avec l'organisme de formation,
 - construire la relation avec l'organisme de formation sur des bases claires.
- › Quelles sont les informations que je vais rechercher ?
 - Tous les documents me permettant de connaître le contenu de la formation qui va être délivrée et son organisation pratique,
 - L'organisation de l'alternance entre temps de formation et temps de mise en pratique en entreprise,
 - Les attentes de l'organisme de formation eu égard aux temps de présence du candidat CQP en entreprise,
 - Les attentes de l'entreprise eu égard à la formation dont bénéficie le candidat, à partir des résultats de son entretien d'accueil et d'orientation.
- › Qu'est-ce que je peux proposer à l'organisme de formation ?

Si l'organisation de l'alternance organisme / entreprise ou les attentes de l'organisme de formation n'ont pas été explicitées par écrit, je peux proposer à l'organisme de formation une rencontre permettant de les formaliser et de bâtir un programme de travail sur la durée.

En phase de suivi du partenariat avec l'organisme de formation

- › Ce que je vise en tant que tuteur :
 - donner au candidat CQP les moyens de bien vivre l'alternance entre temps de formation et temps de mise en pratique en entreprise et d'en tirer pleinement profit,
 - me donner les moyens de suivre efficacement la relation avec l'organisme de formation et de recadrer, au besoin.
- › **Étape 1** : j'identifie les modalités de suivi proposées par l'organisme de formation
 - Est-ce que l'organisme de formation est à l'initiative de points d'étape avec les intervenants de l'entreprise ?
 - Est-ce que l'organisme de formation met spontanément et régulièrement à la disposition de l'entreprise le livret de suivi ?
 - Est-ce que l'articulation entre les apprentissages issus de la formation et les apprentissages en entreprise peut facilement s'opérer ?
 - Est-ce que l'organisme de formation fait preuve de souplesse dans sa relation avec l'entreprise ? Prend-il en compte les contraintes liées à l'organisation du service ?
- › **Étape 2** : j'organise des points d'étape avec l'organisme de formation

Ces **points d'étape** sont très précieux pour que les temps que le candidat vit en entreprise ne soient pas **déconnectés** de ses **temps d'apprentissage en centre de formation** et que les enseignements dispensés en centre fassent écho aux situations de travail rencontrées en entreprise.

L'évaluation des compétences : prévoir des points intermédiaires

L'évaluation des compétences du candidat CQP à intervalles réguliers permettra de faire le point sur les avancées du candidat et de formuler des objectifs de progression. Elle pourra également servir de base à un échange avec l'organisme de formation.

1 - Comment évaluer ?

- › Comment évaluer à chaque étape que ce que j'ai transmis a été acquis ?

Le candidat a besoin d'un retour à chaque étape et vous avez besoin d'un retour sur votre façon de transmettre :

- **évaluer, ce n'est pas juger**, c'est encourager, guider, stimuler ... mais aussi recadrer : je fais des retours au candidat le plus souvent possible, je reste encourageant,
- **évaluer nécessite de fixer des objectifs clairs** : à chaque étape, je fixe des objectifs au candidat (un objectif peut porter sur une activité à réaliser ou un comportement à améliorer),
- quand j'apporte une explication, je **vérifie que le candidat a compris** en lui demandant de reformuler, en lui posant des questions, en lui laissant le temps de réagir (quand vous montrez une activité, faites ensuite agir le candidat / quand vous confiez une tâche, expliquez ce que vous attendez et faites ensuite le point sur ce qui a été réalisé / l'auto-évaluation par le candidat peut être une bonne méthode : il est plus acteur de sa progression,
- **je pose des questions** au candidat, je l'écoute, je le regarde agir, j'analyse avec lui ce qu'il a fait : je lui demande toujours une auto-évaluation : a-t-il compris ? a-t-il respecté les consignes ? a-t-il répondu aux objectifs ? comment analyse-t-il son activité ? pourquoi a-t-il procédé ainsi ?
- je lui fais ensuite un **retour**.

