

livret de repérage des acquis

Certificat de Qualification
Professionnelle (**CQP**)

Vente itinérante en commerces de gros

VENTE ITINÉRANTE

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

- › **Date** de l'entretien

- › **Nom** et **prénom** du candidat

- › **Signature**

- › **Nom** et **prénom** de la personne ayant réalisé l'entretien de repérage

- › **Fonction** :

- › **Cachet** de l'entreprise et **signature**

[Document à remettre au secrétariat de la CPNEFP]

CGI Campus - 18 rue des Pyramides - 75001 Paris
contact@cgicampus.fr - Tél. : 01 44 55 35 00

Mise à jour : février 2017

Objectifs de l'entretien

- › **Présenter le CQP au candidat.**
- › **Repérer les acquis professionnels du candidat** au regard des compétences requises pour l'obtention du CQP, afin de l'orienter vers la formation ou vers l'évaluation de ses acquis pour chaque compétence.
- › Cet entretien est mené **au sein de l'entreprise**. Le soutien d'un tiers (consultant, organisme de formation) peut être sollicité par l'entreprise au besoin. Il est important que ce tiers maîtrise parfaitement le référentiel de compétences du CQP.

Déroulement de l'entretien

Accueil

- › Rappel de l'objectif et du contexte de l'entretien : préparer un CQP en tenant compte des **acquis du candidat** et en **personnalisant le parcours de formation** qui sera nécessaire car la démarche le permet.
- › L'entretien n'est ni une évaluation, ni un examen. Quelles que soient les compétences de départ du candidat, la procédure prévoit qu'il soit évalué sur l'**ensemble des compétences** requises pour l'obtention du CQP à l'issue de son parcours. Cette évaluation sera réalisée en **entreprise**, puis dans le cadre d'un **entretien final d'évaluation**.
- › Le CQP se compose de différentes compétences qui font chacune l'objet d'une évaluation. Pour le CQP vente itinérante, ces compétences sont les suivantes :
 1. Analyser son environnement et organiser son activité commerciale
 2. Découvrir les besoins, argumenter et convaincre pour vendre
 3. Apporter un conseil technique sur les produits et les services spécifiques à l'activité de l'entreprise
 4. Vendre en visite client
 5. Traiter les réclamations dans le respect de la relation commerciale
- › L'entretien va permettre de déterminer sur **quels domaines** le candidat doit suivre une **formation** et sur quels domaines il peut être directement **évalué** à partir d'un examen de son expérience professionnelle.

Cette phase d'identification des acquis est donc importante pour éviter au candidat d'avoir à suivre des formations dont il n'aurait pas besoin ou au contraire de se trouver en échec lors de l'évaluation par manque de compétences sur des domaines qu'il maîtrise insuffisamment.


Analyse de l'expérience du candidat, de sa demande et de sa motivation

- › Pour **mettre à l'aise** le candidat : lui poser quelques questions sur son **parcours professionnel**, ses **souhais**, sa **motivation** pour le CQP avant de le questionner compétence par compétence (voir guide d'entretien qui suit).
- › Tout en utilisant le guide d'entretien, demander au candidat d'évoquer des **situations concrètes**, des **exemples précis** illustrant son expérience : il s'agit de déterminer si le candidat a acquis les compétences nécessaires pour l'obtention du CQP au travers de ce qu'il a appris en entreprise.
- › Faire attention pour chaque compétence **à la nature et à la durée de l'expérience** du candidat : il ne suffit pas d'avoir déjà eu l'occasion de mettre en œuvre telle ou telle compétence mais de la maîtriser.

 Remplir le tableau ci-dessous à partir de ce que le candidat vous a **dit** de son **expérience**, de sa **pratique professionnelle** et à partir d'exemples et de situations **concrets**.

