

grilles d'aide à l'évaluation des **compétences** en entreprise

Certificat de Qualification
Professionnelle (**CQP**)
Vente sur site en commerces de gros

VENTE SUR SITE

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

Situations

Compétences évaluées

Situation 1

Implantation d'un meuble
ou d'un linéaire
commerciale

Compétence 1 : organiser son espace de vente

Entretien d'évaluation : 30 minutes maximum

Situation 2

Entretien de vente sur site

Compétence 2 : découvrir les besoins argumenter et convaincre pour vendre

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

Compétence 4 : Accueillir et évaluer les besoins d'un client en espace vente

Observation du candidat : au moins une heure de « temps client » en magasin

Situation 3

Entretien d'évaluation
sur le traitement
des réclamations clients

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

Entretien d'évaluation : 30 minutes

Situation 4

Traitement
des commandes
et des livraisons clients

Compétence 6 : traiter les commandes et les livraisons clients

Observation du candidat : au moins une heure en situation de traitement des commandes et des livraisons

Les grilles d'évaluation qui suivent ont été conçues pour aider les évaluateurs en entreprise à consigner les résultats de leurs évaluations lors des entretiens ou des observations qu'ils conduisent auprès des candidats au CQP. Pour plus d'informations sur le mode d'organisation des évaluations en entreprise et sur les conditions d'utilisation de ces grilles, il convient de se reporter au *Guide de l'évaluation en entreprise*.

Rappel : chaque séquence d'évaluation est suivie d'un entretien d'évaluation qui permet de compléter l'évaluation en situation d'observation.

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

 Noter de 1 à 4 ou non évalué

Entretien N°	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Moyenne à reporter sur l'outil N° 4
Prise de contact avec le client ⁴											/4
Analyse des besoins et de l'activité du client											/4
Proposition de produits											/4
Négociation et offre commerciale											/4
Faisabilité transaction commerciale											/4

4
OUTIL

Points à vérifier lors de l'entretien d'évaluation

⁴ Voir le détail des indicateurs d'évaluation en fin de document

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

 Noter de 1 à 4

	Situation 1	Situation 2	Résultats
Aménagement de l'espace de travail et prise en compte de l'environnement ⁵			/4
Processus de traitement d'une réclamation client			/4
Échange des informations au sein de l'équipe			/4

⁵ Voir le détail des indicateurs d'évaluation en fin de document

Compétence 6 : traiter les commandes et les livraisons clients

 Noter de 1 à 4

	Situation 1	Situation 2	Résultats
Prise en compte des spécificités et contraintes du client lors de la commande ⁶			/4
Suivi et organisation des livraisons clients			/4
Élaboration des documents administratifs et commerciaux			/4

⁶ Voir le détail des indicateurs d'évaluation en fin de document

Rappel des indicateurs d'évaluation

Compétence 1 : organiser un espace de vente

- **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, ...

Compétence 2 : découvrir les besoins, argumenter et convaincre pour vendre

- **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, à identifier l'évolution des besoins 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 un argumentaire cohérent et pertinent, à la réajuster en fonction des signes d'attention perçus, à conclure de manière adaptée et positive.

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

- **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 utiliser l'ensemble de la gamme de produits et services et à présenter de manière valorisante les caractéristiques techniques des produits vendus (mise en valeur des avantages des produits 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, ...

Compétence 4 : accueillir et évaluer le besoin d'un client dans un espace de vente

- **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 sans erreur 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, ...

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

- **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) compétente(s) pour traiter la réclamation et à lui (leur) transmettre des informations adaptées.

Compétence 6 : traiter les commandes et les livraisons clients

- **Prise en compte des spécificités et des contraintes du client lors de la commande** : capacité à anticiper lors de la prise de commande l'ensemble des difficultés que peut poser le traitement d'une commande ou d'une livraison, à tenir compte des moyens et des ressources dont dispose l'entreprise pour traiter les commandes et les livraisons et à en informer le client.
- **Organisation et suivi des livraisons clients** : capacité à suivre de manière régulière les livraisons effectuées auprès des clients, à signaler les éventuels retards, à maintenir une relation commerciale de qualité malgré les éventuels incidents de livraison, à recueillir auprès des clients des informations facilitant la livraison et à tenir compte des ressources disponibles dans l'entreprise pour organiser les livraisons clients.
- **Utilisation des outils de gestion interne** : capacité à élaborer les documents administratifs et commerciaux supports à la transaction commerciale sans erreur et à les transmettre aux services concernés.

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