- › Quel est mon rôle dans l'évaluation ?

Le rôle du tuteur est de suivre la **progression du candidat** par une ou plusieurs évaluations intermédiaires et d'aider le candidat à repérer lorsqu'il est prêt pour l'évaluation finale :

- je suis la progression du candidat à partir du référentiel du CQP,
- je fais aussi un suivi de son intégration dans l'entreprise, dans le poste, de l'évolution de son comportement, ...
- j'utilise la grille d'évaluation intermédiaire,
- au final, je repère avec le candidat s'il a atteint tous les objectifs : est-il prêt pour l'évaluation finale ?

- › Faut-il faire le point régulièrement ? Comment ?

1 - Faire le point régulièrement, y compris de façon informelle

- Pour progresser, le candidat a besoin de savoir si ce qu'il fait est bien fait ou s'il fait des erreurs
- A chaque occasion, je souligne les acquis et la progression ou j'indique les erreurs à corriger, en apportant éventuellement plus d'explications

2 - Prévoir des bilans intermédiaires formalisés pour suivre la progression

- Le rôle du tuteur est de prévoir des entretiens intermédiaires.
- Ces entretiens peuvent être réalisés à l'occasion d'un bilan avec le formateur externe
- Les points à aborder : les acquis du candidat, les difficultés rencontrées, l'intégration dans l'entreprise, dans le poste, les objectifs pour la prochaine période, ...

3 - Recadrer rapidement en cas de problème

- Face à un problème, je réagis rapidement en menant un entretien, même court, avec le candidat, à partir de faits objectifs
- Je laisse le candidat s'expliquer, mais j'indique clairement les règles à respecter
- Je conclus l'entretien en fixant des objectifs.

Ma « feuille de route » de tuteur

Voici une liste de conseils pratiques à lire ... et à relire !

- Je profite de mon rôle de tuteur pour « revisiter » mes pratiques professionnelles : qu'est-ce que je fais, pourquoi, en quoi est-ce différent de ce que je suis censé faire, qu'est-ce que j'ai besoin de savoir, avec qui ai-je besoin de travailler, ...
- Je cherche à transmettre au candidat au CQP ce que j'ai appris de l'analyse de mes pratiques professionnelles, ainsi que mon goût pour mon métier,
- Je n'attends pas du candidat en formation qu'il réalise du premier coup sans erreur ce qui lui est demandé,
- Je fais le lien, autant que possible, avec ce que le candidat apprend en formation,
- Je fais le point régulièrement avec le candidat, s'il est nouvel entrant dans l'entreprise, sur son ressenti (comment se sent-il dans le service, dans l'entreprise, dans les tâches qui lui sont confiées, ...), sans porter de jugement,
- Je fais le point régulièrement avec le candidat sur ses avancées (sa prise d'autonomie, la fréquence des erreurs, ...), en étant raisonnable et réaliste sur ce que je lui demande de réaliser,
- Je pointe ses erreurs et je lui permets de les rectifier ... mais je pense aussi à le féliciter dans ses réussites et à valoriser ses efforts,
- Je me questionne régulièrement sur ma pratique de tuteur : où en suis-je dans les différentes missions qui me sont confiées ?,
- Je m'exprime auprès de la personne qui m'a confié la mission de tuteur sur ma pratique (mes acquis, mes limites, mes besoins en termes de soutien, de formation, ...)



Partie 3
**Grilles d'évaluation
intermédiaire**

CQP relation commerciale à distance en commerces de gros

Compétence 1 : réaliser une prise de commandes par téléphone

› Le candidat doit être capable de :

- 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 adaptées 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.