Compétence 1

Analyser son environnement et organiser son activité commerciale

Ce que le candidat doit savoir faire	L'expérience du candidat lui a permis d'acquérir ces savoir-faire et savoirs
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	<input type="checkbox"/> Pas du tout <input type="checkbox"/> Partiellement <input type="checkbox"/> En totalité
Planifier son activité sur son secteur commercial en fonction des objectifs définis	<input type="checkbox"/> En totalité
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	 Les questions de la page suivante vous aideront à apprécier l'expérience du candidat et à conduire l'entretien.
Organiser son activité commerciale en tenant compte de la réglementation, du temps et des ressources disponibles	

Pour cette compétence :

- Le candidat maîtrise les savoir-faire et peut être directement évalué
- Le candidat doit développer ses compétences avant d'être évalué

Type d'accompagnement retenu et domaines dans lesquels le candidat doit progresser :

Formation :

Accompagnement au poste de travail :

Indicateurs compétence 1

Analyser son environnement et son activité commerciale


Ces questions vous aideront à apprécier l'expérience du candidat et à conduire l'entretien. Pensez à lui demander d'illustrer par des exemples, des situations professionnelles concrètes :

Questions à poser	Modules de formation correspondants
<ul style="list-style-type: none">• Avez-vous exercé une activité commerciale nécessitant une analyse de votre environnement et de votre activité ?• Quelle est la durée de cette expérience ?• Quelles sont les différentes sources que vous utilisez pour vous informer sur votre environnement commercial ?• Veillez-vous à actualiser régulièrement vos informations ?• Vous documentez-vous sur les produits proposés, les prix, les remises et offres promotionnelles pratiqués par les concurrents ?• Comment analysez-vous les informations recueillies ? Qu'en tirez-vous ?• Comment partagez-vous ces informations avec les équipes commerciales ?	1.1 - L'environnement commercial du vendeur itinérant
<ul style="list-style-type: none">• Quelles informations, quels indicateurs de performance utilisez-vous pour mesurer les résultats de votre activité commerciale ? L'efficacité de vos visites ?• Comment vous assurez-vous de la fiabilité de ces informations ?• Avec quels outils assurez-vous un suivi régulier de vos résultats ?• Comment mesurez-vous les écarts par rapport à vos objectifs commerciaux ?• Quels éléments tirez-vous de cette analyse ?• Comment réagissez-vous lorsque vous êtes en retard sur vos objectifs ? Proposez-vous des mesures correctives ? Donnez un exemple.• Rédigez-vous des rapports d'activité ? À quelle fréquence ? Avec quels outils ?• Connaissez-vous les indicateurs de performance liés à la gestion de votre secteur ? Quels sont-ils ?	1.2 - La mesure de l'activité commerciale du vendeur itinérant
<ul style="list-style-type: none">• Comment prenez-vous en compte la politique commerciale de l'entreprise dans la détermination de vos objectifs ?• Les objectifs fixés tiennent-ils compte de l'évaluation du potentiel de chaque client ? En quoi ?	1.3 - La définition des objectifs commerciaux du vendeur itinérant
<ul style="list-style-type: none">• Quelles fonctionnalités de l'outil de GRC utilisez-vous ? Rencontrez-vous des difficultés dans son utilisation ? Quels sont les points sur lesquels vous souhaiteriez progresser ?	1.4 - Le fichier clients
<ul style="list-style-type: none">• Comment établissez-vous vos priorités de visite ? Tenez-vous compte du nombre de visites possibles sur une période déterminée pour définir vos objectifs ?• Menez-vous des démarches de prospection ? Lesquelles ? Vous organisez-vous pour développer votre secteur ?• Comment optimisez-vous le temps passé en visite clients ?• En quoi tenez-vous compte des ressources disponibles dans l'entreprise pour organiser votre activité commerciale ?• Tenez-vous compte de la réglementation en matière de circulation routière ? En quoi ? Donnez des exemples.	1.5 - L'organisation de l'activité commerciale du vendeur itinérant

 Remplir le tableau ci-dessous à partir de ce que le candidat vous a **dit** de son **expérience**, de sa **pratique professionnelle** et à partir d'exemples et de situations **concrets**.