Critères d'évaluation	Évaluation intermédiaire		
	Aquis	Non acquis	À améliorer
Ciblage de l'interlocuteur Capacité à bien cibler l'interlocuteur pertinent pour passer commande, à entrer en contact avec lui rapidement			
Analyse de la fiche client Capacité à identifier rapidement les informations clés pour la conduite de l'entretien (habitudes d'achat, fréquence et volume des commandes, incidents de paiement, heure d'appel préconisée, modification du comportement ou des habitudes d'achat ...)			
Personnalisation de l'entretien Capacité à prendre en compte le profil du client dans l'entretien, à lui proposer des produits adaptés à ses habitudes d'achat, à l'orienter vers des produits de substitution ou des produits complémentaires correspondant à ses besoins, à chercher à connaître les raisons d'une modification de son comportement d'achat, ...			
Maîtrise des techniques d'entretien téléphonique Attitude positive, bonne articulation, débit et intonation de la voix corrects, échanges concis, maîtrise du temps et adaptation du rythme de l'entretien au temps dont dispose le client, ...			
Clôture de l'entretien Vérification avec le client du contenu et des conditions de livraison et de paiement de la commande, attention de client attirée sur les produits ayant fait l'objet d'un remplacement et sur les quantités commandées, relance du client si la prochaine échéance est proche ou si les conditions de paiement n'ont pas été respectées, préparation de l'appel suivant			

› Objectifs de progression :

Compétence 2 : découvrir les besoins argumenter et convaincre pour vendre

› Le candidat doit être capable de :

- établir 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,
- établir une relation commerciale durable et de qualité avec un prospect ou un client.

Critères d'évaluation	Évaluation intermédiaire		
	Aquis	Non acquis	À améliorer
Relation établie avec le client Capacité à établir rapidement une relation de qualité avec le client lors d'une prise de contact, à maintenir des relations positives avec un client dans la durée, à personnaliser la relation avec le client en vue de répondre à ses attentes, à conserver la distance nécessaire pour rester professionnel dans sa relation avec le client			
Démarche de découverte et d'analyse des besoins Capacité à mener un questionnement adapté auprès d'un nouveau client pour découvrir ses besoins et son organisation, à identifier l'évolution des besoins ou de l'organisation d'un client habituel, à exploiter les informations données par le client pour lui proposer une offre adaptée			
Structuration de l'entretien de vente Capacité à conduire une écoute active du client, à susciter l'intérêt du client ou du prospect, à conduire un échange positif avec lui, à prendre en compte ses observations et remarques, à traiter ses objections, à développer une argumentation cohérente et pertinente, à la réajuster en fonction des signes d'attention perçus, à conclure de manière adaptée et positive			

› Objectifs de progression :

Compétence 3 : apporter un conseil technique sur les produits et les services spécifiques à l'activité de l'entreprise

› Le candidat doit être capable de :

- 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

Critères d'évaluation	Évaluation intermédiaire		
	Aquis	Non acquis	À améliorer
Connaissance technique des produits et des services Capacité à faire appel à des connaissances techniques fiables et justes sur les produits et les services et à traduire les caractéristiques techniques en avantages (par rapport aux besoins des clients)			
Conseil technique apporté aux clients Capacité à sélectionner les produits répondant aux besoins du client sur la base de critères objectifs, à prendre en compte la réglementation et les recommandations, à identifier les risques d'une absence de prise en compte des recommandations ou de la réglementation pour le client et pour l'entreprise, à présenter les conditions d'utilisation et les limites des produits proposés, à évaluer la capacité du client à utiliser les produits			
Environnement du conseil technique Capacité à prendre en compte les systèmes opérationnels de l'entreprise dans les propositions faites au client (préparation, livraison, ...), à recueillir des informations sur l'évolution des produits et services proposés par la concurrence, à vérifier la satisfaction du client liée aux produits et services de l'entreprise, à valoriser les nouveaux produits proposés, ...			

› Objectifs de progression :

Compétence 4 : utiliser les outils de gestion de la relation clients dans une activité de télévente

› Le candidat doit être capable de :

- 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.