Compétence 2

Découvrir les besoins, argumenter et convaincre pour vendre

Ce que le candidat doit savoir faire	L'expérience du candidat lui a permis d'acquérir ces savoir-faire et savoirs
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	<input type="checkbox"/> Pas du tout
Cibler l'offre de produits et de services correspondant aux besoins du client	<input type="checkbox"/> Partiellement
Argumenter et négocier de façon pertinente l'ensemble des composantes de l'offre commerciale et répondre avec efficacité aux objections	<input type="checkbox"/> En totalité
Valoriser l'image de l'entreprise et mettre en avant les avantages concurrentiels de ses produits et services	 Les questions de la page suivante vous aideront à apprécier l'expérience du candidat et à conduire l'entretien.
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	

Pour cette compétence :

- Le candidat maîtrise les savoir-faire et peut être directement évalué
- Le candidat doit développer ses compétences avant d'être évalué

Type d'accompagnement retenu et domaines dans lesquels le candidat doit progresser :

Formation :

Accompagnement au poste de travail :

Indicateurs compétence 2

Découvrir les besoins, argumenter et convaincre pour vendre


Ces questions vous aideront à apprécier l'expérience du candidat et à conduire l'entretien. Pensez à lui demander d'illustrer par des exemples, des situations professionnelles concrètes :

Questions à poser	Modules de formation correspondants
<ul style="list-style-type: none">• Avez-vous développé une expérience significative de la vente ?• Quelle est la durée de cette expérience ?• Comment établissez-vous la relation avec le client lors de la prise de contact ?• Comment prenez-vous compte du contexte dans lequel se trouve votre client lors de l'échange (disponibilité...) ?• Comment questionnez-vous un nouveau client pour découvrir ses besoins et son organisation ?• Comment questionnez-vous un client habituel pour identifier ses besoins et son organisation ?• Personnalisez-vous la relation avec lui en vue de répondre à ses attentes ? Comment ?• Comment exploitez-vous les informations données par le client ?• Comment structurez-vous votre entretien de vente ?• Cherchez-vous des accords intermédiaires ? Pour quelle raison ?• Par quels moyens parvenez-vous à susciter l'intérêt du client ou du prospect ?• Comment construisez-vous votre argumentation ?• Quels signes d'attention du client ou du prospect vous permettent d'identifier si votre argumentation est pertinente ou s'il est nécessaire de la réajuster ?• Comment accompagnez-vous le client dans son choix de produits ?• Comment faites-vous usage des objectifs commerciaux (activité promotionnelle, chiffre d'affaires à atteindre, contacts à développer, produits à privilégier...) fixés par l'entreprise ?• Comment répondez-vous aux objections du client ?• Quelles sont les techniques de conclusion de vente que vous utilisez ? Donnez des exemples• Comment valorisez-vous la décision du client en fin d'entretien ?	2.1 - Les différentes phases d'un entretien de vente
<ul style="list-style-type: none">• Comment vous y prenez-vous pour développer et maintenir des relations positives avec vos clients ?• Comment restez-vous professionnel dans votre relation avec le client ?• Comment mettez-vous en valeur les avantages concurrentiels des produits que vous proposez ?• À partir de quelles informations ?	2.2 - La relation commerciale
<ul style="list-style-type: none">• Avez-vous à effectuer des calculs de marge, de TVA, de remise, rabais ou ristourne ?• Dans quelles circonstances ? Quels modes de calculs utilisez-vous ?	2.3 - le chiffrage de la proposition commerciale

 Remplir le tableau ci-dessous à partir de ce que le candidat vous a **dit** de son **expérience**, de sa **pratique professionnelle** et à partir d'exemples et de situations **concrets**.