Critères d'évaluation	Évaluation intermédiaire		
	Aquis	Non acquis	À améliorer
Maîtrise du système de GRC Capacité à utiliser l'ensemble des fonctionnalités du système de GRC, à identifier la procédure en vigueur pour recueillir et enregistrer les données clients, à identifier quels sont les autres services qui utilisent le système et pourquoi			
Mise en œuvre du système de GRC Capacité à mettre en œuvre de manière rigoureuse la procédure en vigueur pour recueillir et enregistrer les données clients, à procéder simultanément à la conduite d'un entretien téléphonique et à l'utilisation du système de GRC (consultation et renseignement)			
Identification et sélection des données clients Capacité à recueillir les informations pertinentes auprès des clients sans les incommoder et à sélectionner de manière adaptée les données à enregistrer dans le système de GRC			

› Objectifs de progression :

Compétence 5 : organiser son activité de télévendeur

- › Le candidat doit être capable de :
 - 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.

Critères d'évaluation	Évaluation intermédiaire		
	Aquis	Non acquis	À améliorer
Aménagement de l'espace de travail et prise en compte de l'environnement Capacité à organiser son espace de travail afin que l'ensemble des informations utiles lors des entretiens téléphoniques soient disponibles et facilement accessibles, à prendre en compte son environnement direct de travail (rangement du bureau, discrétion, ...)			
Prise en compte des priorités commerciales Capacité à identifier les enjeux commerciaux liés aux différentes catégories de clients, à adapter le temps passé en entretien téléphonique à l'enjeu commercial et au type de client, à tenir compte des priorités commerciales pour alterner périodes d'appels téléphoniques et activités associées, à s'assurer que l'ensemble des clients ont été contactés sur une période donnée			
Échange des informations au sein de l'équipe Capacité à recueillir des informations au sein du service et auprès des différents services de l'entreprise et de leur transmettre les informations adaptées			

- › Objectifs de progression :

Compétence 6 : traiter les réclamations dans le respect de la relation commerciale

- › Le candidat doit être capable de :
 - 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

Critères d'évaluation	Évaluation intermédiaire		
	Aquis	Non acquis	À améliorer
Gestion de la relation client Capacité à conserver une relation commerciale de qualité lors du traitement des réclamations clients, à désamorcer le mécontentement du client, à conduire un questionnement adapté en vue d'identifier les raisons de la réclamation, à traiter avec tact et discrétion le cas d'un dépassement d'encours			
Processus de traitement d'une réclamation client Capacité à identifier et à expliquer le fonctionnement et les règles commerciales en vigueur dans l'entreprise, à effectuer des recherches dans l'historique des ventes pour évaluer le bien-fondé de la réclamation, à identifier des propositions adaptées de règlement de la réclamation, à tenir compte des engagements pris envers le client			
Échange des informations au sein de l'équipe Capacité à identifier la ou les personne(s) compétentes pour traiter la réclamation et à lui (leur) transmettre des informations adaptées			

- › Objectifs de progression :

CQP vente itinérante en commerce de gros

Compétence 1 : analyser son environnement et son activité commerciale

- › Le candidat doit être capable de :
 - recueillir des informations pertinentes sur son activité commerciale, le secteur d'activités, les concurrents, et le potentiel de ses clients et de son marché à partir de différentes sources,
 - évaluer la part de marché potentielle que l'entreprise pourrait occuper sur son secteur et déterminer des objectifs répondant à la politique commerciale de l'entreprise,
 - organiser son activité commerciale sur son secteur commercial en fonction des objectifs définis,
 - analyser les résultats de son activité commerciale à partir des procédures et outils en vigueur dans l'entreprise, proposer des actions de réajustement,
 - exploiter l'outil de GRC de l'entreprise pour renseigner le fichier clients et exploiter ses données.

Critères d'évaluation	Évaluation intermédiaire		
	Aquis	Non acquis	À améliorer
Informations recueillies sur l'environnement commercial et l'activité commerciale Capacité à utiliser diverses sources d'informations, à vérifier la fiabilité des informations recueillies, à actualiser régulièrement ses informations, à se documenter sur les offres de la concurrence, ...			
Exploitation des informations collectées sur l'environnement commercial Capacité à synthétiser, analyser et problématiser l'information recueillie, pour en tirer une vision juste et fiable de son environnement commercial, à évaluer de manière pertinente la part de marché potentielle que l'entreprise pourrait occuper sur le secteur			
Exploitation des informations collectées sur l'activité commerciale Capacité à synthétiser, analyser et problématiser l'information recueillie, pour en tirer une vision juste et fiable de ses performances commerciales et de l'efficacité de ses visites, à utiliser les indicateurs de performance et les outils d'analyse de l'activité commerciale mis à disposition par l'entreprise, notamment les indicateurs de performance liés à la gestion de son secteur, à mesurer et expliquer les écarts avec les objectifs commerciaux, à rédiger un rapport d'activité clair et cohérent			
Proposition d'organisation de l'activité commerciale Capacité à proposer une organisation de l'activité commerciale cohérente avec l'analyse des résultats et de l'environnement, à prendre en compte la politique commerciale de l'entreprise dans les propositions formulées ainsi que le potentiel de chaque client, à rechercher une optimisation du temps passé en visite client, à établir des priorités de visite claires et cohérentes			
Utilisation du système de GRC Capacité à exploiter le système de GRC de l'entreprise en vue de l'analyse de son secteur ou de sa performance commerciale et à renseigner de manière adaptée le fichier clients			

- › Objectifs de progression :
-
-

Compétence 2 : découvrir les besoins argumenter et convaincre pour vendre

- › Le candidat doit être capable de :
- établir 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,
 - établir une relation commerciale durable et de qualité avec un prospect ou un client.

Critères d'évaluation	Évaluation intermédiaire		
	Aquis	Non acquis	À améliorer
Relation établie avec le client Capacité à établir rapidement une relation de qualité avec le client lors d'une prise de contact, à maintenir des relations positives avec un client dans la durée, à personnaliser la relation avec le client en vue de répondre à ses attentes, à conserver la distance nécessaire pour rester professionnel dans sa relation avec le client			
Démarche de découverte et d'analyse des besoins Capacité à mener un questionnement adapté auprès d'un nouveau client pour découvrir ses besoins et son organisation, à identifier l'évolution des besoins ou de l'organisation d'un client habituel, à exploiter les informations données par le client pour lui proposer une offre adaptée			
Structuration de l'entretien de vente Capacité à conduire une écoute active du client, à susciter l'intérêt du client ou du prospect, à conduire un échange positif avec lui, à prendre en compte ses observations et remarques, à traiter ses objections, à développer une argumentation cohérente et pertinente, à la réajuster en fonction des signes d'attention perçus, à conclure de manière adaptée et positive			

- › Objectifs de progression :

Compétence 3 : apporter un conseil technique sur les produits et les services spécifiques à l'activité de l'entreprise

› Le candidat doit être capable de :

- 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.

Critères d'évaluation	Évaluation intermédiaire		
	Aquis	Non acquis	À améliorer
Connaissance technique des produits et des services Capacité à faire appel à des connaissances techniques fiables et justes sur les produits et les services et à traduire les caractéristiques techniques en avantages (par rapport aux besoins des clients)			
Conseil technique apporté aux clients Capacité à sélectionner les produits répondant aux besoins du client sur la base de critères objectifs, à prendre en compte la réglementation et les recommandations, à identifier les risques d'une absence de prise en compte des recommandations ou de la réglementation pour le client et pour l'entreprise, à présenter les conditions d'utilisation et les limites des produits proposés, à évaluer la capacité du client à utiliser les produits			
Environnement du conseil technique Capacité à prendre en compte les systèmes opérationnels de l'entreprise dans les propositions faites au client (préparation, livraison, ...), à recueillir des informations sur l'évolution des produits et services proposés par la concurrence, à vérifier la satisfaction du client liée aux produits et services de l'entreprise, à valoriser les nouveaux produits proposés, ...			