Compétence 3

Apporter un conseil technique sur les produits et les services spécifiques à l'activité de l'entreprise

Ce que le candidat doit savoir faire	L'expérience du candidat lui a permis d'acquérir ces savoir-faire et savoirs
Identifier et apporter les informations et services techniques adaptés pour répondre aux besoins du client	<input type="checkbox"/> Pas du tout
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	<input type="checkbox"/> Partiellement <input type="checkbox"/> En totalité
Prendre en compte les systèmes opérationnels de l'entreprise dans les services proposés aux clients	 Les questions de la page suivante vous aideront à apprécier l'expérience du candidat et à conduire l'entretien.
Expliquer les caractéristiques et le bon usage des produits en fonction des besoins du client	

Pour cette compétence :

- Le candidat maîtrise les savoir-faire et peut être directement évalué
- Le candidat doit développer ses compétences avant d'être évalué

Type d'accompagnement retenu et domaines dans lesquels le candidat doit progresser :

Formation :

Accompagnement au poste de travail :

Indicateurs compétence 3


Apporter un conseil technique sur les produits et les services spécifiques à l'activité de l'entreprise

Ces questions vous aideront à apprécier l'expérience du candidat et à conduire l'entretien. Pensez à lui demander d'illustrer par des exemples, des situations professionnelles concrètes :

Questions à poser


- Avez-vous développé une expérience significative du conseil technique en lien avec les produits vendus par l'entreprise ?
- Auprès de quels types de clientèles cette expérience a-t-elle été développée ?
- Quelle est la durée de cette expérience ?
- Quels sont les principaux points d'attention liés à l'utilisation des produits vendus par l'entreprise (modes d'emploi, précaution à prendre, normes...) ?
- Comment sélectionnez-vous les produits et services répondant aux besoins du client ? Quels sont les critères de ce choix ?
- Comment prenez-vous en compte les systèmes opérationnels de l'entreprise dans les propositions que vous faites au client (préparation, livraison...) ?
- Quelles sont les principales recommandations et la réglementation à prendre en compte dans le conseil technique apporté au client ?
- Quels sont les risques d'une absence de prise en compte de ces recommandations ou de la réglementation ?
- Comment vous y prenez-vous pour présenter de manière claire les caractéristiques techniques des produits ?
- Comment mettez-vous en valeur les avantages des produits en présentant en quoi ils peuvent répondre aux besoins des clients ?
- Comment présentez-vous leurs limites et conditions d'utilisation ?
- Comment évaluez-vous la capacité du client à utiliser les produits proposés ?
- Mettez-vous à profit votre entretien avec le client pour recueillir des informations sur les produits et services proposés par la concurrence ? Citez un exemple récent.
- Comment vérifiez-vous la satisfaction du client liée aux produits et aux services de l'entreprise ?
- Comment valorisez-vous les nouveaux produits de l'entreprise auprès de la clientèle ?

NB : les modules de formation correspondants sont spécifiques à chaque secteur d'activité.

 Remplir le tableau ci-dessous à partir de ce que le candidat vous a **dit** de son **expérience**, de sa **pratique professionnelle** et à partir d'exemples et de situations **concrets**.

Compétence 4

Vendre en visite client

Ce que le candidat doit savoir faire	L'expérience du candidat lui a permis d'acquérir ces savoir-faire et savoirs
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	<input type="checkbox"/> Pas du tout
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,	<input type="checkbox"/> Partiellement
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	<input type="checkbox"/> En totalité
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	 Les questions de la page suivante vous aideront à apprécier l'expérience du candidat et à conduire l'entretien.

Pour cette compétence :

- Le candidat maîtrise les savoir-faire et peut être directement évalué
- Le candidat doit développer ses compétences avant d'être évalué

Type d'accompagnement retenu et domaines dans lesquels le candidat doit progresser :

Formation :

Accompagnement au poste de travail :

Indicateurs compétence 4

Vendre en visite client


Ces questions vous aideront à apprécier l'expérience du candidat et à conduire l'entretien. Pensez à lui demander d'illustrer par des exemples, des situations professionnelles concrètes :