› Objectifs de progression :

Compétence 4 : vendre en visite client

- › Le candidat doit être capable de :
- obtenir un rendez-vous et relancer ses clients ou prospects par téléphone,
 - découvrir et analyser l'activité d'un client ou d'un prospect, son organisation, son risque client, ses pratiques et comportements d'achat, ses projets en vue d'en identifier les besoins en visite client,
 - présenter son entreprise et ses produits en face à face client avec les outils d'aide à la vente (catalogues, outils informatiques, ...) mis à disposition,
 - concevoir et présenter en face à face une offre commerciale combinant des produits et des services en tenant compte de la politique commerciale de l'entreprise, des ressources disponibles et de la concurrence,
 - négocier dans les limites de la politique commerciale de l'entreprise les conditions commerciales de l'offre (délais, modes de livraison, volumes, ...) en face à face client.

Critères d'évaluation	Évaluation intermédiaire		
	Aquis	Non acquis	À améliorer
Prise de contact, relances et relations clients et prospects Capacité à assurer un suivi de la relation client et des commandes dans le temps, à utiliser efficacement le téléphone pour obtenir des RDV ou relancer des clients ou des prospects			
Analyse de l'activité du client Capacité à traiter et synthétiser des informations de différentes sources sur l'historique client, le secteur d'activité des clients, à s'informer sur les projets des clients lors des visites, à identifier les acteurs clés du circuit décisionnel (décideurs, prescripteurs, payeurs, ...), à identifier les leviers d'influence chez un client, à obtenir et exploiter des informations sur la solvabilité du client, sur son encours, ses délais de paiement, à collaborer avec les autres services de l'entreprise pour échanger des informations sur les clients, ...			
Présentation de l'entreprise et des produits Capacité à mettre en valeur l'entreprise et ses produits au cours des visites, à utiliser efficacement les outils d'aide à la vente, à utiliser des techniques permettant de susciter et maintenir l'attention du client lors des visites et de la présentation de l'entreprise et de ses produits			
Offre commerciale Capacité à concevoir une offre commerciale correspondant aux besoins et au profil du client, à prendre en compte la politique commerciale de l'entreprise dans le chiffrage de l'offre, à chiffrer l'offre (prix, remises, rabais éventuels) avec justesse, à prendre en compte les contraintes liées au fonctionnement de l'entreprise (délais de traitement de commande, de livraison, ...), à calculer et à maîtriser la marge			
Négociation Capacité à conduire la négociation commerciale, à proposer systématiquement une contrepartie à un avantage accordé lors de la négociation, ...			

- › Objectifs de progression :
-
-

Compétence 5 : traiter les réclamations dans le respect de la relation commerciale

- › Le candidat doit être capable de :
 - 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.

Critères d'évaluation	Évaluation intermédiaire		
	Aquis	Non acquis	À améliorer
Gestion de la relation client Capacité à conserver une relation commerciale de qualité lors du traitement des réclamations clients, à désamorcer le mécontentement du client, à conduire un questionnement adapté en vue d'identifier les raisons de la réclamation, à traiter avec tact et discrétion le cas d'un dépassement d'encours			
Processus de traitement d'une réclamation client Capacité à identifier et à expliquer le fonctionnement et les règles commerciales en vigueur dans l'entreprise, à effectuer des recherches dans l'historique des ventes pour évaluer le bien-fondé de la réclamation, à identifier des propositions adaptées de règlement de la réclamation, à tenir compte des engagements pris envers le client			
Échange des informations au sein de l'équipe Capacité à identifier la ou les personne(s) compétentes pour traiter la réclamation et à lui (leur) transmettre des informations adaptées			

- › Objectifs de progression :

CQP vente sur site en commerce de gros

Compétence 1 : organiser un espace de vente

- › Le candidat doit être capable de :
- 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.

Critères d'évaluation	Évaluation intermédiaire		
	Aquis	Non acquis	À améliorer
Analyse de la circulation du client dans le magasin ou l'espace de vente Capacité à comprendre comment un client circule dans le magasin, quel est le sens dans lequel il lit l'offre de produits, à repérer les zones chaudes et les zones froides du magasin, à situer l'implantation du meuble ou du linéaire dans la circulation générale du client dans le magasin			
Analyse et segmentation de l'offre Capacité à analyser et segmenter l'offre des produits concernés par l'implantation par marque, usage, volume			
Définition de l'implantation Capacité à tenir compte de la présentation horizontale, de la présentation verticale, à tenir compte de la rotation des produits pour définir leur place dans l'implantation du meuble ou du linéaire, à développer un rythme et une dynamique dans la présentation en jouant sur l'alternance du facing et du tranching, la structure pyramidale, les couleurs et contrastes, à tenir compte des règles de sécurité dans l'implantation réalisée, ...			

- › Objectifs de progression :
-
-
-

Compétence 2 : découvrir les besoins argumenter et convaincre pour vendre

- › Le candidat doit être capable de :
 - établir 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,
 - établir une relation commerciale durable et de qualité avec un prospect ou un client.

Critères d'évaluation	Évaluation intermédiaire		
	Aquis	Non acquis	À améliorer
Relation établie avec le client Capacité à établir rapidement une relation de qualité avec le client lors d'une prise de contact, à maintenir des relations positives avec un client dans la durée, à personnaliser la relation avec le client en vue de répondre à ses attentes, à conserver la distance nécessaire pour rester professionnel dans sa relation avec le client			
Démarche de découverte et d'analyse des besoins Capacité à mener un questionnement adapté auprès d'un nouveau client pour découvrir ses besoins et son organisation, à identifier l'évolution des besoins ou de l'organisation d'un client habituel, à exploiter les informations données par le client pour lui proposer une offre adaptée			
Structuration de l'entretien de vente Capacité à conduire une écoute active du client, à susciter l'intérêt du client ou du prospect, à conduire un échange positif avec lui, à prendre en compte ses observations et remarques, à traiter ses objections, à développer une argumentation cohérente et pertinente, à la réajuster en fonction des signes d'attention perçus, à conclure de manière adaptée et positive			

- › Objectifs de progression :

Compétence 3 : apporter un conseil technique sur les produits et les services spécifiques à l'activité de l'entreprise

› Le candidat doit être capable de :

- 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.

Critères d'évaluation	Évaluation intermédiaire		
	Aquis	Non acquis	À améliorer
Connaissance technique des produits et des services Capacité à faire appel à des connaissances techniques fiables et justes sur les produits et les services et à traduire les caractéristiques techniques en avantages (par rapport aux besoins des clients)			
Conseil technique apporté aux clients Capacité à sélectionner les produits répondant aux besoins du client sur la base de critères objectifs, à prendre en compte la réglementation et les recommandations, à identifier les risques d'une absence de prise en compte des recommandations ou de la réglementation pour le client et pour l'entreprise, à présenter les conditions d'utilisation et les limites des produits proposés, à évaluer la capacité du client à utiliser les produits			
Environnement du conseil technique Capacité à prendre en compte les systèmes opérationnels de l'entreprise dans les propositions faites au client (préparation, livraison, ...), à recueillir des informations sur l'évolution des produits et services proposés par la concurrence, à vérifier la satisfaction du client liée aux produits et services de l'entreprise, à valoriser les nouveaux produits proposés, ...			

› Objectifs de progression :

Compétence 4 : accueillir et évaluer les besoins d'un client dans un espace de vente

- › Le candidat doit être capable de :
- 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.