Questions à poser	Modules de formation correspondants
<ul style="list-style-type: none">• Avez-vous développé une expérience significative de la vente en visite client ?• Quelle est la durée de cette expérience ?• Connaissez-vous l'historique des achats de vos clients avant de les visiter ?• Connaissez-vous les secteurs d'activité professionnelle de vos clients ou prospects ?• Cherchez-vous, lors de vos visites, à vous informer sur les projets de vos clients ? Sur leur environnement ? sur leur manière de travailler ? Donnez des exemples.• En quoi vous préoccupez-vous de la solvabilité, de l'encours, des délais de paiement du client ou du prospect ?• Quelles sources d'informations sollicitez-vous ?• Collaborez-vous avec les autres services de l'entreprise pour échanger de l'information sur les clients (vendeurs sédentaires, chauffeurs...)?• Quelle technique employez-vous pour obtenir des rendez-vous par téléphone ? Pour parvenir à joindre le bon interlocuteur lors de vos appels ?	4.1 - La préparation de la visite client
<ul style="list-style-type: none">• Cherchez-vous lors de vos visites, à identifier les acteurs clés du circuit décisionnel (décideurs, prescripteurs, payeurs...)? Cherchez-vous à identifier les leviers d'influence ?• Comment parvenez-vous à vous informer sur les projets de vos clients, à identifier leurs besoins au cours de vos visites ?• Comment mettez-vous en valeur l'entreprise et ses produits en visite client ?• Comment utilisez-vous les outils d'aide à la vente au cours de vos visites ?• Utilisez-vous des techniques particulières pour susciter et maintenir l'attention de votre interlocuteur ?	4.2 - La conduite d'une visite client
<ul style="list-style-type: none">• Comment procédez-vous pour proposer une offre commerciale ? À quoi faites-vous particulièrement attention et pourquoi ?• En quoi tenez-vous compte de la politique commerciale de l'entreprise pour chiffrer votre offre ? Pour en définir les conditions commerciales ?• Assurez-vous un suivi de la relation client ? Des commandes ? Comment et à quelle périodicité ?• Comment contactez-vous un client ou un prospect afin de relancer une offre commerciale ou une relation commerciale ?	4.3 - La conception et la présentation de l'offre commerciale
<ul style="list-style-type: none">• Recherchez-vous systématiquement à obtenir une contrepartie à un avantage accordé lors de la négociation ? Citez des exemples.• Comment tenez-vous compte des contraintes liées au fonctionnement de votre entreprise ? (Délais de traitement de la commande, délais de livraison, ...)• Comment se calcule une marge ?• Quels moyens mettez-vous en œuvre pour maîtriser votre marge ?	4.4 - La négociation en visite client

 Remplir le tableau ci-dessous à partir de ce que le candidat vous a **dit** de son **expérience**, de sa **pratique professionnelle** et à partir d'exemples et de situations **concrets**.

Compétence 5

Traiter les réclamations dans le respect de la relation commerciale

Ce que le candidat doit savoir faire	L'expérience du candidat lui a permis d'acquérir ces savoir-faire et savoirs
Recevoir et écouter une réclamation	
Annoncer à un client un dépassement de son encours et négocier une solution adaptée	<input type="checkbox"/> Pas du tout
Identifier les raisons d'un mécontentement, d'une réclamation ou d'un litige et les qualifier	<input type="checkbox"/> Partiellement
Identifier les solutions possibles pour traiter la réclamation ou le litige	<input type="checkbox"/> En totalité
Apporter une réponse adaptée à la situation dans le respect des procédures et de l'organisation en vigueur dans l'entreprise	 Les questions de la page suivante vous aideront à apprécier l'expérience du candidat et à conduire l'entretien.

Pour cette compétence :

- Le candidat maîtrise les savoir-faire et peut être directement évalué
- Le candidat doit développer ses compétences avant d'être évalué

Type d'accompagnement retenu et domaines dans lesquels le candidat doit progresser :

Formation :

Accompagnement au poste de travail :

Indicateurs compétence 5

Traiter les réclamations dans le respect de la relation commerciale

Ces questions vous aideront à apprécier l'expérience du candidat et à conduire l'entretien. Pensez à lui demander d'illustrer par des exemples, des situations professionnelles concrètes :

Questions à poser	Modules de formation correspondants
<ul style="list-style-type: none">• Avez-vous une expérience significative du traitement de réclamations clients ?• Dans quel contexte ?• Quelle est la durée de cette expérience ?• Comment gérez-vous la situation où la limite de l'encours est atteinte ?• En cas de réclamation ou de litige, comment expliquez-vous aux clients le fonctionnement et les règles commerciales en vigueur dans l'entreprise ?• Effectuez-vous des recherches dans l'historique des ventes afin d'évaluer le bien-fondé de la réclamation ? Par quels moyens ? Quels éléments recherchez-vous en particulier ?• Comment identifiez-vous la personne compétente pour traiter la réclamation ?• Quels éléments lui transmettez-vous ?• Comment identifiez-vous des propositions de règlement de la réclamation ? À quels éléments portez-vous une attention particulière (engagements pris envers le client, protocoles en vigueur dans l'entreprise...) ? Pourquoi ?	5.1 - les étapes de traitement d'une réclamation
<ul style="list-style-type: none">• Comment parvenez-vous à identifier les raisons d'une réclamation ?• Comment parvenez-vous à désamorcer le mécontentement du client ?	5.2 - Gestion des situations relationnelles difficiles

Conclusion

- Faire une synthèse orale du bilan de l'entretien compétence par compétence
- Décider du contenu du parcours de formation individualisé :
 - Identifier avec lui, au regard de l'entretien mené, les compétences du CQP qu'il aurait déjà acquises et les compétences restant à acquérir :
 - pour les compétences « acquises », il peut être directement évalué
 - pour les compétences « pas du tout acquises », le candidat doit suivre une formation
 - pour les compétences « partiellement acquises » : définir avec le candidat s'il a besoin d'une formation en centre de formation ou au sein de l'entreprise et sur quoi doit porter cette formation.
 - Prévoir son parcours de formation individualisé :
 - En fonction de l'échange avec le candidat, remplir le tableau ci-dessous en cochant une colonne par ligne
 - En cas de recours à la formation : construire un parcours individualisé et affecter un nombre d'heures de formation à chaque module en fonction des fourchettes horaires indiquées par la CPNEFP (cf page suivante).
 - Rappeler au candidat qu'en fin de parcours, il sera évalué en entreprise, puis qu'il sera invité à passer un entretien oral d'évaluation externe. La CPNEFP examinera ensuite son dossier et délivrera en tout ou partie le CQP.

Pour ce domaine	Le candidat doit suivre une formation interne ou externe complète avant d'être évalué (cocher)	Le candidat doit progresser dans sa pratique professionnelle avant d'être évalué	Le candidat maîtrise les savoir-faire et les savoirs et peut être directement évalué
Compétence 1 Analyser son environnement et organiser son activité commerciale	Module 1.1 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Module 1.2 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Module 1.3 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Module 1.4 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Module 1.5 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Compétence 2 Découvrir les besoins, argumenter et convaincre pour vendre	Module 2.1 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Module 2.2 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Module 2.3 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<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"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Compétence 4 Vendre en visite client	Module 4.1 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Module 4.2 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Module 4.3 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Module 4.4 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Compétence 5 Traiter les réclamations dans le respect et la relation commerciale	Module 5.1 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Module 5.2 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Parcours de formation



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 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 ...	À...
Compétence 1 Analyser son environnement et organiser son activité commerciale	Module 1.1 - L'environnement commercial du vendeur itinérant		
	Module 1.2 - La mesure de l'activité commerciale		
	Module 1.3 - La définition des objectifs commerciaux	21	42
	Module 1.4 - Le fichier clients		
	Module 1.5 - L'organisation de l'activité commerciale du vendeur itinérant		
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 Vendre en visite client	Module 4.1 - La préparation de la visite client		
	Module 4.2 - La conduite d'une visite client		
	Module 4.3 - La conception et la présentation de l'offre commerciale	28	56
	Module 4.4 - La négociation en visite client		
Compétence 5 Traiter les réclamations dans le respect de la relation commerciale	Module 5.1 - Les étapes de traitement d'une réclamation		
	Module 5.2 - La gestion des situations relationnelles difficiles	7	21

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



COMMERCE DE GROS
ET INTERNATIONAL

La démarche a été construite avec l'appui de l'Observatoire
des métiers d'Intergros et le concours financier d'Intergros