Critères d'évaluation	Évaluation intermédiaire		
	Aquis	Non acquis	À améliorer
Prise de contact avec le client Capacité à dynamiser le contact avec le client à son arrivée dans le magasin, à l'accueillir positivement, lui signaler qu'on le reconnaît, qu'on prend en compte sa présence même si une file d'attente s'est formée, ...			
Analyse des besoins et de l'activité du client Capacité à identifier ou obtenir des informations clés permettant de déceler les besoins du client, à sélectionner parmi les informations qu'il donne et celles qui figurent dans le fichier clients de l'entreprise celles qui pourront servir d'appui pour proposer une offre de produits			
Proposition de produits Capacité à identifier et proposer des produits complémentaires adaptés aux besoins du client, à l'orienter vers les nouveaux produits, à éveiller son intérêt par une présentation appropriée ou une démonstration, à mettre en valeur les promotions présentées dans l'espace de vente			
Négociation et offre commerciale Capacité à conduire la négociation commerciale sur les produits, les prix, les conditions de règlement, les délais, remises et livraisons, à proposer systématiquement une contrepartie à un avantage accordé lors de la négociation, à chiffrer la commande en fonction des quantités demandées, à prendre en compte les règles de l'entreprise dans la négociation, ...			
Analyse de la faisabilité de la transaction commerciale Capacité à proposer des solutions alternatives en cas d'indisponibilité des produits demandés, à identifier les informations clés sur la solvabilité du client, à proposer des solutions alternatives en cas de dépassement de l'encours, ...			

- › Objectifs de progression :
-
-

Compétence 5 : traiter les réclamations dans le respect de la relation commerciale

- › Le candidat doit être capable de :
- 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.

Critères d'évaluation	Évaluation intermédiaire		
	Aquis	Non acquis	À améliorer
Gestion de la relation client Capacité à conserver une relation commerciale de qualité lors du traitement des réclamations clients, à désamorcer le mécontentement du client, à conduire un questionnement adapté en vue d'identifier les raisons de la réclamation, à traiter avec tact et discrétion le cas d'un dépassement d'encours			
Processus de traitement d'une réclamation client Capacité à identifier et à expliquer le fonctionnement et les règles commerciales en vigueur dans l'entreprise, à effectuer des recherches dans l'historique des ventes pour évaluer le bien-fondé de la réclamation, à identifier des propositions adaptées de règlement de la réclamation, à tenir compte des engagements pris envers le client			
Échange des informations au sein de l'équipe Capacité à identifier la ou les personne(s) compétentes pour traiter la réclamation et à lui (leur) transmettre des informations adaptées			

- › Objectifs de progression :

La Commission Paritaire Nationale de la CCN des Commerces de Gros est composée d'un collège employeurs et d'un collège salariés

Les organisations professionnelles

- › FEDA : www.feda.fr
- › FEDIN : fdi.federation@gmail.com
- › FENSCOPA : www.fenscopa.com
- › FGME : www.fgme.fr
- › FNAS : www.fnas.fr
- › FNCPLA : www.fncpla.org
- › FND : f.n.d@wanadoo.fr
- › FGFP : fgfpfrance@aol.com
- › NAVSA : www.navsa.fr
- › PRS : ufipa@wanadoo.fr
- › SNDCP : www.cgi-cf.com
- › SNGFGBT : www.cgi-cf.com
- › SYNDIGEL : www.syndigel.org
- › UCAPLAST : www.ucaplast.fr
- › UNCGFL : www.uncgfl.fr
- › UPCP : upcp@wanadoo.fr
- › VCI : www.cgi-cf.com
- › CGI : www.cgi-cf.com

Les organisations syndicales de salariés

- › CFDT : www.cfdt-services.fr
- › CGT : www.cgt.fr
- › CSFV CFTC : www.csfv.fr
- › FEC CGT FO : www.fecfo.fr
- › FGTA FO : www.fgtafo.fr
- › FNAA CFE CGC : www.cfecgcagro.com
- › FNECS CFE CGC : www.fnecs-cfecgc.org